

BAB III

OBJEK DAN METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Penelitian ini menganalisis tentang pengaruh pelayanan terbaik (*service excellence*) terhadap minat beli ulang (*repurchase intention*). Objek penelitian yang menjadi variabel bebas (*independent variabel*) adalah *service excellence* (variabel X) yang terdiri dari *delivering the promise, providing a personal touch, going the extra mile, dealing well with the problem and queries*. Sedangkan yang menjadi variabel terikat (*dependent variabel*) adalah *repurchase intention* (variabel Y) dengan *customer satisfaction* sebagai variabel moderating.

Unit analisis dalam penelitian ini adalah tamu individu yang menginap di hotel aryaduta bandung. Penelitian ini dilakukan dalam kurun waktu kurang dari satu tahun, maka pendekatan yang digunakan adalah metode *cross sectional*. Menurut Uma Sekaran (2011:117) “penelitian *cross sectional* adalah sebuah metode penelitian yang dapat dilakukan selama periode harian, mingguan atau bulanan dalam rangka menjawab pertanyaan penelitian”.

3.2 Metode Penelitian

3.2.1 Jenis Penelitian dan Metode Penelitian yang Digunakan

Penelitian ini menggunakan dua jenis penelitian yaitu penelitian deskriptif dan verifikatif. Dalam penelitian ini akan diuji apakah *service excellence* berpengaruh terhadap *customer repurchase intention* yang menginap di Hotel Aryaduta Bandung. Menurut sugiyono (2012:11) bahwa penelitian deskriptif adalah “penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan dengan variabel lain”.

Menurut Suharsini Arikunto (2009:8) mengungkapkan bahwa “penelitian verifikatif pada dasarnya ingin menguji kebenaran suatu hipotesis yang dilaksanakan melalui pengumpulan data di lapangan dimana pengujian hipotesis yang dilaksanakan melalui pengumpulan data di lapangan dimana pengujian hipotesis tersebut menggambarkan perhitungan statistik. Dalam penelitian ini, penelitian verifikatif bertujuan untuk mengetahui pengaruh *service excellence*

yang digunakan oleh hotel aryaduta bandung terhadap *customer repurchase intention*.

Berdasarkan jenis penelitian yakni deskriptif dan verifikatif, maka metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *explanatory survey*. Menurut Sugiyono (2010:54), metode *explanatory survey* merupakan metode penelitian yang bermaksud menjelaskan kedudukan variabel-variabel yang di teliti serta pengaruh antara suatu variabel dengan variabel yang lain.

3.2.2 Operasionalisasi Variabel

Menurut Ulber Silalahi (2010:201) mengungkapkan bahwa “operasional variabel merupakan kegiatan mengurai variabel menjadi sejumlah variabel operasional atau variabel empiris (*indicator, item*) yang menunjukkan langsung pada hal-hal yang dapat diamati atau diukur”. Penelitian ini meliputi dua variabel inti, yaitu variabel bebas dan terikat.

Uma Sekaran (2011:116) mendefinisikan variabel bebas sebagai berikut:

Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi variabel terikat, entah secara positif maupun negative, yaitu jika terdapat variabel bebas, variabel terikat juga hadir, dan dengan setiap unit kenaikan dalam variabel bebas terdapat pula kenaikan atau penurunan dalam variabel terikat.

Sedangkan yang dimaksud variabel terikat menurut Sugiyono (2012:59) “merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas”. Variabel yang diteliti dalam penelitian ini adalah *service excellence* (X) yang terdiri dari *delivering the promise* (X1), *providing a personal touch* (X2), *going the extra mile* (X3), *dealing with problems and queries* (X4). Sedangkan yang menjadi variabel terikat (*dependent variabel*) adalah *customer repurchase intention* (Y) dan *customer satisfaction* sebagai variabel moderating. Secara lebih rinci operasional variabel disajikan pada Tabel 3.1 sebagai berikut:

TABEL 3.1
OPERASIONALISASI VARIABEL

Variabel/ Sub Variabel	Konsep	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
<i>Service Excellence</i> (X)	<i>Service Excellence is about the providing services that surpasses customer anticipations and involves customer delight</i> (Gillani et al, 2016 hlm 8)				
<i>Delivering the promise</i> (X1)	<i>Indicate that the front liners are aware of the basics of the quick service, reliable, providing a sense of safety, employees are always available and always give the warmth.</i>	<i>Always do what they say</i>	Tingkat intensitas <i>frontliner</i> memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan	Interval	3.1
		<i>Quick Service</i>	Tingkat realisasi <i>frontliner</i> memberikan akses cepat pada tamu	Interval	3.2
		<i>Always available</i>	Tingkat kesediaan <i>frontliner</i> dalam memberikan kamar sesuai dengan keinginan tamu	Interval	3.3
		<i>Deliver consistently</i>	Tingkat kemampuan <i>frontliner</i> dalam memberikan pelayanan yang konsisten terhadap tamu	Interval	3.4
		<i>Always reliable</i>	Tingkat keakuratan <i>frontliner</i> dalam memberikan informasi yang diminta tamu	Interval	3.5
<i>Providing a personal touch</i> (X2)	<i>Going a personal touch, including treating customers well, providing personalized</i>	<i>Friendly</i>	Tingkat keramahan karyawan dalam menyambut tamu <i>check-in/check-out</i>	Interval	3.6

	<i>service, understanding customers needs, friendly and caring</i>		Tingkat kehangatan karyawan dalam menyambut kedatangan tamu	Interval	3.7
		<i>Providing personalized service</i>	Tingkat kemampuan karyawan dalam memberikan pelayanan secara personal	Interval	3.8
		<i>Caring</i>	Tingkat kepedulian karyawan dalam membantu kesulitan tamu	Interval	3.9
<i>Going an extra mile (X3)</i>	<i>Finding additional needs, and provide extra services, doing more than required. Exceed customers expectations and surprise customers</i>	<i>Provide extra services</i>	Tingkat kemampuan karyawan dalam memberikan pelayanan lebih dari harapan pelanggan	Interval	3.10
			Tingkat kekonsistenan hotel dalam memberikan <i>welcome letter</i> , dan <i>welcome fruits</i> pada tamu	Interval	3.11
		<i>Anticipated customers need</i>	Tingkat intensitas karyawan dalam mengantisipasi keinginan dan kebutuhan tamu	Interval	3.12
		<i>Surprise customer</i>	Tingkat intensitas karyawan dalam memberikan <i>special attention treatment</i> kepada tamu	Interval	3.13
<i>Dealing well with the problem and queries (X4)</i>	<i>Dealing with problem well and eager to answer questions,</i>	<i>Helpful</i>	Tingkat kesediaan karyawan dalam membantu kesulitan tamu	Interval	3.14

	<i>giving attentions that the customer needs</i>	<i>Offer solution</i>	Tingkat intensitas karyawan dalam menawarkan bantuan pada tamu	Interval	3.15
		<i>Giving attention to the customer</i>	Tingkat perhatian karyawan saat berpapasan dengan tamu saat berada di hotel	Interval	3.16
		<i>Solving problem</i>	Tingkat intensitas karyawan dalam menghadapi keluhan atau masalah yang dihadapi oleh tamu saat menginap	Interval	3.17
<i>Customer Satisfaction</i>	<i>A person's feelings of pleasure or disappointment that result from comparing a product's perceived performance (or outcome) to their expectations.</i> (Kotler & Keller, 2016:154)				
<i>Satisfaction</i>	Kinerja produk/layanan yang dirasakan selama menginap	Kepuasan	Tingkat kepuasan terhadap kinerja produk/layanan yang dirasakan selama menginap	Interval	3.18
<i>Customer Repurchase Intention</i>	<i>Customer repurchase intention</i> diartikan sebagai ukuran dari niat pelanggan untuk tetap loyal pada penyedia jasa (Al-Tit 2015:130)				
<i>Revisit intention</i>	Niat untuk membeli kembali pada penyedia layanan yang sama Al-Tit (2015:130)	Menginap kembali di hotel	Tingkat niat menginap kembali di hotel	Interval	3.19
		Keinginan untuk terus menginap	Tingkat keinginan untuk terus menginap di hotel	Interval	3.20

<i>Change of continuing with current company for next one year</i>	Niat untuk membeli kembali layanan pada penyedia jasa dalam 1 tahun kedepan. Al-Tit (2015:130)	Kesempatan untuk menginap kembali dalam 1 tahun kedepan	Tingkat menginap kembali dalam jangka waktu 1 tahun ke depan	Interval	3.21
<i>Word of mouth</i>	Kesediaan untuk merekomendasikan. (Al-Tit 2015:130)	Merekomendasikan hotel kepada orang lain	Tingkat merekomendasikan hotel kepada orang lain	Interval	3.22
		Mengatakan hal positif mengenai hotel kepada kerabat/teman/oranglain	Tingkat mengatakan hal positif mengenai hotel kepada kerabat/teman/oranglain	Interval	3.23
		Menyarankan kepada kerabat/teman/oranglain untuk menginap di hotel	Tingkat memberi saran kepada kerabat/teman/oranglain	Interval	3.24
		Menceritakan pengalaman menginap di hotel kepada oranglain	Tingkat memberi saran kepada kerabat/teman/oranglain	Interval	3.25

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2017

3.2.3 Jenis dan Sumber Data

Sumber data penelitian adalah sumber data yang diperlukan untuk penelitian. Menurut Suharsini (2009:129) sumber data adalah subjek dari mana data diperoleh. Berdasarkan jenis, data dibedakan menjadi dua yaitu data primer dan data sekunder. Menurut Hermawan (2009:168) berdasarkan sumbernya data dapat dibedakan menjadi dua yaitu:

1. Data primer (*Primary data source*)

Data primer merupakan data yang dikumpulkan secara langsung oleh peneliti untuk menjawab masalah atau tujuan penelitian dalam penelitian

ekspolratif, deskriptif maupun kausal dengan menggunakan metode pengumpulan data berupa survey maupun observasi.

2. Data sekunder (*Secondary data source*)

Data sekunder merupakan struktur data historis mengenai variabel-variabel yang telah dikumpulkan dan dihimpun sebelumnya oleh pihak lain. Sumber data sekunder bisa diperoleh dalam suatu perusahaan (sumber internal) berbagai internet, *webside*, perpustakaan umum maupun lembaga pendidikan, membeli dari perusahaan-perusahaan yang memang menghususkan diri untuk menyajikan data sekunder.

Jenis dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder. Sumber data primer diperoleh dari hasil penelitian secara empirik melalui penyebaran kuesioner kepada para responden, sedangkan data sekunder di antaranya diperoleh dari buku, koran, jurnal, dan internet. Data dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini, dapat dilihat pada Tabel berikut:

TABEL 3.2
JENIS DAN SUMBER DATA

No.	Data Penelitian	Jenis Data	Sumber Data
1.	Masalah dominan <i>guest comment</i> Hotel Aryaduta Bandung periode Sept-Des 2016	Sekunder	<i>Front Office</i> <i>Department</i> Hotel Aryaduta Bandung
2.	Tingkat kepuasan tamu Hotel Aryaduta Bandung	Primer	Pra penelitian
3.	Tanggapan tamu hotel mengenai Service Excellence di Hotel Aryaduta Bandung	Primer	Tamu menginap di Hotel Aryaduta Bandung
4.	Tanggapan tamu hotel mengenai Kepuasan menginap di Hotel Aryaduta Bandung	Primer	Tamu menginap di Hotel Aryaduta Bandung

Sumber: Pengolahan data, 2017

3.2.4 Populasi dan Sampel

3.2.4.1 Populasi

Menurut Sherri L. Jackson (2012:20) "*population is all the people about whom a study it meant to generalize*". Populasi adalah semua orang mengenai

untuk siapa penelitian ini dimaksudkan kemudian melakukan generalisasi. Sedangkan menurut Moh Nazir (2011:271) “populasi adalah kumpulan dari individu dengan kualitas serta ciri-ciri yang telah ditetapkan”. Berdasarkan beberapa pengertian populasi tersebut maka dapat dikatakan bahwa populasi merupakan keseluruhan atau totalitas objek psikologis yang dibatasi oleh kriteria tertentu.

Berdasarkan pengertian tersebut maka populasi dalam penelitian ini adalah tamu yang menginap di Hotel Aryaduta Bandung tahun 2016 sebesar 76.932 orang.

3.2.4.2 Sampel

Salah satu bagian dalam desain penelitian adalah menentukan populasi dan sampel penelitian. Dimana penelitian pada umumnya dilakukan dengan tidak menggunakan keseluruhan dari populasi yang ada. Adanya keterbatasan biaya, serta waktu yang tersedia menjadi penyebab mengapa penelitian hanya mengambil dari sebagian populasi yang ada. Sebagian populasi itulah yang disebut dengan sampel. Mark L. Bernson (2012:250) menyatakan, “*a sample is defined as the population that has been selected for analysis*”. Sampel adalah populasi yang terpilih untuk di analisis. Sedangkan menurut Malhotra (2009:364) “sampel adalah subkelompok populasi yang terpilih untuk berpartisipasi dalam studi”.

Dalam penelitian ini tidak memungkinkan untuk menggunakan keseluruhan populasi untuk diteliti, hal ini disebabkan oleh adanya faktor waktu, biaya, tenaga, dan perijinan. Untuk itu penelitian diperkenankan mengambil sebagian objek populasi yang telah ditentukan, dengan catatan bagian yang diambil tersebut mewakili bagian yang lain yang akan diteliti (*representatif*). Seperti yang dijelaskan oleh Dantes (2012, hlm 38), “besarnya populasi mempengaruhi representatif sampel mengikuti ciri-ciri dan distribusi populasinya”.

Adapun rumus yang digunakan untuk mengukur sampel, digunakan rumus Tabachnick dan Fidel (2013:123) sebagai berikut:

$$N \geq 50 + 8m$$

Atau

$$N \geq 104 + m$$

Keterangan: m = jumlah variabel

N = Jumlah sampel

Berdasarkan rumus Tabachnick dan Fidel (2013), maka ukuran penelitian pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$N \geq 104 + m$$

$$N \geq 104 + (5)$$

$$N \geq 104 + 5$$

$$N \geq 109$$

Berdasarkan penentuan sampel dengan menggunakan rumus Tabachnick dan Fidel, maka diperoleh ukuran sampel (n) sebanyak 109.

3.2.4.3 Teknik Sampling

Charles Stangor (2011:110), mengemukakan bahwa “*sampling refers to the selection of people to participate in a research project, usually with the goal of being able to use these people to make inferences about a larger group of individuals*”. Teknik sampling mengacu pada pemilihan orang-orang untuk berpartisipasi dalam sebuah proyek penelitian biasanya digunakan untuk membuat kesimpulan tentang kelompok yang lebih besar dari individu. Menurut Malhotra (2009:375) “sebuah teknik sampling dapat diklasifikasikan sebagai *non probability* dan *probability*. Sampel *probability* merupakan sampel dimana setiap elemen atau anggota populasi memiliki peluang yang sama untuk terpilih sebagai sampel, sedangkan sampel *non probability* kebalikan dari *probability* dimana setiap elemen atau populasi tidak memiliki peluang yang sama dan pemilihan sampel bersifat objektif.

Probability sampling memiliki empat jenis teknik penarikan yaitu *simple random sampling*, *systematic random sampling*, *stratified random sampling*, dan *area (cluster) sampling* (sampling menurut daerah). Sedangkan sampel *non*

probability memiliki tiga jenis teknik penarikan yaitu *convenience sampling*, *purpose sampling*, dan *snowball sampling*.

Dalam penelitian ini menggunakan salah satu teknik sampel dari *probability sampling*. Yaitu *systematic random sampling*, *systematic random sampling* adalah cara pengambilan sampel, dimana hanya unsur pertama yang diambil secara random, sedangkan unsur-unsur yang lainnya dipilih secara sistematis menurut suatu pola tertentu.

Berikut langkah-langkah yang dilakukan dalam menggunakan teknik sampling sistematis.

1. Menentukan populasi sasaran. Dalam penelitian ini yang menjadi sasaran populasi yakni tamu yang menginap di Hotel Aryaduta Bandung tahun 2016
2. Tentukan waktu yang akan digunakan untuk menentukan sampling. Dalam penelitian ini waktu yang digunakan oleh peneliti adalah pukul 17.00-20.00.
3. Lakukan orientasi lapangan, kuesioner dilakukan dengan menyebarkan seperangkat daftar pertanyaan secara online kepada responden yaitu dengan menggunakan aplikasi *google drive* kepada tamu yang menginap di Hotel Aryaduta Bandung. Langkah-langkah penyebaran kuesioner secara online adalah sebagai berikut:
 - a. Menyusun daftar pertanyaan secara online menggunakan *google drive*, kunjungi *drive.google.com* kemudian *log in* menggunakan akun *google*, pilih *create, form* untuk memulai membuat kuesioner online.
 - b. Setelah kuesioner online selesai, kemudian dilakukan penyebaran kuesioner dan alamat web tersebut melalui email tamu yang telah di data sebelumnya, melakukan penyebaran melalui social media yang dimiliki tamu yang menginap seperti *facebook* dan media social lainnya.
 - c. Setelah responden mengisi kuesioner maka data secara otomatis masuk ke akun *google drive* penulis. Data yang ada ditampung dan dilakukan pengolahan.

4. Sampel sebesar 109 orang responden pada tamu yang menginap di Hotel Aryaduta Bandung.

3.2.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang akan digunakan dalam merekam data penelitian. Penentuan teknik pengumpulan data harus relevan dengan masalah penelitian dan karakteristik sumber data (Sedarmayanti & Hidayat 2011:212). Secara umum terdapat beberapa teknik pengumpulan data, yaitu observasi, wawancara, angket/kuesioner serta studi literatur. Adapun teknik pengumpulan data yang peneliti gunakan adalah sebagai berikut:

1. Wawancara

Wawancara merupakan salah satu metode pengumpulan data untuk memperoleh data dan informasi dari narasumber secara lisan. Proses wawancara dilakukan dengan cara tatap muka secara langsung dengan narasumber yakni pihak manajemen Hotel Aryaduta Bandung, yang dilakukan kepada *staff human resources, front office*, hingga pada *sales marketing department*. Adapun tujuan dari dilakukannya wawancara ini yakni untuk memperoleh data mengenai profil perusahaan dan strategi *service excellence* yang digunakan Hotel Aryaduta Bandung.

2. Observasi

Observasi dilakukan dengan cara melakukan peninjauan serta pengamatan secara langsung terhadap gejala yang tampak pada objek yang diteliti yakni Hotel Aryaduta Bandung, khususnya mengenai *service excellence* dan kepuasan tamu.

3. Angket/ Kuesioner

Angket atau kuesioner merupakan suatu teknik pengumpulan data secara tidak langsung (peneliti tidak langsung bertanya jawab dengan responden). Instrument atau alat pengumpulan data yang disebut angket, berisi sejumlah pertanyaan-pertanyaan yang harus dijawab atau direspon oleh responden. Responden mempunyai kebebasan untuk memberikan jawaban atau respon sesuai dengan persepsinya.

Kuesioner merupakan metode penelitian yang harus dijawab responden untuk menyatakan pandangannya terhadap suatu persoalan. Kuesioner berisi pertanyaan mengenai karakteristik responden, pengalaman serta penilaian tamu pada kesleuruhan hasil dari *service excellence* serta kepuasan tamu serta *customer repurchase intention*. Kuesioner ditujukan kepada tamu yang menginap di Hotel Aryaduta Bandung.

4. Studi Literatur

Studi literatur merupakan cara pengumpulan data atau informasi terkait teori-teori yang berhubungan dengan masalah variabel yang diteliti, yang terdiri dari *service excellence* dan *customer satisfaction*. Pengumpulan informasi ini dilakukan baik melalui buku maupun jurnal serta artikel yang diterbitkan. Untuk mengetahui lebih jelas bagaimana teknik pengumpulan data dalam penelitian ini, maka peneliti mengumpulkan dan menyajikan dalam tabel 3.3 berikut.

TABEL 3.3
TEKNIK PENGUMPULAN DATA

No.	Teknik Pengumpulan Data	Sumber Data
1	Wawancara	Staff Sales Marketing, Front Office, Human Resources, Hotel Aryaduta Bandung
2	Observasi	Pelaksanaan <i>service excellence</i> dan <i>customer satisfaction</i> di Hotel Aryaduta Bandung
3	Kuesioner	Tamu yang menginap di Hotel Aryaduta Bandung
4	Studi Literatur	<i>Service excellence</i> dan <i>customer satisfaction</i> di Hotel Aryaduta Bandung

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer dan Data Sekunder, 2017

3.2.6 Hasil Uji Validitas dan Realibilitas

Pada suatu penelitian, data mempunyai kedudukan paling tinggi, karna data merupakan gambaran dari variabel yang diteliti dan fungsinya sebagai pembentuk hipotesis. Oleh karena itu benar tidaknya data akan sangat menentukan mutu hasil penelitian. Sedangkan benar tidaknya data tergantung dari baik tidaknya instrument pengumpulan data. Instrument yang baik harus memenuhi dua persyaratan penting yaitu *valid* dan *reliable*.

Setelah data yang diperoleh dari responden melalui kuesioner terkumpul, yang selanjutnya adalah mengolah dan menafsirkan data sehingga dari hasil tersebut dapat dilihat apakah antara variabel *service excellence* (X) ada pengaruhnya atau tidak terhadap variabel *repurchase intention* (Z) dengan *customer satisfaction* (Y) sebagai variabel moderating . Sebelum melakukan analisis data, dan juga untuk menguji layak atau tidaknya kuesioner yang disebarakan kepada responden, terlebih dahulu dilakukan uji validitas dan uji reliabilitas untuk melihat tingkat kebenaran serta kualitas data.

3.2.6.1 Hasil Pengujian Validitas

Menurut Sekaran dan Bougie (2013:225), validitas adalah cara pengujian mengenai seberapa baik instrumen dikembangkan dengan konsep langkah-langkah tertentu yang ditujukan untuk mengukur variabel tertentu. Instrumen dikatakan valid berarti menunjukkan alat ukur yang digunakan untuk memperoleh data tersebut valid atau dapat digunakan. Uji validitas digunakan untuk menguji sejauh mana item kuisisioner yang valid dan mana yang tidak.

Tipe validitas yang dilakukan 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. Validitas konstruk ini untuk mengetahui seberapa baik hasil yang diperoleh dari penggunaan ukuran yang sesuai dengan teori-teori yang sudah dirancang (Sekaran & Bougie, 2013:227).

Langkah-langkah yang dilakukan untuk menguji validitas menurut Sekaran (2008:110) 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.
4. Menghitung nilai korelasi antara data pada masing-masing pertanyaan dengan skor total memakai rumus teknik korelasi *product moment*.

Pengujian validitas dilakukan dengan mengkolerasikan antara skor *item-item* instrument menggunakan rumus *products moment Pearson* berikut (wijaya, 2012 hlm. 52):

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

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

Setelah keluar output dari pengujian menggunakan langkah-langkah tersebut, kemudian dapat diketahui hasilnya dengan dasar keputusan pengujian validitas *item instrument* adalah sebagai berikut :

1. Nilai r_{hitung} 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 $r_{hitung} < r_{tabel}$
4. Tingkat signifikansi 5% (0,05) dan derajat kebebasan (dk) $n-2$, maka didapat nilai r_{tabel}

Untuk mengadakan interpretasi mengenai besarnya koefisien korelasi dapat dilihat pada Tabel 3.4.

TABEL 3.4
PEDOMAN UNTUK MEMBERIKAN
INTERPRETASI KOEFISIEN KORELASI

Interval Koefisien	Interpretasi
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 (2012:184)

Dalam penelitian ini, yang akan diuji adalah validitas dari variabel *service excellence* sebagai instrumen variabel (X), *customer satisfaction* sebagai variabel moderating (Y) dan *customer repurchase intention* (Z). Perhitungan validitas item instrumen dilakukan dengan menggunakan program SPSS *Statistic 23 for windows*.

Perhitungan validitas item instrument dilakukan dengan bantuan *software SPSS Statistic 23 for windows*. Hasil perhitungan dengan menggunakan SPSS *Statistic 23 for windows* diperoleh hasil pengujian validitas dari item pertanyaan yang diajukan peneliti. Hasil uji validitas yang diajukan peneliti kepada 30 responden dapat dilihat pada Tabel 3.5.

TABEL 3.5
HASIL PENGUJIAN VALIDITAS

No	Pernyataan	rHitung	rTabel	Keterangan
<i>Service Excellence</i>				
1.	Intensitas <i>frontliner</i> memberikan pelayanan yang dijanjikan	0,779	0,361	<i>Valid</i>
2.	Realisasi <i>frontliner</i> memberikan akses pada tamu	0,806	0,361	<i>Valid</i>
3.	Kesediaan <i>frontliner</i> dalam memberikan kamar yang diinginkan	0,674	0,361	<i>Valid</i>
4.	Kemampuan <i>frontliner</i> dalam memberikan pelayanan terhadap tamu	0,786	0,361	<i>Valid</i>
5.	<i>Frontliner</i> dalam memberikan informasi yang diminta tamu	0,684	0,361	<i>Valid</i>
6.	Karyawan dalam menyambut tamu <i>check-in/check-out</i>	0,670	0,361	<i>Valid</i>
7.	Kehangatan karyawan dalam menyambut kedatangan tamu	0,823	0,361	<i>Valid</i>
8.	Kemampuan karyawan dalam memberikan pelayanan secara personal	0,854	0,361	<i>Valid</i>
9.	Karyawan dalam membantu kesulitan tamu	0,805	0,361	<i>Valid</i>

10.	Karyawan dalam memberikan pelayanan lebih dari harapan pelanggan	0,759	0,361	<i>Valid</i>
11.	Hotel dalam memberikan <i>welcome letter</i> , dan <i>welcome fruits</i> pada tamu	0,854	0,361	<i>Valid</i>
12.	Intensitas karyawan dalam mengantisipasi keinginan dan kebutuhan tamu	0,779	0,361	<i>Valid</i>
13.	Intensitas karyawan dalam memberikan <i>special attention treatment</i> kepada tamu	0,684	0,361	<i>Valid</i>
14.	Karyawan dalam membantu kesulitan tamu	0,910	0,361	<i>Valid</i>
15.	Intensitas karyawan dalam menawarkan bantuan pada tamu	0,667	0,361	<i>Valid</i>
16.	Perhatian karyawan saat berpapasan dengan tamu saat berada di Hotel	0,814	0,361	<i>Valid</i>
17.	Intensitas karyawan dalam menghadapi keluhan atau masalah yang dihadapi oleh tamu saat menginap	0,804	0,361	<i>Valid</i>

Customer Satisfaction

1.	Kinerja produk/layanan yang dirasakan selama menginap di Hotel Aryaduta Bandung	0,527	0,361	<i>Valid</i>
----	---	-------	-------	--------------

Customer Repurchase Intention

1.	Frekuensi menginap kembali di hotel	0,790	0,361	<i>Valid</i>
2.	Keinginan kembali untuk terus menginap	0,843	0,361	<i>Valid</i>
3.	Menginap kembali di hotel dalam jangka waktu 1 tahun	0,758	0,361	<i>Valid</i>
4.	Frekuensi merekomendasikan hotel kepada oranglain	0,704	0,361	<i>Valid</i>
5.	Frekuensi mengatakan hal positif mengenai hotel kepada kerabat/teman/oranglain	0,772	0,361	<i>Valid</i>
6.	Frekuensi memberi saran kepada kerabat/teman/oranglain	0,761	0,361	<i>Valid</i>

7.	Frekuensi menceritakan pengalaman menginap di hotel kepada oranglain	0,763	0,361	<i>Valid</i>
----	--	-------	-------	--------------

Sumber: Hasil pengolahan data, 2017

3.2.6.2 Hasil Pengujian Reliabilitas

Reliabilitas adalah alat yang digunakan untuk mengukur suatu kuisioner yang merupakan indikator dari suatu variabel. Menurut Sekaran & Bougie (2013:228) 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, dengan kata lain reliabilitas membantu untuk menilai ukuran yang baik dan mencirikan tingkat konsistensi.

Adapun 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 (2009:170)

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 : Jumlah responden
 x : Nilai skor yang dipilih (total nilai dari nomor-nomor butir pertanyaan)

Keputusan pengujian reliabilitas ditentukan dengan menggunakan ketentuan sbagai berikut:

1. Jika *cronbach alpha* > 0,70 maka item pertanyaan dinyatakan reliabel.
2. Jika *cronbach alpha* < 0,70 maka item pertanyaan dinyatakan tidak reliabel.

Perhitungan reliabilitas *item* pertanyaan dilakukan dengan menggunakan *software SPSS Statistic 23 for windows*. Instrumen dinyatakan *reliable* atau memiliki tingkat keandalan tinggi jika $C\sigma$ (koefisien *alpha cronbrach*) bernilai $\geq 0,700$. Berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan *SPSS Statistics 23 for windows* diperoleh hasil pengujian reliabilitas pada Tabel 3.6

TABEL 3.6
HASIL UJI RELIABILITAS CRONBACH ALPHA

No.	Variabel	<i>r</i> Hitung (<i>Cronbach's Alpha</i>)	Koefesien (<i>Cronbach's Alpha</i>)	Keterangan
1.	<i>Service Excellence</i>	0,769	0,700	Reliabel
2.	<i>Customer Satisfaction</i>	0,788	0,700	Reliabel
3.	<i>Repurchase Intention</i>	0,789	0,700	Reliabel

Berdasarkan Tabel 3.6 hasil uji reliabilitas diketahui bahwa hasil *r*Hitung (*Cronbach's Alpha*) untuk *Service Excellence* adalah sebesar 0,769 sedangkan *Customer Satisfaction* adalah sebesar 0,788 dan hasil *r*Hitung (*Cronbach's Alpha*) *Repurchase Intention* adalah sebesar 0,789 sehingga ketiga variabel tersebut dapat dinyatakan reliabel karena memiliki nilai *r*Hitung (*Cronbach's Alpha*) yang lebih besar dari nilai koefisien (*Cronbach's Alpha*) minimal sebesar 0,700.

3.3 Teknik Analisis

3.3.1 Rancangan Analisis Data

Teknik analisis data merupakan cara untuk mengukur, mengolah dan menganalisis data. Tujuan pengolahan data adalah untuk memberikan keterangan yang berguna dan untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan dalam penelitian. Teknik analisis data diarahkan pada pengujian hipotesis serta menjawab masalah yang diajukan. Alat penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner. Kuesioner disusun berdasarkan variabel yang terdapat dalam penelitian, yaitu memberikan keterangan dan data mengenai pengaruh *service excellence* terhadap *customer satisfaction* di Hotel Aryaduta Bandung. Dimana variabel independent dalam penelitian ini yaitu *service excellence* (X) yang memiliki empat dimensi yaitu *delivering the promise*,

providing a personal touch, going an extra mile, dealing well with problems and queries.

3.3.1.1 Rancangan Analisis Data Deskriptif

Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif untuk melihat faktor penyebab. Analisis deskriptif bertujuan untuk mengubah kumpulan data mentah menjadi informasi yang mudah dipahami. Analisis data deskriptif dilakukan dengan menggolongkan, mengklasifikasikan dan menginterpretasikan data-data yang didapat yang selanjutnya dianalisis, sehingga diperoleh gambaran umum tentang variabel berdasarkan beberapa analisis sebagai berikut:

1. Analisis frekuensi adalah distribusi matematika dengan tujuan memperoleh hitungan jumlah tanggapan terkait dengan nilai yang berbeda dari satu variabel dan dua variabel mengungkapkan jumlah dalam presentase (Naresh K. Maholtra, 2009:480)
2. Analisis *Cross Tabulation* adalah teknik statistik yang menggambarkan dua atau lebih variabel secara bersamaan dan hasil dalam tabel yang mencerminkan distribusi gabungan dari dua atau lebih yang memiliki sejumlah kategori atau nilai-nilai yang berbeda (Naresh K. Maholtra, 2009:493)
3. Perhitungan skor ideal digunakan untuk mengukur tinggi atau rendahnya pengaruh variabel X yang terdapat di objek penelitian. Berikut rumus untuk menghitung skor ideal.

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 : banyaknya kelas interval.

Presentasi skor = [(total skor) : nilai maksimum] x 100

Analisis data deskriptif yang digunakan untuk mendeskripsikan variabel-variabel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Analisis data deskriptif mengenai gambaran *service excellence* di Hotel Aryaduta Bandung melalui empat dimensi diantaranya *delivering the*

promise, providing personal touch, going an extra mile, dan dealing well with problem and queries.

2. Analisis data deskriptif mengenai gambaran *customer repurchase intention* di Hotel Aryaduta Bandung yang terdiri dari tiga dimensi diantaranya *revisit intention, Change of continuing with current company for next one year, dan word of mouth.*

3.3.1.2 Rancangan Analisis Data Verifikatif

Analisis data verifikatif diperlukan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan secara statistik. Analisis data dilakukan setelah data seluruh responden terkumpul. Kegiatan analisis data dilakukan melalui beberapa tahap berikut ini:

1. Menyusun data
2. Menyeleksi data

Kegiatan seleksi data ditunjukkan untuk mengecek kelengkapan identitas responden, kelengkapan data serta isian data yang sesuai dengan tujuan penelitian.

3. Tabulasi data
 - a. Memberi skor pada setiap item.
 - b. Menjumlahkan skor pada setiap item.
 - c. Menyusun ranking pada setiap item.

4. Menganalisis data

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

3.3.2 Pengujian Hipotesis

3.3.2.1 Analisis Regresi dengan *Moderat Regression Analysis (MRA)*

Analisis berikutnya adalah analisis verifikatif analisis data dilakukan setelah data seluruh responden terkumpul. Dalam penelitian kuantitatif analisis data dilakukan setelah data seluruh responden terkumpul. Langkah-langkah yang akan dilakukan dalam kegiatan analisis data dalam penelitian ini yaitu:

1. *Method of Successive Internal (MSI)*

Skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah *ordinal scale* yaitu skala yang berbentuk peringkat yang menunjukkan suatu urutan preferensi atau penilaian. Skala ordinal ini perlu ditransformasikan menjadi skala interval dengan menggunakan *method of successive internal*. 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 :

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

Data penelitian yang telah bersekala interval selanjutnya akan ditentukan pasangan data variabel bebas dengan variabel terikat serta akan ditentukan persamaan yang berlaku untuk pasangan-pasangan tersebut.

2. Menyusun data

Mengecek nama dan kelengkapan identitas responden, serta mengecek kelengkapan data yang diisi oleh responden untuk mengetahui karakteristik responden.

3. Tabulasi data

Tabulasi data yang akan dilakukan dalam penelitian ini adalah memberi skor pada item, menjumlahkan skor pada setiap item, menyusun ranking skor pada setiap variabel penelitian.

4. Menganalisis Data

Menganalisis data yaitu proses pengolahan data dengan menggunakan rumus-rumus statistik, menginterpretasikan data agar diperoleh suatu

kesimpulan. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Moderated Regression Analysis (MRA)*. *Moderated Regression Analysis (MRA)* merupakan aplikasi khusus regresi berganda linear dimana dalam persamaan regresinya mengandung unsur interaksi (perkalian dua atau lebih variabel independen). *Moderated Regression Analysis (MRA)* digunakan untuk membuktikan ada atau tidaknya hubungan kausal antara dua variabel bebas atau lebih. Adapun untuk pengolahan data akan dilakukan dengan bantuan program *SPSS 23 for windows*.

Maka variabel yang dianalisis adalah variabel independen (X) yaitu *service excellence*. Sedangkan variabel dependen (Y) adalah *repurchase intention* dengan *customer satisfaction (Z)* sebagai variabel moderating. Untuk bisa membuat ramalan melalui regresi, maka data setiap variabel harus tersedia. Berdasarkan data tersebut peneliti harus menemukan persamaan regresi berganda melalui perhitungan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X + b_2Z + b_3XZ + e$$

Keterangan : Y = Subyek dalam variabel terikat yang diprediksikan

a = harga Y bila X = 0

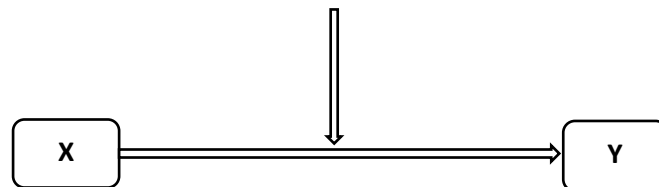
b = koefisien regresi, yang menunjukkan angka peningkatan ataupun penurunan variabel terikat yang didasarkan pada variabel bebas. Bila b (+) maka terjadi kenaikan, bila b (-) maka terjadi penurunan.

x = subyek pada variabel bebas yang mempunyai nilai tertentu *service excellence (X)* dan *customer satisfaction (Z)* adalah variabel penyebab.

Menurut Sugiyono (2012:277) analisis regresi linier berganda digunakan bila penelitian bermaksud meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen (kriterium), bila dua atau lebih variabel independent sebagai faktor prediktor dimanipulasi (dinaikan-turunkan nilainya).

Dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda dengan *Moderated Regression Analysis (MRA)* yaitu yang digunakan untuk mengetahui pengaruh antara variabel bebas (X) yaitu *service excellence (X)* dan *customer satisfaction (Z)* terhadap variabel terikat (Y) yaitu *repurchase intention*, variabel

Z merupakan variabel moderating, karena dapat melemahkan atau memperkuat hubungan antara X dan Y. Artinya, semakin tinggi X dan Z, maka semakin tinggi Y, dan sebaliknya semakin rendah X dan Z, maka semakin rendah pula Y. Maka terlebih dahulu hipotesis konseptual tersebut digambarkan dalam sebuah paradigma seperti Gambar 3.1.



GAMBAR 3.1
REGRESI LINIER BERGANDA

Teknik analisis regresi linier berganda dilakukan dengan prosedur kerja sebagai berikut :

1. Uji Asumsi Normalitas

Uji normalitas adalah untuk melihat apakah nilai residual terdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki nilai residual terdistribusi normal. Syarat pertama untuk melakukan analisis regresi adalah normalitas, yaitu data sampel hendaknya memenuhi persyaratan distribusi normal. Untuk mengetahui apakah data yang digunakan berdistribusi normal atau tidak, dapat menggunakan *normal probability plot*.

2. Uji Asumsi Multikolinieritas

Uji multikolinieritas adalah untuk melihat ada atau tidaknya korelasi yang tinggi antara variabel-variabel bebas dalam suatu model regresi linier berganda. Jika ada korelasi yang tinggi diantara variabel-variabel bebasnya, maka hubungan antara variabel bebas terhadap variabel terikat menjadi terganggu. Parameter yang sering digunakan untuk mendeteksi multikolinieritas adalah nilai VIF (*variance inflation factor*). Suatu regresi dikatakan terdeteksi multikolinieritas apabila nilai VIF menjauhi 1 dan kurang dari 10.

3. Uji Asumsi Autokorelasi

Persamaan regresi yang baik adalah yang tidak memiliki masalah autokorelasi, jika terjadi autokorelasi maka persamaan tersebut tidak layak dipakai prediksi. Masalah autokorelasi baru timbul jika ada korelasi secara linier antar kesalahan pengganggu periode t (berada) dan kesalahan pengganggu periode $t-1$ (sebelumnya).

4. Uji Asumsi Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap atau disebut homoskedastisitas. Suatu regresi dikatakan tidak terdeteksi heteroskedastisitas apabila diagram pencar residualnya tidak membentuk pola tertentu.

5. Uji Linearitas

Uji linieritas digunakan untuk melihat apakah spesifikasi model yang digunakan dalam suatu empiris sebaiknya berbentuk linear, kuadrat atau kubik, Ghozali (2002:80). Dengan uji ini akan diperoleh informasi apakah model empiris sebaiknya linear, kuadrat atau kubik. Menurut Ridwan (2011:184) “uji linearitas bertujuan untuk menguji data yang dihubungkan, apakah berbentuk garis linier atau tidak”. Uji linearitas bertujuan untuk memastikan hubungan antara variabel X dengan variabel Y bersifat linear, kuadratik atau dalam derajat lebih tinggi.

Langkah terakhir dari analisis data yaitu menguji hipotesis dengan tujuan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan yang cukup jelas dan dapat dipercaya antara variabel bebas dengan variabel terikat yang pada akhirnya akan diambil suatu kesimpulan H_0 ditolak atau H_a diterima dari hipotesis yang telah dirumuskan. Rancangan hipotesis dalam penelitian ini adalah :

A. Secara Simultan

Pengujian hipotesis secara simultan dengan menggunakan uji F dihitung dengan rumus Sudjana (1996:369)

$$F = \frac{R^2/k}{(1 - R^2)(n - k - 1)}$$

Keterangan: R = Nilai korelasi
 K = Jumlah variabel independen
 n = Jumlah sampel

Kriteria pengambilan keputusan untuk hipotesis yang diajukan adalah :

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

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

B. Secara Parsial

Pengujian hipotesis ini dengan menggunakan uji t dihitung dengan rumus Sudjana (1996:62)

$$t = r \sqrt{\frac{n-2}{1-r^2}}$$

Keterangan:

r = Nilai korelasi

n = jumlah responden

r^2 = besarnya pengaruh

Pengujian hipotesis yang akan diuji dalam rangka pengambilan keputusan penerimaan atau penolakan hipotesis pada pengujian parsial dapat ditulis sebagai berikut :

- a. $H_0 : \rho_{YX_1} = 0$, artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan *service excellence* terhadap *repurchase intention*.
 $H_a : \rho_{YX_1} \neq 0$, artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara *service excellence* terhadap *repurchase intention*.
- b. $H_0 : \rho_{YX_2} = 0$, artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara *customer satisfaction* terhadap *repurchase intention*.
- c. $H_a : \rho_{YX_2} \neq 0$, artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara *customer satisfaction* terhadap *repurchase intention*.