

BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1. Objek Penelitian

Penelitian ini meneliti mengenai *Involvement*, *Service Quality*, dan *Perceived Value* serta dampaknya terhadap *Intent to Renew Membership* di Bandung Giri Gahana Golf & Resort. Penelitian ini menggunakan empat variabel. Variabel menurut Uma Sekaran (2016, hlm.115) adalah apapun yang dapat membedakan atau membawa variasi pada nilai. Dalam penelitian ini terdapat dua variabel, yaitu :

1. *Independent variable* (variabel bebas)

Independent variable atau variabel bebas menurut Uma Sekaran (2016, hlm.117) adalah variabel yang mempengaruhi variabel terikat, entah secara positif atau negatif. Variabel bebas (X) dalam penelitian ini adalah *Involvement (X1)* yang terdiri dari *interest*, *Service Quality (X2)* yang terdiri dari *tangibles*, *empathy*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *Perceived Value (X3)* yang terdiri dari *receiving what you want*, *quality for price*, *receiving what you have paid for*.

2. *Dependent variable* (variabel terikat)

Menurut Uma Sekaran (2016, hlm.116) *dependent variable* atau variabel terikat merupakan variabel utama yang menjadi faktor yang berlaku dalam investigasi. Variabel terikat (Y) dalam penelitian ini adalah *intent to renew membership* yang terdiri dari *repurchase*, *valuable* dan *attractive service*.

Objek penelitian atau unit analisis dari penelitian ini adalah member Bandung Giri Gahana Golf & Resort. Berdasarkan objek penelitian atau unit analisis penelitian tersebut, diteliti mengenai pengaruh *involvement*, *service quality*, dan *perceived value* terhadap *intent to renew membership* di Bandung Giri Gahana Golf & Resort. Penelitian ini membutuhkan waktu kurang dari satu tahun. Oleh sebab itu, metode penelitian yang digunakan adalah *cross sectional*. Menurut Uma Sekaran (2016, hlm.177) mengemukakan bahwa *cross sectional study* adalah sebuah penelitian di mana data dikumpulkan hanya sekali, mungkin selama periode harian atau mingguan atau bulanan, untuk menjawab pertanyaan

Tina Juniar Puspitasari, 2017

UPAYA MENINGKATKAN INTENT TO RENEW MEMBERSHIP MELALUI INVOLUMENT, SERVICE QUALITY, DAN PERCEIVED VALUE DI BANDUNG GIRI GAHANA GOLF & RESORT

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

penelitian. Penelitian ini difokuskan pada penelitian tentang analisis *involvement*, *service quality*, dan *perceived value* yang berdampak pada *intent to renew membership*.

3.2. Metode Penelitian

3.2.1 Jenis Penelitian dan Metode yang Digunakan

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif dan kausalitas (verifikatif). Menurut Uma Sekaran (2016, hlm. 153) penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui dan menjadi mampu untuk menjelaskan karakteristik variabel yang diteliti dalam suatu situasi. Melalui jenis penelitian deskriptif maka dapat diperoleh deskripsi mengenai gambaran tingkat *involvement*, *service quality*, *perceived value*, dan gambaran tingkat *intent to renew membership*. Sedangkan penelitian verifikatif menurut Malhotra (2009, hlm. 104) merupakan penelitian untuk menguji secara kausal yaitu hubungan antara variabel independen dan dependen. Dalam hal ini dilakukan uji hipotesis yang dilakukan di lapangan terhadap partisipan yang menjadi member di Bandung Giri Gahana Golf & Resort untuk mengetahui pengaruh *involvement*, *service quality*, *perceived value* terhadap *intent to renew membership*.

Berdasarkan jenis penelitian yang digunakan, yakni deskriptif dan kausalitas (verifikatif), maka metode penelitian yang akan digunakan adalah metode penelitian kuantitatif dan metode *explanatory survey*. Menurut Sugiyono (2015, hlm. 13) metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Metode *explanatory survey* menurut Menurut Malhotra (2010, hlm. 96) mendefinisikan metode *Explanatory survey* adalah dilakukan untuk mengeksplorasi situasi masalah, yaitu untuk mendapatkan ide-ide dan wawasan ke dalam masalah yang dihadapi manajemen atau para peneliti tersebut. Penjelasan penelitian dalam bentuk wawancara mendalam atau kelompok fokus dapat memberikan wawasan berharga. Sehingga ditemukan kejadian-kejadian relatif, distribusi dan hubungan-hubungan antar variabel sosiologis maupun psikologis.

Tina Juniar Puspitasari, 2017

UPAYA MENINGKATKAN INTENT TO RENEW MEMBERSHIP MELALUI INVOLUMENT, SERVICE QUALITY, DAN PERCEIVED VALUE DI BANDUNG GIRI GAHANA GOLF & RESORT

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Berdasarkan penelitian tersebut yang menggunakan metode tersebut, informasi dari sebagian populasi dikumpulkan langsung di tempat kejadian secara empirik dengan tujuan untuk mengetahui pendapat dari sebagian populasi terhadap objek yang sedang diteliti.

3.2.2 Operasionalisasi Variabel

Operasional variabel menurut Silalahi (2012, hlm. 119). Kemungkinan lainnya, suatu definisi operasional merupakan spesifikasi kegiatan peneliti dalam mengukur suatu variabel atau memanipulasikannya. Variabel yang dikaji dan dianalisis dalam penelitian ini meliputi *Involvement (X1)* yang terdiri dari *interest*, *Service Quality (X2)* yang terdiri dari *tangibles*, *empathy*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *Perceived Value (X3)* yang terdiri dari *receiving what you want*, *quality for price*, *receiving what you have paid for*. Sedangkan *intent to renew membership (Y)* yang terdiri dari *repurchase*, *valuable* dan *attractive service*. Secara lebih rinci dapat terlihat pada Tabel 3.1.

TABEL 3.1
OPERATIONALISASI VARIABLE PENELITIAN

Variabel/Sub Variabel	Dimensi	Ukuran	Skala	Nomor Item
(1)	(2)	(3)	(5)	(6)
<i>Involvement (X1)</i>	“ <i>Involvement</i> didefinisikan sebagai relevansi 'seseorang yang dirasakan pada objek berdasarkan kebutuhan yang melekat, nilai-nilai, dan minat’”- Zaichkowsky(1985 dalam Clem 2013)			
		Tingkat penggunaan fasilitas lain (restaurant / kolam renang/ spa) secara teratur	Ordinal	III a 1
	<i>Interest</i>	Tingkat frekuensi bermain golf	Ordinal	III a 2
		Tingkat frekuensi dalam mengikuti <i>recreational activity</i> atau event-event	Ordinal	III a 3
<i>Service Quality (X2)</i>	“ <i>Service Quality</i> dianggap sebagai multi-atribut konstruk yang menjadi hasil dari perbandingan antara harapan pelanggan dan persepsi mereka tentang tindakan perusahaan.” - Parasuraman et al., (1985 dalam Clem 2013)			
		Tingkat keluasan area parkir	Ordinal	III b 1
	<i>Tangibles</i>	Tingkat kondisi fisik lapangan dan <i>clubhouse</i>	Ordinal	III b 2
		Tingkat kerapihan penampilan karyawan dan <i>caddie</i>	Ordinal	III b 3
	<i>Empathy</i>	Tingkat kemampuan karyawan dalam memahami kebutuhan partisipan	Ordinal	III b 4

Tina Juniar Puspitasari, 2017

UPAYA MENINGKATKAN INTENT TO RENEW MEMBERSHIP MELALUI INVOLUMENT, SERVICE QUALITY, DAN PERCEIVED VALUE DI BANDUNG GIRI GAHANA GOLF & RESORT

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Variabel/Sub Variabel	Dimensi	Ukuran	Skala	Nomor Item	
(1)	(2)	(3)	(5)	(6)	
	<i>Reliability</i>	Tingkat kemampuan karyawan dalam memberikan perhatian secara individual kepada partisipan	Ordinal	III b 5	
		Tingkat kenyamanan lapangan	Ordinal	III b 6	
		Tingkat kenyamanan clubhouse	Ordinal	III b 7	
		Tingkat kesesuaian pelayanan yang diberikan dengan apa yang dijanjikan	Ordinal	III b 8	
	<i>Responsiveness</i>	Tingkat kecepatanggapannya dalam proses pelayanan	Ordinal	III b 9	
		Tingkat kecepatanggapannya pelayanan saat partisipan membutuhkan bantuan	Ordinal	III b 10	
	<i>Assurance</i>	Tingkat kemampuan dalam memberikan rasa nyaman dan percaya diri terhadap partisipan	Ordinal	III b 11	
		Tingkat <i>product knowledge</i> seluruh karyawan dan caddie	Ordinal	III b 12	
	<i>Perceived Value (X3)</i>	“ <i>Perceived Value</i> merupakan manfaat yang diterima oleh pelanggan untuk harga layanan yang ditukar atau berdasarkan persepsi apa yang diterima dan apa yang dipertukarkan.” - Zeithaml, et al., (1988 dalam Clem 2013)			
		<i>Receiving what you want</i>	Tingkat kemampuan memberikan <i>great value</i> dibandingkan dengan klub lain	Ordinal	III c 1
		<i>Quality for price</i>	Tingkat kemampuan klub dalam memberikan penawaran harga produk dan jasa yang menarik dibandingkan dengan klub alternative lain	Ordinal	III c 3
		<i>Receiving what you have paid for</i>	Tingkat kemampuan klub memberikan produk dan layanan yang sesuai dengan harga yang dibayarkan di bandingkan klub lain	Ordinal	III c 5
<i>Intent to Renew Membership (Y)</i>	“Keputusan individu yang terkait dengan membeli layanan lagi, keputusan untuk terlibat dalam aktivitas masa depan dengan penyedia layanan, dan bentuk kegiatan ini akan berlangsung.” - Zeithaml, et al (1996 dalam Izbán, Balarabe & Balarabe, 2016)				
	<i>Repurchase</i>	Tingkat keinginan partisipan untuk memperpanjang membership	Ordinal	III d 2	
	<i>Valuable</i>	Tingkat keberhargaan membership dibandingkan bentuk-bentuk lain dari hiburan / rekreasi	Ordinal	III d 4	

Tina Juniar Puspitasari, 2017

UPAYA MENINGKATKAN INTENT TO RENEW MEMBERSHIP MELALUI INVOLUMENT, SERVICE QUALITY, DAN PERCEIVED VALUE DI BANDUNG GIRI GAHANA GOLF & RESORT

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Variabel/Sub Variabel	Dimensi	Ukuran	Skala	Nomor Item
(1)	(2)	(3)	(5)	(6)
	<i>Attractive service</i>	Tingkat kemampuan klub dalam menawarkan layanan yang menarik dibandingkan klub lain	Ordinal	III d 5

3.2.3 Jenis dan Sumber Data

Pengumpulan data dapat dilakukan dalam berbagai *setting*, berbagai sumber dan berbagai cara, bila dilihat dari sumber datanya, maka pengumpulan data terdiri dari sumber data primer dan sumber data sekunder. Menurut Sugiyono (2008, hlm. 193) data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data, dan data sekunder merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data. Untuk secara jelas mengenai data, jenis data dan sumber data yang dipergunakan dalam penelitian ini, maka penulis mengumpulkan dan menyajikannya dalam Tabel 3.2.

TABEL 3.2
JENIS DAN SUMBER DATA PENELITIAN

Jenis Data	Sumber
Data Sekunder	
Data klasifikasi lapangan golf	Manajemen Bandung Giri Gahana Golf & Resort
Daftar lapangan golf di Bandung dan sekitarnya	http://www.google.com
Data jumlah partisipan Golf Bandung Giri Gahana Golf & Resort 2014-2016	Laporan tahunan Bandung Giri Gahana Golf & Resort 2016.
Data member Bandung Giri Gahana Golf & Resort 2014-2016	Laporan tahunan Bandung Giri Gahana Golf & Resort 2016.
Data Primer	
Tanggapan Wisatawan Mengenai <i>involvement, service quality</i> dan <i>perceived value</i> di Bandung Giri Gahana Golf & Resort.	Penyebaran Kuesioner pada pengunjung Bandung Giri Gahana Golf & Resort.
Tanggapan Wisatawan Mengenai <i>Intent to renew membership</i> di Bandung Giri Gahana Golf & Resort.	Penyebaran Kuesioner pada pengunjung Bandung Giri Gahana Golf & Resort.

3.2.4 Populasi, Sampel Dan Teknik Sampel

3.2.4.1 Populasi

Sekaran dan Bougie (2010, hlm. 240) populasi mengacu pada seluruh kelompok orang, peristiwa, atau hal-hal yang menarik untuk diteliti lebih lanjut oleh seorang peneliti. Populasi bukan hanya orang, tetapi juga objek dan benda-benda alam yang lain. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada objek subjek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik/ sifat yang dimiliki subjek atau objek itu. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh member Bandung Giri Gahana Golf & Resort yang secara keseluruhan berjumlah 260 orang member.

3.2.4.2 Sampel

Menurut Sekaran dan Bougie (2010, hlm. 241) sampel adalah bagian dari populasi. Sampel merupakan subkelompok atau bagian dari populasi. Bila populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi. Apa yang dipelajari dari sampel itu, kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul *representatif* (mewakili).

Untuk menentukan sampel dari populasi yang telah ditetapkan perlu dilakukan pengukuran yang dapat menghasilkan jumlah, maka digunakan rumus Tabachnick dan Fidel, (2013, hlm. 123), mengemukakan pengukuran tersebut yaitu dengan rumus:

$$N \geq 50 + 8m$$

atau

$$N \geq 104 + m$$

Keterangan: m = jumlah variabel

N = jumlah sampel

Berdasarkan rumus tersebut, maka ukuran sampel pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$N \geq 104 + m$$

$$N \geq 104 + 4$$

$$N \geq 108$$

Jadi dalam penelitian ini ukuran sampel minimal dalam penelitian ini adalah 108 orang responden.

3.2.4.3 Teknik Sampling

Untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian, maka digunakan teknik *sampling*. Menurut Sugiyono (2015, hlm. 138) Teknik *sampling* pada dasarnya dapat dikelompokkan menjadi dua yaitu *probability sampling* dan *nonprobability sampling*.

1. Probability sampling

Probability sampling adalah teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel (Sugiyono 2015, hlm.139). Teknik ini meliputi *simple random sampling*, *proportionate stratified random sampling*, *disproportionate stratified random sampling*, dan *sampling area (cluster sampling)* atau *sampling* menurut daerah.

2. Nonprobability sampling

Nonprobability sampling adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sugiyono 2015, hlm. 141). Teknik ini meliputi *sampling sistematis*, *kuota*, *aksidental*, *purposive*, *jenuh*, dan *snowball*.

Penelitian ini menggunakan *probability sampling* dengan menggunakan *Sistematik random sampling* karena populasi bersifat heterogen. *Sistematik random sampling* adalah teknik *sampling* yang digunakan jika peneliti dihadapkan pada ukuran populasi yang banyak dan tidak memiliki alat pengambil data secara *random*.

3.2.5 Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data merupakan inti dari setiap kegiatan penelitian. Kualitas pengumpulan data berkenaan dengan ketepatan cara-cara yang digunakan untuk

Tina Juniar Puspitasari, 2017

UPAYA MENINGKATKAN INTENT TO RENEW MEMBERSHIP MELALUI INVOLUMENT, SERVICE QUALITY, DAN PERCEIVED VALUE DI BANDUNG GIRI GAHANA GOLF & RESORT

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

mengumpulkan data. Menurut Uma Sekaran (201, hlm. 116), teknik pengumpulan data merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari desain penelitian. Untuk mendapatkan data yang berhubungan dengan objek yang sedang diteliti dan diharapkan dapat menunjang penelitian, penulis melakukan pengumpulan data dengan cara:

1. Wawancara

Wawancara merupakan teknik pengumpulan data dengan cara melakukan tanya jawab langsung secara lisan dengan pihak-pihak yang dianggap dapat memberikan informasi yang sesuai dengan kebutuhan khususnya yang menyangkut *Involvement, Service Quality, Perceived Value* dan dampaknya terhadap *Intent to Renew Membership*. Adapun sumber informasi dalam penelitian ini adalah member Bandung Giri Gahana Golf & Resort.

2. Observasi

Observasi menurut Uma Sekaran (2013, hlm. 130) menyangkut menonton, merekam, analisa yang direncanakan dan interpretasi perilaku, tindakan, atau peristiwa. Hasil dari observasi dapat dijadikan data pendukung dalam menganalisis dan mengambil kesimpulan. Hasil dari observasi dapat dijadikan data pendukung dalam menganalisis dan mengambil kesimpulan. Observasi dalam penelitian ini akan dilaksanakan pada member Bandung Giri Gahana Golf & Resort.

3. Kuisisioner

Kuisisioner merupakan instrumen untuk pengumpulan data, di mana partisipan atau responden mengisi pertanyaan atau pernyataan yang diberikan oleh peneliti. Peneliti dapat menggunakan kuisisioner untuk memperoleh data yang terkait dengan pemikiran, perasaan, sikap, kepercayaan, nilai, persepsi, kepribadian dan perilaku dari responden. Dalam kata lain, para peneliti dapat melakukan pengukuran bermacam-macam karakteristik dengan menggunakan kuisisioner. Kuisisioner berisi pertanyaan mengenai karakteristik responden, *Involvement, Service Quality, Perceived Value* dan *Intent to Renew Membership* di Bandung Giri Gahana Golf & Resort. Setelah diisi oleh responden, pertanyaan tersebut dikumpulkan dan setelah itu dikaji untuk menjadi sebuah data yang riil.

4. Studi literatur

Studi literatur berupa usaha pengumpulan informasi yang berkaitan dengan teori-teori yang ada kaitannya dengan masalah dan variabel penelitian yang terdiri dari *Involvement*, *Service Quality*, *Perceived Value* dan *Intent to Renew Membership*. Teknik ini dilakukan untuk melengkapi data yang berkaitan dengan penelitian yang dapat menunjang pengolahan data dan mendukung data primer.

3.2.6 Hasil Pengujian Validitas serta Reliabilitas

3.2.6.1 Hasil Pengujian Validitas

Menurut Uma Sekaran (2013, hlm. 225) validitas adalah cara pengujian mengenai seberapa baik instrumen dikembangkan dengan konsep langkah-langkah tertentu yang ditujukan untuk mengukur variabel tertentu. Dari definisi tersebut, uji validitas dilakukan untuk memastikan seberapa baik suatu instrumen digunakan untuk mengukur konsep yang seharusnya diukur. Dengan demikian data yang valid yaitu data yang sinkron antara data yang dihasilkan peneliti dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek penelitian. Dalam penelitian ini yang akan diuji adalah validitas dari instrumen *involvement*, *service quality*, *perceived value* sebagai variabel X dan *intent to renew membership* sebagai variabel Y.

Tipe validitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah validitas konstruk, yaitu menentukan validitas dengan cara mengkorelasikan antar skor yang diperoleh dari masing-masing item berupa pertanyaan dengan skor totalnya. Skor total ini merupakan nilai yang diperoleh dari penjumlahan semua skor item. Berdasarkan ukuran statistik, bila ternyata skor semua item yang disusun menurut dimensi konsep berkorelasi dengan skor totalnya, maka dapat dikatakan bahwa alat ukur tersebut mempunyai validitas.

Langkah-langkah yang dilakukan untuk menguji validitas menurut Sekaran (2008, hlm. 110) adalah sebagai berikut :

1. Mendefinisikan secara operasional suatu konsep yang akan diukur.
2. Melakukan uji coba pengukur tersebut pada sejumlah responden.
3. Mempersiapkan tabel tabulasi jawaban.

Tina Juniar Puspitasari, 2017

UPAYA MENINGKATKAN INTENT TO RENEW MEMBERSHIP MELALUI INVOLUMENT, SERVICE QUALITY, DAN PERCEIVED VALUE DI BANDUNG GIRI GAHANA GOLF & RESORT

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

4. Menghitung nilai korelasi antara data pada masing-masing pertanyaan dengan skor total memakai rumus teknik korelasi *product moment*, yang rumusnya sebagai berikut :

$$r_{xy} = \frac{n \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{(n \sum x^2 - (\sum x)^2)(n \sum y^2 - (\sum y)^2)}}$$

Sumber: Sugiyono (2011, hlm. 183)

- Keterangan :
- r_{xy} : Korelasi skor item dan skor total item
 - n : Jumlah responden
 - x : Skor per item dalam variabel
 - y : Skor total item dalam variabel
 - $\sum x$: Jumlah skor dalam distribusi X
 - $\sum y$: Jumlah skor dalam distribusi Y
 - $\sum x^2$: Jumlah kuadrat dalam skor ditribusi X
 - $\sum y^2$: Jumlah kuadrat dalam skor distribusi Y

Keputusan pengujian validitas responden menggunakan taraf signifikansi sebagai berikut :

1. Nilai r dibandingkan dengan r tabel dengan $dk = n-2$ dan taraf signifikansi $\alpha = 0,05$
2. Item pertanyaan-pertanyaan responden penelitian dikatakan valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$.
3. Item pertanyaan-pertanyaan responden penelitian dikatakan tidak valid jika r_{hitung} lebih kecil dari $r_{hitung} < r_{tabel}$
4. Berdasarkan jumlah angket yang diuji sebanyak 30 responden dengan tingkat signifikansi 5% dan derajat kebebasan (dk) $n-2$ ($30-2=28$), maka didapat nilai r_{tabel} sebesar 0,361

Dalam penelitian ini, yang akan diuji adalah validitas dari variabel *Involvement*, *service quality*, *perceived value* sebagai instrumen variabel (X) dan *intent to renew membership* (Y). Perhitungan validitas item instrumen dilakukan dengan menggunakan program SPSS *Statistic 23 for windows*. Berikut merupakan hasil pengujian validitas *Involvement*, *service quality*, *perceived value* dan *intent to renew membership* yang disajikan dalam Tabel 3.3.

TABEL 3.3
HASIL UJI VALIDITAS ITEM PERTANYAAN INVOLVEMENT,
SERVICE QUALITY, PERCEIVED VALUE DAN INTENT TO RENEW
MEMBERSHIP

No.	Pertanyaan	r_{hitung}	Sig.	Taraf Sig.	Keterangan
a. Involvement					
Interest					
1.	Saya menggunakan fasilitas lain (restaurant/kolam renang/spa) secara teratur.	0,872	0,000	0,05	Valid
2.	Saya sering bermain golf di BGG.	0,859	0,000	0,05	Valid
3.	Saya sering mengikuti berbagai <i>recreational activity</i> atau event-event di BGG.	0,904	0,000	0,05	Valid
b. Service Quality					
Tangibles					
1.	BGG memiliki area parkir yang luas.	0,426	0,019	0,05	Valid
2.	BGG memiliki lapangan dan <i>clubhouse</i> dengan kondisi fisik yang baik.	0,775	0,000	0,05	Valid
3.	Karyawan dan <i>caddie</i> di BGG berpenampilan rapih.	0,824	0,000	0,05	Valid
Empathy					
4.	Seluruh karyawan di BGG memiliki kemampuan yang baik dalam memahami kebutuhan.	0,791	0,000	0,05	Valid
5.	Seluruh karyawan di BGG memiliki kemampuan yang baik dalam memberikan perhatian secara individual.	0,527	0,000	0,05	Valid
Reliability					
6.	Saya merasa nyaman dengan lapangan di BGG.	0,595	0,001	0,05	Valid
7.	Saya merasa nyaman ketika berada di <i>clubhouse</i> .	0,624	0,000	0,05	Valid
8.	BGG memberikan pelayanan yang sesuai dengan apa yang dijanjikan.	0,705	0,000	0,05	Valid
Responsiveness					
9.	Seluruh karyawan BGG cepat tanggap dalam proses pelayanan.	0,610	0,000	0,05	Valid

Tina Juniar Puspitasari, 2017

UPAYA MENINGKATKAN INTENT TO RENEW MEMBERSHIP MELALUI INVOLVEMENT, SERVICE QUALITY, DAN PERCEIVED VALUE DI BANDUNG GIRI GAHANA GOLF & RESORT

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

No.	Pertanyaan	r_{hitung}	Sig.	Taraf Sig.	Keterangan
10.	Seluruh karyawan BGG cepat tanggap ketika saya membutuhkan bantuan.	0,816	0,000	0,05	Valid
Assurance					
11.	Seluruh karyawan dan <i>caddie</i> membuat saya merasa nyaman dan percaya diri.	0,434	0,017	0,05	Valid
12.	Seluruh karyawan dan <i>caddie</i> memiliki <i>product knowledge</i> yang baik.	0,625	0,000	0,05	Valid
c. Perceived Value					
Receiving what you want					
1.	BGG memberikan <i>great value</i> dibandingkan dengan klub-klub lain.	0,864	0,000	0,05	Valid
Quality for price					
2.	BGG memberikan penawaran harga produk / jasa yang menarik dibandingkan dengan klub alternative lain.	0,861	0,000	0,05	Valid
Receiving what you want					
3.	BGG memberikan produk dan jasa yang sesuai dengan harga yang dibayarkan di bandingkan klub lain.	0,914	0,000	0,05	Valid
d. Intent to Renew Membership					
Repurchase					
1.	Saya berniat melanjutkan membership saya di BGG.	0,872	0,000	0,05	Valid
Valuable					
2.	Keanggotaan saya di BGG ini lebih berharga daripada bentuk-bentuk lain dari hiburan / rekreasi.	0,859	0,000	0,05	Valid
Attractive service					
3.	Dibandingkan dengan klub lainnya, BGG menawarkan layanan yang lebih menarik.	0,904	0,000	0,05	Valid

Berdasarkan hasil pengujian validitas di atas, semua item dalam variabel *involvement*, *service quality*, *perceived value*, dan *intent to renew membership* dinyatakan valid karena nilai signifikansi lebih kecil dibandingkan

Tina Juniar Puspitasari, 2017

UPAYA MENINGKATKAN INTENT TO RENEW MEMBERSHIP MELALUI INVOLUMENT, SERVICE QUALITY, DAN PERCEIVED VALUE DI BANDUNG GIRI GAHANA GOLF & RESORT

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

dengan taraf signifikansi yang bernilai 0,05. Sedangkan kolom r_{hitung} dipergunakan apabila nilai tersebut dibandingkan dengan nilai r_{tabel} sebesar 0,361.

3.2.6.2 Pengujian Reliabilitas

Menurut Uma Sekaran (2013, hlm. 228) pengujian reliabilitas menunjukkan sejauh mana pengukuran itu tanpa prasangka (bebas dari kesalahan) dan karenanya memastikan pengukuran yang konsisten sepanjang waktu dan di berbagai item dalam instrumen. Dapat disimpulkan bahwa reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuisisioner yang memberikan hasil pengukuran yang terpercaya. Rumus yang digunakan untuk mengukur reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan uji *Cronbach Alpha* karena alternatif jawaban pada instrumen penelitian lebih dari dua. Rumusnya adalah sebagai berikut :

$$r_{11} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[\frac{1 - \sum \sigma b^2}{\sigma_1^2} \right]$$

Sumber: Husein Umar, 2009, hlm. 170.

Keterangan : r_{11} : Reliabilitas instrumen
 k : Banyaknya butir pertanyaan
 $\sum \sigma b^2$: Jumlah varian total
 σ_1^2 : Varian total

Jumlah varian butir dapat dicari dengan cara mencari nilai varian tiap butir, kemudian jumlahkan, seperti berikut ini:

$$\sigma = \frac{\sum x^2 - \frac{(\sum x)^2}{n}}{n}$$

Keterangan : n , hlm. Jumlah responden
 x , hlm. Nilai skor yang dipilih (total nilai dari nomor-nomor butir pertanyaan)

Keputusan uji reliabilitas ditentukan dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Item pertanyaan dikatakan reliable apabila nilai Cronbach Alfa > 0,70
2. Item pertanyaan dikatakan tidak reliable apabila nilai Cronbach Alfa < 0,70

Perhitungan reliabilitas item pertanyaan dilakukan dengan menggunakan *software SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) 23for windows.*

Instrumen dinyatakan reliabel atau memiliki tingkat keandalan tinggi jika $C\sigma$ (koefisien *alpha cronbrach*) bernilai $\geq 0,700$. Berikut merupakan hasil pengujian reliabilitas yang disajikan dalam Tabel 3.4.

TABEL 3.4
HASIL UJI RELIABILITAS *CRONBACH'S ALPHA*

No.	Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Minimum Koefisien (<i>Cronbach's Alpha</i>)	Keterangan
1.	<i>Involvement</i>	0,852	0,700	Reliabel
2.	<i>Service Quality</i>	0,875	0,700	Reliabel
3.	<i>Perceived Value</i>	0,853	0,700	Reliabel
4.	<i>Intent to renew membership</i>	0,852	0,700	Reliabel

Pengukuran reliabilitas variabel *Involvement*, *Service Quality*, *Perceived Value* dan *Intent to renew membership* dinyatakan reliabel karena skor *cronbach's alpha* lebih besar dibandingkan dengan koefisien (*cronbach's alpha*) yang bernilai 0,700. Variabel *Service Quality* memiliki nilai *cronbach's alpha* tertinggi sebesar 0,875 lalu *perceived value* sebesar 0,852 sedangkan variabel *involvement* dan *intent to renew membership* memiliki nilai *cronbach's alpha* sebesar 0,852.

3.2.7 Rancangan Analisis Data

Dalam pelaksanaan penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif dan verifikatif yang dilaksanakan melalui pengumpulan data di lapangan. Data yang diperoleh dan dikumpulkan kemudian diolah dan dianalisis. Tujuan pengolahan data adalah untuk memberikan keterangan yang berguna, serta menguji hipotesis yang telah dirumuskan dalam penelitian ini. Maka dari itu, teknik analisis data diarahkan pada pengujian hipotesis serta menjawab masalah yang diajukan. Alat penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner. Kuesioner ini disusun berdasarkan variabel yang terdapat dalam penelitian.

3.2.7.1 Rancangan Analisis Data Deskriptif

Analisis data deskriptif yang digunakan dalam penelitian ini untuk mendeskripsikan variable-variabel penelitian, antara lain:

1. Distribusi frekuensi adalah distribusi matematika dengan tujuan memperoleh hitungan jumlah tanggapan terkait dengan nilai yang berbeda dari satu variabel dan dua variabel mengungkapkan jumlah dalam persentase. (Naresh K. Malhotra, 2009, hlm. 480).
2. Analisis statistik *coss-tabulation* ialah teknik statistik yang menggambarkan dua atau lebih variabel secara bersamaan dan hasil dalam tabel yang mencerminkan bahwa distribusi gabungan dari dua atau lebih variabel yang memiliki sejumlah kategori atau nilai-nilai yang berbeda Analisis statistik *coss-tabulation* digunakan untuk mengetahui distribusi frekuensi respon dari hubungan diantara dua variabel penelitian dalam bentuk baris dan kolom. (Naresh K. Malhotra, 2009, hlm. 493)
3. Untuk perhitungan skor ideal, terdapat lima tahapan perhitungan yaitu:
 - a. Nilai indeks maksimum = skor tertinggi x jumlah item x jumlah responden
 - b. Nilai indeks minimum = skor terendah x jumlah item x jumlah responden
 - c. Jenjang variabel = nilai indeks maksimum – nilai indeks minimum
 - d. Jarak interval = jenjang, hlm. banyaknya kelas interval
4. Analisis data deskriptif mengenai *Involvement (X1)* yang terdiri dari *interest*, *Service Quality (X2)* yang terdiri dari *tangibles*, *empathy*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *Perceived Value (X3)* yang terdiri dari *receiving what you want*, *quality for price*, *receiving what you have paid for*.
5. Analisis deskriptif mengenai *Intent to renew membership* memberdi Bandung Giri Gahana Golf & Resort.

3.2.8 Pengujian Hipotesis

Analisis berikutnya adalah analisis verifikatif. Analisis data dilakukan setelah data seluruh responden terkumpul. Berikut langkah-langkah dalam kegiatan analisis data dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. *Method of Successive Internal* (MSI)

Menurut Sedarmayanti dan Syarifudin Hidayat (2011, hlm. 55) *Method of Successive Interval* (MSI), yaitu metode penskalaan untuk menaikkan skala pengukuran ordinal ke skala pengukuran interval. Jadi, MSI dapat dikatakan mentransformasi data pengukuran ordinal menjadi interval. Langkah-langkah untuk melakukan transformasi data tersebut adalah sebagai berikut :

- a. Menghitung frekuensi (f) pada setiap pilihan jawaban berdasarkan hasil jawaban responden pada setiap pertanyaan.
- b. Berdasarkan frekuensi yang diperoleh untuk setiap pertanyaan, dilakukan perhitungan proporsi (p) setiap pilihan jawaban dengan cara membagi frekuensi dengan jumlah responden.
- c. Berdasarkan proporsi tersebut, selanjutnya dilakukan perhitungan proporsi kumulatif untuk setiap pilihan jawaban.
- d. Menentukan nilai batas Z (tabel normal) untuk setiap pertanyaan dan setiap pilihan jawaban.
- e. Menentukan nilai interval rata-rata untuk setiap pilihan jawaban melalui persamaan sebagai berikut :

$$Scale\ Value = \frac{(Density\ at\ lower\ limit) - (Density\ at\ upper\ limit)}{(Area\ below\ upper\ limit) - (Area\ below\ lower\ limit)}$$

2. Menyusun Data

Mengecek kelengkapan identitas responden, kelengkapan data dan pengisian data yang disesuaikan dengan tujuan penelitian untuk mengetahui karakteristik responden.

3. Seleksi data

Kegiatan menyeleksi data untuk memeriksa kesempurnaan dan kebenaran data yang terkumpul

4. Tabulasi Data

Kegiatan ini meliputi memberi skor pada setiap item, menjumlahkan skor pada setiap item, menyusun ranking skor pada setiap variabel penelitian

5. Menganalisis Data

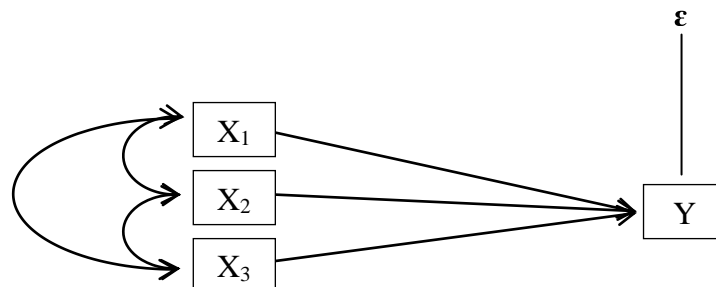
Menganalisis data yaitu proses pengolahan data dengan menggunakan rumus-rumus statistik, menginterpretasi data agar diperoleh suatu kesimpulan.

Dalam penelitian ini Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis jalur atau *path analysis*. Menurut Bohrnstedt Riduan & Achmad (2014, hlm. 2) *path analysis* merupakan sebuah teknik yang digunakan untuk menganalisis pola hubungan antar variabel dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh langsung maupun tidak langsung dari seperangkat variabel bebas (eksogen) terhadap variabel terikat (endogen).

Analisis jalur digunakan untuk menentukan besarnya pengaruh baik secara langsung maupun tidak langsung *independent variable* (X) yaitu *Involvement* (X_1) yang terdiri dari *interest*, *Service Quality* (X_2) yang terdiri dari *tangibles*, *empathy*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *Perceived Value* (X_3) yang terdiri dari *receiving what you want*, *quality for price*, *receiving what you have paid for* terhadap *dependentvariable* (Y) yaitu *intent to renew membership* di Bandung Giri Gahana Golf & Resort.

Pengujian hipotesis dilakukan dengan langkah-langkah sebagai berikut :

1. Menggambarkan struktur hipotesis



GAMBAR 3.1
STRUKTUR KAUSAL ANTARA X DAN Y

Keterangan:

X_1 = *Involvement*

X_2 = *Service Quality*

X_3 = *Perceived Value*

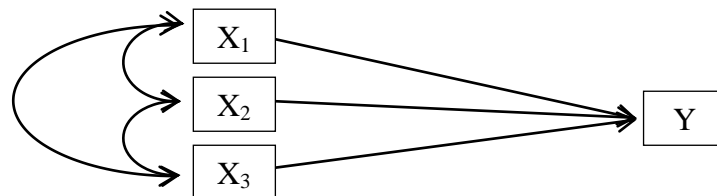
Y = *Intent to renew membership*

ε = Epsilon (variabel lain yang tidak diteliti)

Struktur hubungan tersebut menunjukkan bahwa *Involvement*, *Service Quality*, dan *Perceived Value* berpengaruh terhadap *intent to renew membership*. Selain itu terdapat faktor lain yang mempengaruhi hubungan antara X (*Involvement*, *Service Quality*, *Perceived Value*) dan Y (*intent to renew membership*) yaitu variabel residu dan dilambangkan dengan ε namun pada penelitian ini variabel tersebut tidak diperhatikan.

Struktur hubungan antara X dan Y diuji melalui analisis jalur dengan hipotesis berbunyi terdapat pengaruh yang signifikan antara *Involvement* (X_1) yang terdiri dari *interest*, *Service Quality* (X_2) yang terdiri dari *tangibles*, *empathy*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *Perceived Value* (X_3) yang terdiri dari *receiving what you want*, *quality for price*, *receiving what you have paid for* terhadap *intent to renew membership* (Y).

- Selanjutnya diagram hipotesis tersebut diterjemahkan ke dalam beberapa sub hipotesis yang menyatakan pengaruh sub variabel independen yang paling dominan terhadap variabel dependen. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Gambar 3.2



GAMBAR 3.2

DIAGRAM JALUR SUB STRUKTUR

Keterangan :

Y = *Intent to renew membership*

X = *Involvement, Service Quality, Perceived Value*

X_1 = *Involvement*

X_2 = *Service Quality*

X_3 = *Perceived Value*

3. Menghitung matriks korelasi antar variabel bebas

$$R = \begin{pmatrix} & X_1 & X_2 & X_3 \\ X_1 & 1 & r_{X_2X_1} & r_{X_3X_1} \\ X_2 & & 1 & r_{X_3X_2} \\ X_3 & & & 1 \end{pmatrix}$$

4. Identifikasi persamaan sub struktur hipotesis

Menghitung matriks invers korelasi

$$R^{-1} = \begin{pmatrix} & X_1 & X_2 & X_3 \\ X_1 & C_{1.1} & C_{1.2} & C_{1.3} \\ X_2 & & C_{2.2} & C_{2.3} \\ X_3 & & & C_{3.3} \end{pmatrix}$$

5. Menghitung semua koefisien jalur melalui rumus

$$\begin{pmatrix} \rho_{YX1} \\ \rho_{YX2} \\ \rho_{YX3} \end{pmatrix} = \begin{pmatrix} X_1 & X_2 & X_3 \\ C_{1.1} & C_{1.2} & C_{1.3} \\ & C_{1.2} & C_{1.3} \\ & & C_{1.3} \end{pmatrix} \begin{pmatrix} \Gamma_{YX1.1} \\ \Gamma_{YX1.2} \\ \Gamma_{YX1.3} \end{pmatrix}$$

6. Hitung R^2Y (X_1, X_2, X_3) yaitu koefisien yang menyatakan determinasi total X_1, X_2, X_3 terhadap Y dengan menggunakan rumus

$$R^2Y (X_1, \dots, X_3) = (\rho_{YX1} \dots \rho_{YX3}) \begin{pmatrix} r_{YX1} \\ | \\ r_{YX3} \end{pmatrix}$$

- e. Selanjutnya menghitung pengaruh langsung maupun tidak langsung dari setiap variabel

Pengaruh X_1 terhadap Y

Pengaruh langsung	= $\rho_{YX1} \cdot \rho_{YX1}$
Pengaruh tidak langsung melalui (X_2)	= $\rho_{YX1} \cdot r_{X1X2} \cdot \rho_{YX2}$
Pengaruh tidak langsung melalui (X_3)	= $\rho_{YX1} \cdot r_{X1X3} \cdot \rho_{YX3} +$
Pengaruh total (X_1) terhadap Y	=

Pengaruh X_2 terhadap Y

Pengaruh langsung	= $\rho_{YX2} \cdot \rho_{YX2}$
Pengaruh tidak langsung melalui (X_1)	= $\rho_{YX2} \cdot r_{X1X2} \cdot \rho_{YX1}$
Pengaruh tidak langsung melalui (X_3)	= $\rho_{YX2} \cdot r_{X1X3} \cdot \rho_{YX3} +$
Pengaruh total (X_2) terhadap Y	=

Pengaruh X_3 terhadap Y

Pengaruh langsung	= $\rho_{YX3} \cdot \rho_{YX3}$
Pengaruh tidak langsung melalui (X_1)	= $\rho_{YX3} \cdot r_{X1X3} \cdot \rho_{YX1}$
Pengaruh tidak langsung melalui (X_2)	= $\rho_{YX3} \cdot r_{X1X2} \cdot \rho_{YX2} +$
Pengaruh total (X_3) terhadap Y	=

f. Menghitung pengaruh variabel lain (ϵ) dengan rumus sebagai berikut:

$$\rho_{y\epsilon} = \sqrt{1 - R^2 y(x_1, x_2, x_3)}$$

7. Keputusan penerimaan atau penolakan H_0

Rumusan hipotesis operasional

a. Secara Simultan

H_0 , hlm. $\rho_{YX1} = \rho_{YX2} = \rho_{YX3} = 0$, artinya tidak terdapat pengaruh signifikan antara *involvement*, *service quality*, dan *perceived value* terhadap *intent to renew membership*.

H_a , hlm. Sekurang-kurangnya ada sebuah $\rho_{YX_i} \neq 0$, artinya terdapat pengaruh signifikan antara antara *involvement*, *service quality*, dan *perceived value* terhadap *intent to renew membership*.

($i = 1, 2, 3$)

Pengujian hipotesis ini dengan menggunakan uji f dihitung dengan rumus:

$$f = \frac{(n - k - 1) \sum_{i=1}^k \rho_{yx1} \rho_{yx1}}{k(1 - \sum_{i=1}^k \rho_{yx1} \rho_{yx1})}$$

Keterangan : n = banyaknya responden

k = banyaknya variabel bebas

Kriteria pengambilan keputusan untuk hipotesis yang diajukan adalah :

Jika $f_{hitung} > f_{tabel}$, maka H_0 ditolak artinya X berpengaruh terhadap Y

Jika $f_{hitung} < f_{tabel}$, maka H_0 diterima artinya X tidak berpengaruh terhadap Y

b. Secara Parsial

H_0 : $\rho_{YX1} = 0$, artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara *Involvement* terhadap *intent to renew membership*.

H_a : $\rho_{YX1} \neq 0$, artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara *Involvement* terhadap *intent to renew membership*.

H_0 : $\rho_{YX2} = 0$, artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara *Service quality* terhadap *intent to renew membership*.

Tina Juniar Puspitasari, 2017

UPAYA MENINGKATKAN INTENT TO RENEW MEMBERSHIP MELALUI INVOLUMENT, SERVICE QUALITY, DAN PERCEIVED VALUE DI BANDUNG GIRI GAHANA GOLF & RESORT

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Ha : $\rho_{YX2} \neq 0$, artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara *Service quality* terhadap *intent to renew membership*.

Ho : $\rho_{YX3} = 0$, artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara *Perceived value* terhadap *intent to renew membership*.

Ha : $\rho_{YX3} \neq 0$, artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara *Perceived value* terhadap *intent to renew membership*.

Pengujian hipotesis ini dengan menggunakan uji t dihitung dengan rumus:

$$t = \frac{\rho_{YX_i} - \rho_{YX_i}}{\sqrt{\frac{(1-R^2_{y(x_1, \dots, x_3)})(C_{ii} + C_{ii} + C_{ii})}{(n-k-1)}}$$

Kriteria pengambilan keputusan dengan pengujian secara individual dengan uji t adalah :

Tolak H_0 jika $t_{hitung} \geq t_{(mendekati\ 100\%)(n-k-1)}$

Terima H_0 jika $t_{hitung} < t_{(mendekati\ 100\%)}$

Secara statistik hipotesis yang akan di uji berada pada taraf kesalahan 0,05 dengan derajat kebebasan dk (n-2). Langkah-langkah teknik analisis data diatas, dibantu dengan menggunakan program SPSS versi 20 yaitu menguji pengaruh variabel *Involvement (X1)* yang terdiri dari *interest, Service Quality (X2)* yang terdiri dari *tangibles, empathy, reliability, responsiveness, assurance* dan *Perceived Value (X3)* yang terdiri dari *receiving what you want, quality for price, receiving what you have paid for* terhadap *intent to renew membership (Y)* di Bandung Giri Gahana Golf & Resort.

Sesuai dengan kriteria pengambilan keputusan untuk hipotesis, maka :

Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak artinya X berpengaruh terhadap Y.

Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima artinya X tidak berpengaruh terhadap Y.