

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Sugiyono (2012) menjelaskan, objek penelitian adalah sasaran ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu tentang sesuatu hal objektif, valid dan *reliable* tentang suatu hal (variabel tertentu). Objek dalam penelitian ini yang menjadi *independent variable* atau variabel bebas (X) adalah *customer value* yang terdiri dari dimensi *total customer benefit* dan *total customer cost*. Selanjutnya yang menjadi *dependent variable* atau variabel terikat (Y) adalah loyaliti pelanggan, suatu komitmen mendalam yang dimiliki untuk membeli ulang suatu barang atau mendatangi kembali suatu penyedia jasa secara konsisten di masa akan datang, dan karenanya menghasilkan pembelian *brand* atau kumpulan *brand* yang sama secara berulang, terlepas dari adanya pengaruh-pengaruh situasional dan upaya-upaya pemasaran yang berpotensi menyebabkan perilaku untuk beralih ke *brand* lain.

Penelitian ini akan dilakukan di The Papandayan Hotel Bandung dengan objek yang akan dijadikan responden dalam penelitian ini adalah tamu individual yang menginap lebih dari dua kali. Berdasarkan objek penelitian tersebut dianalisa mengenai pengaruh *customer value* terhadap loyalitas tamu di The Papandayan Hotel Bandung. Penelitian ini akan berlangsung selama kurun waktu kurang dari satu tahun, sehingga metode yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah metode *cross sectional*. Berdasarkan kurun waktu penelitian yang dilaksanakan dalam jangka waktu kurang dari satu tahun maka metode yang digunakan adalah *cross sectional method* yang mempelajari objek dalam kurun waktu tertentu atau tidak berkesinambungan dalam jangka waktu panjang (Sugiyono, 2012, hlm.5)

3.2 Metode Penelitian

3.2.1 Jenis Penelitian dan Metode yang Digunakan

Sugiyono (2012, hlm.5) mengemukakan bahwa metode penelitian dapat diartikan sebagai cara ilmiah untuk mendapatkan data yang valid dengan tujuan dapat ditemukan, dikembangkan dan dibuktikan suatu

pengetahuan tertentu sehingga pada gilirannya dapat digunakan untuk memahami, memecahkan dan mengantisipasi masalah. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dan verifikatif. Menurut Arikunto (2010), menjelaskan bahwa penelitian deskriptif adalah penelitian yang bertujuan untuk menggambarkan tentang ciri-ciri variabel yang dilakukan secara sistematis, mengenai fakta-fakta yang akurat dan sifat-sifat variabel yang diteliti.

Berdasarkan pemaparan diatas tujuan deskriptif dari penelitian ini adalah untuk memperoleh gambaran *customer value* The Papandayan Hotel yang terdiri dari *total customer benefit* (*product benefit*, *services benefit*, *personnel benefit* dan *image benefit*), *total customer cost* (*monetary cost* dan *time cost*) serta gambaran loyalitas tamu yang berkunjung.

Sedangkan penelitian verifikatif menurut Sugiono (2012, hlm.53) adalah penelitian yang membandingkan keberadaan satu variabel atau lebih pada dua atau lebih sampel yang berbeda atau pada waktu yang berbeda. Dalam penelitian ini akan diuji kebenaran hipotesis melalui pengumpulan data di lapangan mengenai pengaruh *customer value* terhadap loyalitas tamu individual yang menginap di The Papandayan Hotel Bandung. Jenis penelitian dalam penelitian ini menggunakan metode sensus.

3.2.2 Desain Penelitian

Menurut Arikunto (2010) mengungkapkan bahwa desain penelitian adalah rancangan atau rencana yang dibuat oleh peneliti sebagai kerangka kegiatan yang akan dilaksanakan. Desain penelitian mencakup rencana, struktur dan strategi. Desain penelitian sebagai rencana dan struktur merupakan perencanaan penelitian yaitu penjelasan secara rinci tentang keseluruhan rencana penelitian yang dimulai dari perumusan masalah, tujuan, gambaran pengaruh antar variabel, perumusan hipotesis dan rencana analisis data. Desain penelitian sebagai strategi merupakan

penjelasan rinci tentang apa yang akan dilakukan dalam rangka pelaksanaan penelitian.

Penelitian ini akan menggunakan desain penelitian kausal yaitu untuk menguji hubungan sebab-akibat. Menurut Umar (2002, hlm.105) menjelaskan bahwa penelitian kausal adalah penelitian yang bertujuan untuk menganalisis hubungan-hubungan antara satu variabel dengan variabel lainnya atau bagaimana suatu variabel mempengaruhi variabel lainnya. Penelitian kausal dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *customer value* terhadap loyalitas tamu individual yang menginap di The Papandayan Hotel Bandung.

3.3 Operasionalisasi Variabel

Sugiyono (2012, hlm.64) mendefinisikan variabel penelitian sebagai suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. Sugiyono (2012, hlm.64) juga mengartikan variabel bebas sebagai variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen. Variabel bebas atau *independent variable* (X) dalam penelitian ini adalah *customer value* yang terdiri dari *total customer benefit* (*product benefit*, *service benefit*, *personal benefit* dan *image benefit*), *total customer cost* (*monetary cost* dan *time cost*). Sedangkan variabel terikat menurut Sugiono (2012, hlm.64) adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Variabel terikat atau *dependent variable* (Y) dalam penelitian ini adalah *customer loyalty*. Penelitian ini menggunakan skala ordinal dikarenakan data yang ada pada penelitian ini merupakan data ordinal. Skala ordinal merupakan suatu skala dimana data ordinal adalah data yang berjenjang atau berbentuk peringkat tidak hanya menyatakan peringkat kategori tapi menyatakan peringkat kategori tersebut.

Secara lebih rinci, operasionalisasi variabel penelitian ini dijelaskan dalam Tabel 3.1 di bawah ini.

Tabel 3.1
Operasional Variabel

Variabel	Konsep	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
Customer Value	<i>The difference between the prospective customer's evaluation of all the benefits and all the costs of an offering and the perceived alternatived.</i> Perbedaan antara evaluasi bakal pelanggan dari semua manfaat dan semua biaya dari suatu penawaran dan alternatif. (Kotler dan Keller, 2016, hlm.151)				
		• <i>Product Benefit</i>	• Tingkat manfaat kamar yang dirasakan pelanggan hotel The Papandayan	Ordinal	1
			• Tingkat manfaat produk hotel The Papandayan selain kamar yang dirasakan pelanggan	Ordinal	2
		• <i>Services Benefit</i>	• Tingkat manfaat <i>fast check in/out</i> yang dirasakan pelanggan	Ordinal	3
			• Tingkat manfaat layanan kebutuhan dan keinginan personal pelanggan hotel The Papandayan	Ordinal	4

Lanjutan Tabel 3.1

Variabel	Konsep	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
			• Tingkat manfaat <i>room service</i> yang dirasakan pelanggan	Ordinal	5
			• Tingkat manfaat lainnya yang ditawarkan hotel The Papandayan kepada pelanggan (<i>free pick up, service, vip parking, etc</i>)	Ordinal	6
		• <i>Personel Benefit</i>	• Tingkat manfaat <i>Guest Relation Officer</i> yang dirasakan pelanggan	Ordinal	7
			• Tingkat manfaat keberadaan karyawan selain <i>Guest Relation Officer</i> yang dirasakan pelanggan	Ordinal	8

Lanjutan Tabel 3.1

Variabel	Konsep	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
		• <i>Image Benefit</i>	• Tingkat manfaat <i>prestige</i> yang diterima pelanggan saat menginap di hotel The Papandayan	Ordinal	9
			• Tingkat manfaat <i>vip invitation</i> yang diberikan hotel The Papandayan kepada pelanggan	Ordinal	10
		• <i>Monetary Cost</i>	• Tingkat biaya moneter untuk kamar yang dikeluarkan pelanggan	Ordinal	11
			• Tingkat biaya moneter selain untuk kamar yang dikeluarkan pelanggan	Ordinal	12
			• Tingkat total biaya moneter yang dikeluarkan pelanggan	Ordinal	13

Lanjutan Tabel 3.1

Variabel	Konsep	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
		• <i>Time Cost</i>	• Tingkat biaya waktu yang dikeluarkan saat melakukan reservasi	Ordinal	14
			• Tingkat biaya waktu yang dikeluarkan untuk menjangkau hotel The Papandayan	Ordinal	15
			• Tingkat biaya waktu yang dikeluarkan pada saat <i>check in/out</i>	Ordinal	16
<i>Customer Loyalty</i>	<i>When a customer is loyal, he or she exhibits purchase behavior defined as non-random purchase expressed over time by some decision-making unit. Ketika seorang pelanggan loyal, dia menunjukkan kebiasaan membeli yang digambarkan seperti ungkapan pembelian yang terencana lebih dari penunjukan waktu dari beberapa unit pembuatan keputusan. (Jill Griffin, 2005, hlm.31)</i>				
		• <i>Word of Mouth</i>	• Tingkat kesediaan tamu merekomen dasikan hotel The Papandayan kepada orang lain/pihak lain	Ordinal	17

Lanjutan Tabel 3.1

Variabel	Konsep	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
			Tingkat kesediaan tamu merekomen dasikan hotel The Papandayan kepada orang lain/pihak lain melalui media sosial	Ordinal	18
		<i>Price Insensitivity</i>	Tingkat kesediaan pelanggan untuk tetap memilih menginap di hotel The Papandayan tanpa terpengaruh harga rendah atau diskon yang ditawarkan hotel lain		19
			Tingkat kesediaan pelanggan untuk tetap menginap di hotel The Papandayan berapapun harga yang ditawarkan	Ordinal	20

Lanjutan Tabel 3.1

Variabel	Konsep	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
		• <i>Repurchase Intention</i>	• Tingkat kesediaan pelanggan untuk menginap kembali di hotel The Papandayan	Ordinal	21
			• Tingkat kesediaan pelanggan untuk mencoba bilamana ada produk baru dari hotel The Papandayan	Ordinal	22
		• <i>Complaint Behaviour</i>	• Tingkat kesediaan pelanggan dalam menyampaikan keluhan terhadap produk atau layanan yang dialami kepada hotel The Papandayan	Ordinal	23

Lanjutan Tabel 3.1

Variabel	Konsep	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
			• Tingkat kesediaan pelanggan untuk memberikan saran terhadap produk atau layanan kepada hotel The Papandayan	Ordinal	24

Sumber : Diolah oleh Peneliti, 2016

Selain isi kuesioner yang akan disebarkan kepada tamu individual yang menginap lebih dari dua kali di The Papandayan yaitu mengenai tanggapan responden terhadap *customer value* dan *customer loyalty* di atas, penulis pun mencari informasi mengenai identitas responden atau karakteristik responden dengan mengajukan beberapa pertanyaan mengenai jenis kelamin, umur, asal tinggal, jenis pekerjaan, pendidikan tertinggi, pekerjaan, penghasilan per bulan, pengalaman pertama kali menginap sebagai tamu reguler dan frekuensi menginap per bulannya.

Dari beberapa pertanyaan tersebut, diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai karakteristik responden yaitu tamu individual loyal The Papandayan.

3.4 Jenis, Sumber, dan Teknik Pengumpulan Data

3.4.1 Jenis dan Sumber Data

Berdasarkan sumbernya data dapat dibedakan menjadi data primer dan data sekunder. Sumber data penelitian sangat diperlukan dalam kegiatan penelitian. Menurut Sugiyono (2012, hlm.193) menjelaskan bahwa :

1. Data Primer

Sumber data yang memberikan data secara langsung kepada pengumpul data. Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dari hasil penelitian kepada responden dengan menggunakan teknik pengumpulan data berupa kuesioner, observasi, wawancara dan lain sebagainya.

2. Data Sekunder

Sumber data yang tidak memberikan data secara langsung kepada pengumpul data. Data sekunder adalah data yang dikumpulkan pihak lain atau merupakan hasil penelitian pihak lain seperti dokumen. Sumber data sekunder dapat berupa hasil pengolahan lebih lanjut dari data primer yang disajikan dalam bentuk lain atau dari orang lain (Sugiyono, 2012, hlm.225).

Secara lebih rinci, data dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini disajikan dalam Tabel 3.2

Tabel 3.2
Jenis dan Sumber Data

Data Penelitian	Jenis Data	Sumber Data
<i>Company Profile</i>	Sekunder	The Papandayan Hotel Bandung
Karakteristik responden	Primer	Kuesioner
Tanggapan pelanggan mengenai <i>customer value</i> di The Papandayan hotel	Primer	Kuesioner
Tanggapan pelanggan mengenai loyalitas di The Papandayan hotel	Primer	Kuesioner

3.4.2 Teknik Pengumpulan Data

Sugiyono (2012, hlm.193) mengemukakan bahwa teknik pengumpulan data yaitu melalui wawancara yang dapat dilakukan secara terstruktur maupun tidak terstruktur dan dapat dilakukan melalui tatap muka, maupun dengan menggunakan telepon, angket dan observasi yang

dapat dibedakan menjadi *participant observation* dan *non participant observation*, selanjutnya dari segi instrumentasi yang digunakan maka observasi dapat dibedakan menjadi observasi terstruktur dan tidak terstruktur dan studi literatur.

Selanjutnya bila dilihat dari segi datanya, maka pengumpulan data dapat menggunakan sumber primer dan sumber sekunder. Sumber primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data dan sumber sekunder merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau dokumen (Sugiyono, 2012, hlm.402).

Teknik pengumpulan data yang akan digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Observasi

Melakukan pengamatan dan peninjauan terhadap objek yang diteliti secara langsung.

2. Kuesioner

Melakukan teknik pengumpulan data melalui penyebaran seperangkat daftar pertanyaan tertulis. Kuesioner berisi pertanyaan dan pernyataan mengenai karakteristik responden, tanggapan responden mengenai *customer value* dan *customer loyalty* di The Papandayan Bandung.

3. Studi Literatur

Merupakan pengumpulan informasi yang berhubungan dengan teori-teori dan informasi yang berhubungan dengan variabel yang diteliti, yaitu *customer value* dan *customer loyalty*. Studi literatur tersebut berasal dari berbagai sumber yaitu buku-buku, jurnal, skripsi maupun tesis. Studi literatur ini didapat dari beberapa buku yang tersedia di perpustakaan UPI dan toko buku, skripsi angkatan terdahulu dan jurnal, serta media elektronik seperti internet.

Berikut adalah tabel mengenai teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini.

Tabel 3.3
Teknik Pengumpulan Data dan Sumber Data

No.	Teknik Pengumpulan Data	Sumber Data
1.	Observasi	Gambaran <i>customer value</i> terhadap loyalitas pelanggan di The Papandayan Hotel Bandung
2.	Kuesioner	Tamu individu yang menginap lebih dari dua kali (tamu loyal) di The Papandayan Hotel Bandung
3.	Studi Literatur	<i>Customer value</i> terhadap loyalitas tamu individu yang menginap di The Papandayan Hotel Bandung

Sumber : Data Primer dan Sekunder, Diolah Kembali

3.5 Populasi dan Sampel

Menurut Sugiyono (2012, hlm.81) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi adalah jumlah total dari seluruh unit atau elemen dimana penyelidik tertarik. (Silalahi, 2009, hlm.253).

Populasi tidak hanya sekedar jumlah yang ada pada objek yang akan dipelajari, populasi harus meliputi seluruh karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh subjek atau objek tersebut. Seorang peneliti harus mampu menentukan dengan jelas sasaran penelitiannya atau yang disebut dengan populasi sasaran (*target population*), yakni populasi yang nantinya akan menjadi cakupan kesimpulan penelitian.

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono 2012, hlm.120). Sedangkan pengertian sampel menurut Arikunto (2009, hlm.118) adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti. Berdasarkan penjelasan diatas, data yang menjadi populasi tamu individu yang menginap lebih dari dua kali di The Papandayan pada tahun 2015 terdapat 56 orang sehingga populasi tersebut dijadikan sampel jenuh (*sampling sensus*) dalam penelitian ini. Menurut Sugiyono (2011, hlm.174) menjelaskan *sampling jenuh* adalah teknik pengambilan sampel bila semua anggota populasi digunakan

sebagai sampel. Biasanya teknik sampel jenuh ini digunakan apabila jumlah populasi relatif kecil, kurang dari 30 orang atau ingin membuat generalisasi dengan kesalahan yang sangat kecil. Istilah lain dari sampel jenuh adalah sensus dimana semua anggota populasi dijadikan sampel. Oleh karena itu, populasi sekaligus sampel dalam penelitian ini adalah tamu individual yang menginap lebih dari dua kali di The Papandayan Hotel Bandung tahun 2015 sebanyak 56 orang.

3.6 Pengujian Validitas dan Reliabilitas

Tingkat kebenaran data yang digunakan sangat mempengaruhi tinggi rendahnya mutu penelitian tersebut sehingga untuk membuktikan kebenaran dari suatu data dapat dilihat dari instrumen pengumpulan data. Instrumen pengumpulan data yang baik harus mampu memenuhi dua persyaratan yang penting, yaitu *valid* dan *reliable*.

3.6.1 Pengujian Validitas

Uji validitas bertujuan untuk menguji sejauh mana alat ukur yang tercantum dalam kuesioner, mengukur apa yang hendak diukur. Menurut Sugiyono (2012, hlm.177) pengujian validitas instrumen dilakukan untuk menjamin bahwa terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek yang diteliti. Validitas adalah ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan dan kesahihan suatu instrumen.

Menurut Sugiyono (2012, hlm.177) mengungkapkan bahwa instrumen yang valid harus mempunyai validitas internal dan eksternal. Instrumen yang mempunyai validitas internal atau rasional, bila kriteria yang ada dalam instrumen secara rasional (teoritis) telah mencerminkan apa yang diukur. Sedangkan validitas eksternal, apabila kriteria didalam instrumen disusun berdasarkan fakta-fakta empiris yang telah ada.

Validitas merupakan suatu ukuran yang menunjukkan tingkat keabsahan atau kesahihan suatu tes. Tes tersebut dikatakan valid apabila dapat mengukur apa yang hendak diukur. Skala atau instrument pengukur

dapat dikatakan mempunyai validitas yang tinggi apabila instrumen tersebut menjalankan fungsi ukurnya atau memberikan hasil ukur yang sesuai dengan maksud dilakukannya pengukuran tersebut. Sedangkan tes yang memiliki validitas rendah akan menghasilkan data yang tidak relevan dengan tujuan pengukuran.

Perhitungan validitas item instrument akan dilakukan dengan bantuan program SPSS, dengan langkah-langkah sebagai berikut :

1. Memilih program *SPSS for windows* pada perangkat komputer
2. Pada variabel *view*, ketik : Variabel X1-Y5, pada *Name*, Ketik *numeric* pada *type*, ketik : 8 pada *width*, ketik : 0 pada *decimals*, ketik : *none* pada *values*, ketik : *scale* pada *measure* dan yang lain diabaikan
3. Pada *data view*, input hasil kuesioner
4. Pada menu *analyze* di *toolbar*, kemudian pilih *submenu scale*, lalu *reliability analysis*
5. Pada kotak *reliability analysis*, pindahkan semua variabel yang akan diuji kesebelah kanan dengan mengklik tanda panah hitam
6. Pada option *statistic*, centang pada kotak *scale if item deleted*, lalu *continue*
7. Ketik OK, dan akan terlihat hasil perhitungannya.

Kemudian mengenai langkah-langkah keputusan pengujian validitas item instrument adalah sebagai berikut :

1. Item pertanyaan-pertanyaan responden penelitian dikatakan valid jika r_{hitung} lebih besar atau sama dengan r_{tabel} ($r_{hitung} \geq r_{kritis}$).
2. Item pertanyaan-pertanyaan responden penelitian dikatakan tidak valid jika r_{hitung} lebih kecil dari r_{tabel} ($r_{hitung} \leq r_{kritis}$). Nilai r_{kritis} sebesar 0,30.

Validitas item instrument ini dihitung dengan bantuan SPSS *Statistic 21.0 for Windows*. Berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan SPSS *Statistic 21.0 for Windows* diperoleh hasil pengujian validitas dari item pertanyaan dan pernyataan yang diajukan peneliti.

Berikut ini adalah hasil uji validitas dari item pertanyaan dan pernyataan yang diajukan peneliti.

Tabel 3.4
Hasil Uji Validitas Instrumen Penelitian

No	Pertanyaan	r hitung	r kritis	Keterangan
<i>Variabel Customer Value</i>				
1	Manfaat kamar yang Anda rasakan di hotel The Papandayan	0,563	0,30	<i>Valid</i>
2	Manfaat produk hotel The Papandayan selain kamar yang Anda rasakan	0,646	0,30	<i>Valid</i>
3	Manfaat <i>fast check in/out</i> yang Anda rasakan di hotel The Papandayan	0,630	0,30	<i>Valid</i>
4	Manfaat layanan kebutuhan dan keinginan personal yang Anda rasakan di hotel The Papandayan	0,583	0,30	<i>Valid</i>
5	Manfaat <i>room service</i> yang Anda rasakan di hotel The Papandayan	0,339	0,30	<i>Valid</i>
6	Manfaat lainnya yang ditawarkan oleh hotel The Papandayan kepada Anda (<i>free pick up, service, vip parking, etc.</i>)	0,526	0,30	<i>Valid</i>
7	Manfaat <i>guest relation officer</i> yang Anda rasakan di hotel The Papandayan	0,361	0,30	<i>Valid</i>
8	Manfaat keberadaan karyawan selain <i>guest relation officer</i> yang Anda rasakan di hotel The Papandayan	0,662	0,30	<i>Valid</i>
9	Manfaat <i>prestige</i> yang Anda terima saat menginap di hotel The Papandayan	0,709	0,30	<i>Valid</i>
10	Manfaat <i>vip invitation</i> yang diberikan hotel The Papandayan kepada Anda	0,550	0,30	<i>Valid</i>

Lanjutan Tabel 3.4

No	Pertanyaan	r hitung	r kritis	Keterangan
Variabel Customer Value				
11	Biaya moneter untuk kamar yang dikeluarkan Anda saat menginap di hotel The Papandayan	0,625	0,30	<i>Valid</i>
12	Biaya moneter selain untuk kamar yang dikeluarkan Anda saat menginap di hotel The Papandayan	0,500	0,30	<i>Valid</i>
13	Total biaya moneter yang dikeluarkan Anda saat menginap di hotel The Papandayan	0,655	0,30	<i>Valid</i>
14	Biaya waktu yang dikeluarkan saat melakukan reservasi di hotel The Papandayan	0,314	0,30	<i>Valid</i>
15	Biaya waktu yang Anda keluarkan untuk menjangkau hotel The Papandayan	0,577	0,30	<i>Valid</i>
16	Biaya waktu yang Anda keluarkan pada saat <i>check in/out</i>	0,696	0,30	<i>Valid</i>
Variabel Customer Loyalty				
17	Saya bersedia merekomendasikan hotel The Papandayan kepada orang lain/pihak lain	0,741	0,30	<i>Valid</i>
18	Saya bersedia merekomendasikan The Papandayan kepada orang lain/pihak lain dengan menggunakan sosial media	0,526	0,30	<i>Valid</i>
19	Saya bersedia untuk tetap memilih menginap di hotel The Papandayan tanpa terpengaruh harga rendah atau diskon yang ditawarkan hotel lain	0,718	0,30	<i>Valid</i>
20	Saya akan tetap menginap di hotel The Papandayan berapapun harga yang ditawarkan	0,596	0,30	<i>Valid</i>

Lanjutan Tabel 3.4

No	Pertanyaan	r hitung	r kritis	Keterangan
Variabel Customer Value				
21	Saya bersedia untuk menginap kembali di hotel The Papandayan	0,740	0,30	<i>Valid</i>
22	Saya bersedia untuk mencoba bilamana ada produk baru dari hotel The Papandayan	0,638	0,30	<i>Valid</i>
23	Saya bersedia untuk menyampaikan keluhan terhadap produk atau layanan yang dialami kepada hotel The Papandayan	0,727	0,30	<i>Valid</i>
24	Saya bersedia untuk memberikan saran terhadap produk atau layanan kepada hotel The Papandayan	0,586	0,30	<i>Valid</i>

Sumber : Hasil Pengolahan Data

Berdasarkan Tabel 3.4 di atas mengenai hasil uji validitas instrument penelitian, item-item pertanyaan variabel *customer value* dapat dinyatakan valid. Hal tersebut dikarenakan skor r_{hitung} lebih besar dari skor r_{kritis} yaitu 0,30. Tingkat pernyataan yang mendapatkan skor tertinggi yaitu Manfaat *prestige* yang Anda terima saat menginap di hotel The Papandayan dengan skor 0,709, sedangkan skor terendah yaitu Biaya waktu yang dikeluarkan saat melakukan reservasi di hotel The Papandayan dengan skor 0,314.

Hasil pengujian validitas berikutnya yaitu pengujian variabel *customer loyalty*. Pada pengujian ini yang mendapat nilai tertinggi yaitu Saya bersedia merekomendasikan hotel The Papandayan kepada orang lain/pihak lain dengan skor 0,741. Nilai terendah yaitu Saya bersedia merekomendasikan The Papandayan kepada orang lain/pihak lain dengan menggunakan sosial media dengan skor 0,526. Dari seluruh pertanyaan diatas instrument penelitian dapat dinyatakan valid.

3.6.2 Pengujian Reliabilitas

Realibilitas merupakan suatu ukuran yang menunjukkan bahwa suatu instrument cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpulan data karena instrumen tersebut sudah baik. Realibilitas menunjukkan tingkat keterandaian tertentu (Arikunto, 2009, hlm.145).

Keputusan uji reliabilitas ditentukan dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Jika koefisien internal seluruh item $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ dengan tingkat kesalahan 5% maka item pertanyaan dikatakan reliabel.
2. Jika koefisien internal seluruh item $r_{hitung} < r_{tabel}$ dengan tingkat kesalahan 5% maka item pertanyaan dikatakan tidak reliabel.

Uji reliabilitas instrument pada penelitian ini dilakukan dengan menggunakan program SPSS *Statistic 21.0 for Windows*.

Langkah-langkah pengujian reliabilitas instrument pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Pilih program SPSS for windows pada perangkat komputer
2. Pada variable view, ketik : Variabel X1-Y5, pada Name, Ketik numeric pada type, ketik : 8 pada width, ketik: 0 pada decimals, ketik : none pada values, ketik : scale pada measure dan yang lain diabaikan
3. Pada data view, input data hasil kuesioner
4. Pilih menu analyze di toolbar, kemudian pilih submenu scale, lalu reliability analysis
5. Pada kotak reliability analysis, pindahkan semua variable yang akan diuji ke sebelah kanan dengan mengklik tanda panah hitam
6. Ketik OK, dan akan terlihat hasil perhitungannya.

Keputusan uji reliabilitas ditentukan dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Jika koefisien internal seluruh item $(r_{11}) \geq r_{tabel}$ dengan tingkat signifikansi 5% maka item pertanyaan dikatakan reliabel.

2. Jika koefisien internal seluruh item (r_1) $< r_{tabel}$ dengan tingkat signifikansi 5% maka item pertanyaan dikatakan tidak reliabel.

Reliabel dapat terlihat apabila α masing-masing variabel lebih besar dibanding dengan koefisien *alpha cronbach* yang bernilai 0.077. Berikut adalah hasil uji reliabilitas instrument penelitian.

Tabel 3.5
Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian

No.	Variabel	r hitung (<i>Alpha Cronbach</i>)	r tabel	Keterangan
1	<i>Customer value</i> (X)	0,848	0,700	Reliabel
2	<i>Customer loyalty</i> (Y)	0,811	0,700	Reliabel

Sumber: Hasil Pengolahan Data

Dari hasil uji reliabilitas di atas dapat diketahui bahwa hasil tingkat *reliability* pada penelitian ini untuk *customer value* yaitu sebesar 0,848 dan untuk *customer loyalty* yaitu sebesar 0,811. Dengan demikian item pertanyaan dan pernyataan dapat dikatakan reliabel.

3.7 Rancangan Analisis Data

Dalam penelitian ini, akan digunakan dua jenis analisis yakni analisis deskriptif khususnya bagi variabel yang bersifat kualitatif dan analisis kuantitatif berupa hipotesis dengan statistik. Analisis deskriptif digunakan untuk melihat faktor penyebab sedangkan analisis kuantitatif lebih menitikberatkan dalam pengungkapan perilaku variabel penelitian. Analisis deskriptif yaitu menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul yang berasal dari jawaban responden atas item-item dalam kuesioner. Skala pengukuran yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan skala *likert*. Dengan skala *likert*, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi *indicator variable*. Kemudian variabel-variabel tersebut dijadikan titik tolak untuk menyusun item-item instrument yang berupa pernyataan. Responden akan menjawab pertanyaan atau pernyataan dengan

alternative jawaban diberikan nilai 1 sampai 5 berdasarkan skala *likert*. Nilai-nilai tersebut selanjutnya dijumlahkan untuk setiap responden.

Sedangkan untuk mengkategorikan hasil perhitungan digunakan kriteria penafsiran yang diambil dari 0% sampai 100% melalui bantuan alat statistik untuk mengolah data. Alat penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner/angket yang disusun oleh penulis berdasarkan variabel-variabel yang terdapat dalam penelitian.

3.7.1 Rancangan Analisis Data Deskriptif

Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif untuk mendeskripsikan variabel-variabel penelitian, antara lain :

1. Analisis data deskriptif tentang tanggapan *customer value* di The Papandayan.
2. Analisis data deskriptif tentang tanggapan *customer loyalty* di The Papandayan.

3.7.2 Rancangan Analisis Data Verifikatif

Dalam penelitian ini teknik analisis yang digunakan adalah regresi linier sederhana. Menurut Sugiyono (2011, hlm.261) menjelaskan bahwa analisis regresi sederhana didasarkan pada hubungan fungsional maupun kausal satu variabel dependen.

Dari penelitian ini diperoleh data ordinal, baik variabel X maupun variable Y. Sehingga data ordinal tersebut dapat memberikan informasi mengenai pengaruh *customer value* (X) terhadap variabel *customer loyalty* (Y). Oleh karena itu, penelitian ini akan meneliti pengaruh *customer value* (X) terhadap loyalitas pelanggan (Y).

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif yaitu analisis data yang dilakukan setelah data dari seluruh responden terkumpul. Dalam penelitian ini langkah-langkah dalam analisis data adalah :

1. Menyusun data : Penyusunan data dilakukan dengan memeriksa kelengkapan data mulai dari identitas responden hingga pengisian data yang disesuaikan dengan tujuan penelitian.
2. Memeriksa kesempurnaan dan kebenaran data yang terkumpul.
3. Tabulasi data : memberikan skor pada setiap item, menjumlahkan skor pada setiap item, mengubah jenis data dan menyusun ranking skor pada setiap variabel penelitian.
4. Menganalisis data : kegiatan ini dilakukan dimulai dari pengolahan data-data yang diperoleh, kemudian dianalisis dengan menginterpretasi data berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan rumus-rumus statistik.
5. Pengujian : proses pengujian hipotesis pada penelitian ini adalah metode verifikatif, oleh karena itu analisis dilakukan dengan menggunakan regresi sederhana.

Adapun analisis verifikatif yang dilakukan dalam penelitian ini menggunakan *method of successive interval* (MSI). *Method of successive interval* merupakan proses mengubah data ordinal menjadi data interval. Data ordinal harus di ubah dalam bentuk interval karena data ordinal sebenarnya adalah data kualitatif atau bukan angka sebenarnya. Data ordinal menggunakan angka sebagai simbol data kualitatif. Selanjutnya data yang telah berskala interval akan digunakan pasangan data variabel *independent* dengan variabel *dependent* serta ditentukan persamaan yang berlaku untuk pasangan-pasangan tersebut.

Langkah-langkah untuk melakukan transpormasi data tersebut dengan menggunakan SPSS 21.0 adalah sebagai berikut :

1. Buka excel
2. Klik file stat97.xla > klik enable macro
3. Masukkan data yang akan diubah. Dapat diketikkan atau kopi (dengan menggunakan perintah copy Paste) dari word atau SPSS di kolom A baris 1
4. Pilih Add In > Statistics > Successive Interval

5. Pilih *yes*
6. Pada saat kursor di Data Range Blok data yang ada sampai selesai, misalnya 15 data
7. Kemudian pindah ke *Cell Output*
8. Klik di kolom baru untuk membuat *output*, misalnya di kolom B baris 1
9. Tekan *next*
10. Pilih *select all*
11. Isikan minimum value 1 dan maksimum value 5 (atau sesuai dengan jarak nilai terendah sampai dengan teratas)
12. Tekan *next*
13. Tekan *finish*.

3.8 Teknik Analisis Linier Regresi Sederhana

Regresi linier adalah salah satu alat yang dapat digunakan dalam memprediksi permintaan dimasa yang akan datang berdasarkan data masa lalu untuk mengetahui pengaruh satu variabel bebas (*independent*) terhadap satu variabel tak bebas (*dependent*). Regresi linier dibagi menjadi dua yaitu regresi linier sederhana dan regresi linier berganda. Tujuan metode analisis regresi adalah untuk meramalkan atau memprediksi besaran nilai variabel tak bebas yang dipengaruhi oleh variabel bebas. Analisis regresi sederhana merupakan suatu proses memperkirakan secara sistematis tentang apa yang paling mungkin terjadi di masa yang akan datang berdasarkan informasi masa lalu dan sekarang yang dimiliki agar kesalahannya dapat diperkecil (Riduwan dan Akdon, 2010, hlm.133).

Analisis regresi yang digunakan pada penelitian ini yaitu analisis regresi sederhana untuk mengukur sesuai dengan tujuan metode analisis regresi yaitu untuk meramalkan atau memprediksi besaran nilai variabel tak bebas atau variabel dependen (Y) yaitu loyalitas pelanggan (*customer loyalty*) yang dipengaruhi oleh variabel bebas independen (X) yaitu *customer value*. Untuk pengolahan data dapat dilakukan dengan bantuan program SPSS 21.0 *for Windows*.

Menurut tujuan dilakukannya penelitian ini maka variabel yang dianalisis adalah variabel independen yaitu *customer value*, sedangkan variabel dependen adalah *customer loyalty*. Maka bentuk persamaan regresi sederhana dapat dirumuskan sebagai berikut.

$$Y = a + bX$$

(Sugiyono, 2010, hlm.260)

Keterangan :

Y = Subyek dalam variabel dependen yang diprediksikan

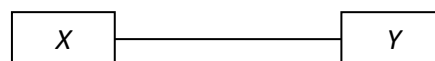
a = Harga Y bila X = 0 (harga konstan)

b = Angka arah atau koefisien regresi, yang menunjukkan angka peningkatan ataupun penurunan variabel dependen yang didasarkan pada variabel independen. Bila b (+) maka naik, dan bila (-) maka terjadi penurunan.

X = Subyek pada variabel independen yang mempunyai nilai tertentu

Regresi linier sederhana hanya memiliki satu peubah X yang dihubungkan dengan satu peubah tidak bebas Y. Seperti yang dijelaskan sebelumnya, penelitian ini menggunakan data interval setelah menggunakan data ordinal, maka setelah data penelitian berskala interval selanjutnya akan ditentukan pasangan data variabel independen dari semua sampel penelitian.

Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Gambar 3.1 berikut.



Gambar 3.1

Regresi Sederhana

Keterangan :

X = *Customer Value*

Y = *Customer Loyalty*

1.8.1 Uji Asumsi Regresi

1.8.1.1 Uji Asumsi Normalitas

Dalam melakukan analisis regresi syarat yang paling pertama adalah normalitas. Data yang mengandung data ekstrim biasanya tidak memenuhi asumsi normalitas. Jika sebaran data mengikuti sebaran normal maka populasi dari mana data diambil berdistribusi normal akan dianalisis menggunakan analisis parametik. Menurut Wahid Sulaiman (2004, hlm.88) untuk mendekati normalitas digunakan *normal probability plot*. Melalui *plot* ini masing-masing nilai pengamatan dipasang dengan nilai harapan dari distribusi normal apabila sebaran data terletak disekitar garis lurus yang melalui titik nol dan tidak mempunyai pola.

Pengolahan data yang dilakukan dengan bantuan SPSS 21.0 *for Windows* dengan langkah-langkah sebagai berikut :

- a) Buka *file* Analisis regresi, *Analyze, regression, linear*
- b) Masukkan variabel y pada kotak *dependent* dan variabel X pada kotak *independent*
- c) Pada kotak plots, pada Y di isi *DEPENDENT*, pada X diisi *ZRESID*
- d) Beri centang pada Normal Probability Plot
- e) Abaikan pilihan lain
- f) Ok.

1.8.1.2 Uji Asumsi Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas adalah varian residuan yang tidak konstan pada regresi sehingga akurasi hasil prediksi menjadi meragukan. Residu pada heteroskedastisitas semakin besar apabila pengamatan semakin besar. Suatu regresi dikatakan tidak terdeteksi heteroskedastisitas apabila penyebaran terhadap harga-harga prediksi tidak membentuk suatu pola tertentu (meningkat atau menurun).

Adapun pengolahan data yang dilakukan dengan bantuan SPSS 21.0 for Windows dengan langkah-langkah sebagai berikut :

- a) Buka file Analisis regresi, *Analyze, regression, linear*
- b) Masukkan variabel y pada kotak *dependent* dan variabel X pada kotak *independent*
- c) Pada kotak save klik *unstandardized*
- d) Abaikan pilihan lain
- e) Ok.

1.8.1.3 Uji Asumsi Multikolinearitas

Multikolinearitas adalah situasi adanya korelasi yang kuat antara variabel bebas yang satu dengan variabel bebas lainnya dalam analisis regresi. Apabila dalam analisis terdeteksi multikolinearitas maka angka estimasi koefisien regresi yang didapatkan mempunyai nilai yang tidak sesuai dengan substansi, sehingga dapat menyesatkan interpretasi. Selain itu juga nilai standar error setiap koefisien regresi dapat menjadi tidak terhingga.

Adapun pengolahan data yang dilakukan dengan bantuan SPSS 21.0 for Windows dengan langkah-langkah sebagai berikut :

- a) Buka file Analisis regresi, *Analyze, regression, linear*
- b) Masukkan variabel Y pada kotak *dependent* dan variabel X pada kotak *independent*
- c) Beri centang pada *collinearity diagnostics* kemudian klik tombol *continue*. Pada kotak dialog sebelumnya klik tombol ok.

1.8.1.4 Analisis Korelasi

Analisis korelasi bertujuan untuk mencari hubungan antara kedua variabel yang diteliti. Antara korelasi dan regresi keduanya mempunyai hubungan yang sangat erat. Korelasi yang tidak dilanjutkan dengan regresi adalah korelasi antara dua variabel yang

tidak mempunyai hubungan kausal/sebab akibat atau hubungan fungsional. Analisis regresi dilakukan bila hubungan dua variabel berupa hubungan kausal atau fungsional (Sugiono, 2013, hlm.269).

Untuk mengetahui besarnya keeratan hubungan dari variabel X terhadap variabel Y, menggunakan rumus *Pearson Product Moment* sebagai berikut :

$$r = \frac{n\sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{n\sum X^2 - (\sum X)^2\}} \sqrt{\{n\sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Keterangan :

r = nilai koefisien korelasi

n = banyaknya pasangan data X dan Y

$\sum X$ = total jumlah dari variabel X

$\sum Y$ = total jumlah dari variabel Y

$\sum X^2$ = kuadrat dari total jumlah variabel X

$\sum Y^2$ = kuadrat dari total jumlah variabel Y

$\sum XY$ = hasil perkalian dari total jumlah variabel X dan variabel Y

Berikut adalah interpretasi mengenai besarnya koefisien korelasi menurut Sugiyono (2013, hlm.184).

Tabel 3.6
Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi
Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat kuat

Sumber : Sugiyono (2013, hlm.184)

3.8.1.5 Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi adalah kuadrat koefisien korelasi. Dalam menggunakan koefisien determinasi dinyatakan dalam persen sehingga harus dikalikan 100%. Koefisien determinasi ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel X terhadap variabel Y dengan asumsi $0 \leq r^2 \leq 1$ menggunakan rumus :

$$KD = r^2 \times 100\%$$

(Riduwan dan Akdon, 2010, hlm.81)

Keterangan :

KD = nilai koefisien determinasi

r = nilai koefisien korelasi

3.9 Pengujian Hipotesis

Proses untuk menguji hipotesis dimana metode analisis yang akan dilakukan dalam penelitian ini adalah metode regresi sederhana. Dalam hal ini analisis regresi sederhana digunakan untuk mengukur pengaruh antara lebih dari satu variabel *independent* (variabel bebas) terhadap variabel terikat dengan menggunakan uji t. Uji t dilakukan untuk menguji koefisien regresi secara parsial dan individu. Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh langsung dan tidak langsung dari variabel independen terhadap variabel dependen dalam penelitian.

Tujuan pengujian hipotesis terhadap penerapan metode regresi linier sederhana adalah untuk meramalkan atau memprediksi nilai variabel bebas atau variabel independen (X) yaitu *customer value* terhadap variabel dependen (Y) yaitu *customer loyalty*. Pengujian hipotesis dapat dilihat dari hasil pengolahan data pada SPSS 21.0 *for windows* dengan melihat nilai probabilitasnya. Hipotesis yang akan diuji dalam rangka penerimaan atau penolakan hipotesis dapat ditulis sebagai berikut :

Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_a diterima dan H_o ditolak

Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_o diterima dan H_a ditolak

Atau apabila nilai probabilitas $> (0.05)$ yang merupakan derajat kebebasan dalam penelitian ini, maka H_a diterima, namun apabila nilai probabilitas $< (0,05)$ maka H_o diterima dan H_a ditolak. Kriteria pengambilan keputusan pengujian hipotesis secara statistik dalam rangka pengambilan keputusan penerimaan atau penolakan hipotesis dapat ditulis sebagai berikut :

Hipotesis yang akan diuji secara simultan dalam rangka penerimaan atau penolakan hipotesis dapat ditulis sebagai berikut :

1. Hipotesis $H_o : \rho = 0$

Artinya tidak terdapat pengaruh signifikan antara *customer value* terhadap loyalitas tamu yang menginap di The Papandayan Hotel Bandung.

2. Hipotesis $H_a : \rho \neq 0$

Artinya terdapat pengaruh signifikan antara *customer value* terhadap loyalitas tamu yang menginap di The Papandayan Hotel Bandung.