

## **BAB III**

### **OBJEK DAN METODE PENELITIAN**

#### **3.1. Objek Penelitian**

Penelitian ini menggunakan pendekatan ilmu manajemen pemasaran jasa. Adapun objek penelitian terdiri dari dua variabel yaitu variabel X (variabel bebas) dan variabel Y (variabel terikat). Menurut Sugiyono (2013:39) “Variabel independent atau variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab berubahnya atau timbulnya variabel dependent (terikat)”. Objek penelitian yang menjadi variabel bebas (*independent variable*) atau disebut juga variabel eksogen adalah *customer experience*. Variabel dependen menurut Sugiyono (2013:39) merupakan “Variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas”. Masalah penelitian yang merupakan variabel terikat (*dependent variable*) atau disebut juga variabel endogen adalah *revisit intention*.

Unit analisis menurut Sedarmayanti dan Hidayat (2011:71) adalah “sesuatu yang berdasarkan tujuan yang dijadikan suatu kesatuan karakteristik yang akan diukur”. Unit analisis dari penelitian ini adalah tamu individu Hotel Novotel Bogor. Variabel bebas adalah *customer experience* (X1) dengan dimensi *Aesthetic Experience, escapis, entertainment, education*. Sedangkan variabel terikat adalah *revisit intention* (Y1) dengan indikator 1) Keinginan untuk merekomendasikan Hotel Novotel Bogor kepada teman, keluarga atau kerabat. 2) Keinginan untuk kembali menginap di Hotel Novotel Bogor.

#### **3.2. Metode Penelitian**

##### **3.2.1 Jenis Penelitian Dan Metode Yang Digunakan**

Menurut Sugiyono (2012:2), “Secara umum metode penelitian diartikan sebagai cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu”. Berdasarkan variabel-variabel yang diteliti maka jenis penelitian yang digunakan

dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif dan verifikatif. Sugiyono (2012:35) menjelaskan bahwa “penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri atau lebih (independen) tanpa membuat perbandingan atau menggabungkan antara variabel satu dengan yang lain.” Melalui

jenis penelitian maka diperoleh gambaran tentang *customer experience* dan juga gambaran mengenai *revisit intention*. Suharsimi Arikunto (2010:7) menyatakan bahwa “penelitian verifikatif pada dasarnya ingin menguji kebenaran melalui pengumpulan data di lapangan.” Dalam penelitian ini, penelitian verifikatif bertujuan untuk mengetahui gambaran tentang *customer experience* yang memiliki empat dimensi yaitu *Aesthetic experience, escapism, entertainment, education* dan juga untuk memperoleh gambaran mengenai *revisit intention* dengan indikator *willingness to comeback*. Selain itu, analisis verifikatif dibutuhkan untuk mengetahui hasil dari penelitian akan memperkuat atau menggugurkan teori atau hasil penelitian sebelumnya.

Berdasarkan jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode survey untuk mendapatkan data yang dibutuhkan dalam penelitian. Metode survey menurut Sugiyono (2012:11) adalah sebagai berikut.

Metode yang digunakan untuk mendapatkan data dari tempat tertentu yang alamiah (bukan buatan), tetapi peneliti melakukan perlakuan dalam pengumpulan data, misalnya dengan mengedarkan kuesioner, test wawancara terstruktur dan sebagainya (perlakuan tidak seperti dalam eksperimen).

Pada penelitian yang menggunakan metode ini informasi dari sebagian populasi dikumpulkan langsung di tempat kejadian dengan tujuan untuk mengetahui pendapat dari sebagian populasi terhadap objek yang sedang diteliti.

Berdasarkan waktu penelitian, penelitian ini dilakukan menggunakan metode pengembangan *cross sectional* karena informasi dari sebagian populasi dikumpulkan secara langsung di tempat kejadian secara empirik dengan tujuan untuk mengetahui pendapat dari sebagian populasi terhadap objek yang sedang diteliti, selain itu dikarenakan penelitian ini dilakukan dalam kurun waktu kurang dari setahun. Metode *cross sectional* menurut Sedarmayanti dan Hidayat (2011:34) adalah sebagai berikut.

Metode *cross sectional* adalah metode yang mengambil subjek dari berbagai tingkat umur dan karakteristik lain dari waktu yang bersamaan, bertujuan untuk memperoleh data yang lebih lengkap, cepat, sehingga dapat menggambarkan perkembangan individu selama masa pertumbuhan.

### 3.2.2 Operasionalisasi Variabel

Melihat dari yang akan diuji dalam penelitian ini, penulis menetapkan beberapa variabel yang dapat diukur. Menurut Sugiyono (2012:38), “Variabel penelitian adalah sesuatu hal yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti

untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya”. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan dua variabel yaitu variabel bebas dan variabel terikat. Menurut Sugiyono (2012:39), “Variabel bebas adalah merupakan variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Variabel terikat adalah variabel yang di pengaruhi atau yang menjadi akibat, karen adanya variabel bebas.” Variabel bebas (variabel X) dalam penelitian ini adalah *customer experience* dan *revisit intention* sebagai variabel terikat (variabel Y).

Asep Hermawan (2006:118) menyatakan bahwa “Operasional variabel adalah bagaimana caranya kita mengukur suatu variabel yang telah dijelaskan secara rinci pada sub-sub sebelumnya (pengukuran variabel).” Konsep operasional variabel dalam penelitian ini digunakan untuk mengukur skor atau nilai dari variabel Y sebagai variabel terikat (*revisit intention*) dilihat dari segi operasional variabel X sebagai variabel bebas (*customer experience*). Secara lebih rinci operasionalisasi variabel dalam penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 3.1 berikut ini.

**TABEL 3.1**  
**OPERASIONALISASI VARIABEL**

Variabel/sub Variabel	Konsep variabel dan sub variable	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
1	2	3	4	5	6
( <i>Customer Experience</i> ) (X)	<i>Customer experience</i> didefinisikan sebagai pengalaman yang didapatkan oleh konsumen baik itu secara langsung maupun tidak langsung mengenai proses pelayanan, perusahaan, fasilitas-fasilitas dan bagaimana cara seorang konsumen berinteraksi dengan perusahaan dan dengan konsumen lainnya. Hal ini pada gilirannya akan membuat respon kognitif, emosi dan perilaku konsumen dan meninggalkan kenangan konsumen tentang pengalaman. (Walter et al., 2010:238)				
<i>Aesthetic experience</i> (X1)	Karakter hotel yang unik, daerah di mana tamu merasa aman dan nyaman untuk berjalan-jalan, Fasilitas perusahaan yang dapat diandalkan, hotel sudah cukup membuat apa yang tamu inginkan terpenuhi, manajemen hotel memperhatikan rancang detail dan	<i>Unique</i>	Tingkat keunikan karakter Hotel Novotel Bogor	Ordinal	III.A.1
		<i>Facilities</i>	- Tingkat fasilitas yang ada di Hotel Novotel Bogor - Tingkat fasilitas yang terawat dengan baik di	Ordinal	III.A.2

Variabel/sub Variabel	Konsep variabel dan sub variable	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
1	2	3	4	5	6
	fasilitas agar terpelihara dengan baik.		Hotel Novotel Bogor		
		<i>Safe and Secure</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Tingkat keamanan saat berjalan di area Hotel Novotel Bogor</li> <li>- Tingkat jaminan keamanan yang di berikan Hotel Novotel Bogor</li> </ul>	Ordinal	III.A.3
		<i>Environment</i>	Tingkat keramahaan lingkungan yang bebas polusi Hotel Novotel Bogor	Ordinal	III.A.4
		<i>Harmony</i>	Tingkat suasana keharmonian yang dirasakan tamu Hotel Novotel Bogor	Ordinal	III.A.5
		<i>Design of signage</i>	Tingkat kemenarikan design penunjuk arah di Hotel Novotel Bogor	Ordinal	III.A.6
<i>Escapism (X2)</i>	Dimana tamu merasa berada di waktu dan tempat yang di inginkan, tamu benar-benar melarikan diri dari rutinitas sehari-hari yang sangat padat, tamu merasa berada di dunia yang berbeda, ketika tinggal hotel ini,	<i>Feel</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Tingkat perasaan tamu ketika menginap di Hotel Novotel Bogor</li> <li>- Tingkat rasa spesial tamu saat menginap di Hotel Novotel Bogor</li> </ul>	Ordinal	III.B.1

Variabel/sub Variabel	Konsep variabel dan sub variable	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
1	2	3	4	5	6
	tamu merasa seseorang yang istimewa.				
		<i>Escaped from daily routine</i>	Tingkat rasa kebebasan dari rutinitas sehari-hari yang dirasakan oleh tamu saat berkunjung ke Hotel Novotel Bogor	Ordinal	III.B.2
		<i>Diffenrent world</i>	Tingkat merasa berada di surga saat menginap di Hotel Novotel Bogor	Ordinal	III.B.3
<i>Entertainment (X3)</i>	Dimensi yang berasal dari perasaan dan emosi positif maupun pengalaman menyenangkan yang mampu menghibur wisatawan saat berkunjung ke suatu destinasi wisata. (Pine and Gilmore dalam Guzel, 2014)	<i>Enjoyment</i>	Tingkat kesenangan yang di rasakan ketika menikmati hiburan di Hotel Novotel Bogor	Ordinal	III.C.1
		<i>Activities</i>	Tingkat perasaan terhibur saat beraktivitas selama menginap di Hotel Novotel Bogor	Ordinal	III.C.2
		<i>Interisting</i>	Tingkat kemenarikan hiburan yang di berikan kepada tamu Hotel yang menginap di Hotel Novotel Bogor	Ordinal	III.C.3

Variabel/sub Variabel	Konsep variabel dan sub variable	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
1	2	3	4	5	6
<i>Education (X4)</i>	Merangsang tamu belajar hal-hal baru, itu benar-benar belajar pengalaman, tamu belajar banyak di sini dan pengalaman telah membuat tamu lebih banyak pengetahuan tentang alam.	<i>Stimulate to learn new thing</i>	Tingkat keinginan tamu untuk mempelajari hal yang baru di Hotel Novotel Bogor	Ordinal	III.D.1
		<i>Learn a lot</i>	Tingkat banyaknya hal yang dipelajari tamu saat menginap di Hotel Novotel Bogor	Ordinal	III.D.2
		<i>Curiosity</i>	Tingkat rasa ingin tahu tamu yang menginap terhadap lingkungan Hotel Novotel Bogor	Ordinal	III.D.3
		<i>Learning</i>	Tingkat pengalaman edukasi yang di dapat setelah menginap di Hotel Novotel Bogor	Ordinal	III.D.4
<i>Revisit Intention (Y)</i>	<i>Revisit intention</i> merupakan bentuk perilaku ( <i>behavioral intention</i> ) atau keinginan pelanggan untuk datang kembali, memberi <i>word of mouth</i> yang positif, tinggal lebih lama dari perkiraan, berbelanja lebih banyak dari perkiraan (Zeithaml et al 2009, 2014:2)				
	Keinginan untuk merekomendasikan kepada orang lain (Zeithaml, 2008:428)		Tingkat keinginan untuk merekomendasikan Hotel Novotel Bogor kepada orang lain	Ordinal	III.I.1
			Tingkat keinginan untuk membicarakan hal hal positif	Ordinal	III.I.2

Variabel/sub Variabel	Konsep variabel dan sub variable	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
1	2	3	4	5	6
			mengenai Hotel Novotel Bogor kepada keluarga atau kerabat		
	Keinginan untuk berkunjung kembali (Zeithaml, 2008:428)		Tingkat keinginan tamu untuk menginap kembali ke Hotel Novotel Bogor	Ordinal	III.I.3
			Tingkat kemungkinan untuk kembali lagi di masa yang akan datang ke Hotel Novotel Bogor	Ordinal	III.I.4

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2015

### 3.2.3 Sumber dan Cara Penentuan Data

Ridwan dalam Sugiyono (2012:182) menyebutkan bahwa “Data adalah bahan mentah yang perlu diolah sehingga menghasilkan informasi dan keterangan, baik kualitatif maupun kuantitatif yang menunjukkan fakta”. Dilihat dari sumbernya, data diklasifikasikan menjadi dua yaitu data primer dan data sekunder. Penjelasan mengenai arti dari data primer dan data sekunder adalah sebagai berikut.

#### 1. Data primer

Data primer menurut Aaker (2006:759) adalah “*data collected to address a specific research object (as opposed to secondary data)*”

Artinya, data yang dikumpulkan untuk mengarahkan objek penelitian yang spesifik (kebalikan dari data sekunder). Sedangkan menurut M.Nazir (2006:50), data primer merupakan sumber-sumber dasar yang merupakan bukti atau saksi utama dari suatu kejadian yang lalu.

#### 2. Data sekunder

Data sekunder menurut Aaker (2006:761) adalah “*data collected for some purpose other than the present research purposes*”. Artinya, data yang dikumpulkan untuk beberapa tujuan selain dari tujuan penelitian saat ini. Sedangkan menurut M. Nazir (2006:50), data sekunder adalah

catatan tentang adanya suatu peristiwa, ataupun catatan-catatan yang jaraknya telah jauh dari sumber orisinal.

Untuk lebih jelasnya mengenai data dan sumber data yang dipergunakan dalam penelitian ini, maka penulis mengumpulkan dan menyajikannya dalam Tabel 3.2 berikut.

**TABEL 3.2**  
**JENIS DAN SUMBER DATA**

No. Data	Data	Jenis Data	Sumber Data
1.	<i>Room Occupancy</i> Hotel Novotel Bogor	Sekunder	<i>Human Resource Departement</i> Hotel Novotel Bogor 2016
2.	Data wisatawan mancanegara ke Indonesia	Sekunder	Kementrian Pariwisata 2016
3.	Data perkembangan hotel bintang dan non bintang di Indonesia	Sekunder	Badan Pusat Statistik 2016
4.	Profil perusahaan, struktur organisasi, visi misi Hotel Novotel Bogor	Sekunder	Hotel Novotel Bogor
5.	Tanggapan tamu yang menginap terhadap <i>customer experience</i> yang dilakukan Hotel Novotel Bogor.	Primer	Penyebaran kuisisioner kepada tamu menginap di Hotel Novotel Bogor.
6.	Tanggapan tamu yang menginap terhadap <i>revisit intention</i> Hotel Novotel Bogor.	Primer	Penyebaran kuisisioner kepada tamu menginap di Hotel Novotel Bogor.

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2016

### 3.2.4 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

#### 3.2.4.1 Populasi

Penelitian dengan kegiatan pengumpulan data di dalamnya membutuhkan populasi yang tepat agar proses analisa menjadi lebih akurat. Menurut Sugiyono (2012:115), “Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas subjek atau objek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan.”



Penentuan populasi merupakan langkah penting yang harus diperhatikan peneliti dalam mengumpulkan dan menganalisa suatu data. Populasi bukan hanya meliputi manusia, melainkan juga benda-benda alam lainnya. Populasi juga meliputi seluruh karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh suatu subjek atau objek, bukan hanya sekedar jumlah yang ada pada subjek atau objek tersebut.

Berdasarkan pengertian populasi tersebut maka populasi dalam penelitian ini adalah seluruh tamu hotel yang mempengaruhi *customer experience*, dan anggota populasinya adalah tamu individu yang menginap di Hotel Novotel Bogor adalah 27.388 orang pada periode tahun 2015.

### 3.2.4.2 Sampel

Pada umumnya sebuah penelitian tidak meneliti semua populasi, yang disebabkan beberapa faktor seperti keterbatasan biaya dan waktu yang tersedia. Oleh karena itu peneliti mengambil sebagian populasi yang dikenal sebagai sampel.

Menurut Sugiyono (2012:116), definisi sampel adalah “Bagian dari jumlah ataupun karakteristik yang dimiliki oleh suatu populasi tertentu”. Sampel juga merupakan sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sampel digunakan karena adanya ketidak-mungkinan peneliti untuk meneliti populasi khususnya populasi yang besar. Hal tersebut dikarenakan adanya keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi. Semua yang dipelajari dari sampel itu, kesimpulannya akan diberlakukan untuk populasi, dengan catatan bagian yang diambil tersebut mewakili bagian yang lain yang diteliti.

Berdasarkan pengertian mengenai sampel diatas, maka sampel yang diambil untuk penelitian ini adalah sejumlah orang yang dipilih dari populasi yaitu sebagian dari tamu individu sebagai yang menginap pada periode 2015 yang berjumlah 27.388 orang. Dalam penelitian ini peneliti melakukan cara pengambilan sampel dengan menggunakan rumus sederhana dalam menentukan ukuran sampel, yang dikembangkan oleh Slovin (Husein Umar, 2009:78) dengan perhitungan menggunakan rumus sebagai berikut.

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan :  $n$  = ukuran sampel

$N$  = ukuran populasi

$e$  = persentase kelonggaran kelebihan karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditoleransi atau yang diinginkan ( $e = 10\% = 0,1$ )

Berdasarkan perhitungan pada rumus Slovin, maka ukuran sampel pada penelitian ini adalah sebagai berikut.

$$n = \frac{27.388}{1 + (27.388 \cdot 0,1^2)}$$

$$n = 99,64$$

$$n = 100$$

Hasil perhitungan tersebut menunjukkan bahwa ukuran sampel minimal dalam penelitian ini yang ditetapkan dengan  $e = 0,1$  maka diperoleh ukuran sampel ( $n$ ) sebesar 100 responden.

### 3.2.4.3 Teknik Sampling

Teknik sampling merupakan teknik pengambilan sampel untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian sehingga dapat diperoleh nilai karakteristik perkiraan (*estimate value*). Sugiyono (2012:62) mengemukakan bahwa teknik sampling merupakan teknik pengambilan sampel dalam penelitian, terdapat berbagai teknik sampling yang digunakan. Secara garis besar, teknik sampling dikelompokkan menjadi dua yaitu *probability* dan *non probability sampling*.

*Probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. *Probability sampling* meliputi *simple random sampling*, *proportionate stratified random sampling*, *disproportionate stratified random sampling* dan *cluster random sampling*. *Non probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang / kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Teknik sampel ini meliputi *sampling* sistematis, *quota sampling*, *sampling* insidental, *purposive sampling*, *sampling* jenuh, dan *snowball sampling* (Sugiyono 2012:117).

Pada penelitian ini teknik *sampling* yang digunakan adalah teknik *simple random sampling*, yaitu teknik pengambilan anggota sampel dari populasi yang

dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu (Sugiyono 2012:118).

### 3.2.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data mengacu pada cara yang dipilih peneliti untuk mengumpulkan data yang diperlukan. Dalam memperoleh sumber data yang ada dalam penelitian ini, digunakan beberapa metode antara lain:

1. Kuesioner / angket

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2012:199). Dalam penelitian kuesioner ini terdiri atas pertanyaan mengenai identitas tamu, pengalaman tamu, dan pertanyaan seputar *customer experience* juga *revisit intention* di Hotel Novotel Bogor yang disusun dengan memberikan alternatif jawaban yang disediakan oleh peneliti. Kuesioner ini berlaku sebagai sumber data primer, dan dengan menggunakan angket tertutup sebagai teknik pengumpulan data akan mempermudah peneliti dalam melakukan analisis data dari seluruh angket sehingga dapat menghemat waktu.

2. Studi kepustakaan

Usaha untuk mengumpulkan informasi yang berhubungan dengan teori-teori dan konsep-konsep yang berkaitan dengan masalah variabel yang diteliti yang terdiri dari *customer experience* dan *revisit intention*.

3. Observasi

Dilakukan dengan cara meninjau serta melakukan pengamatan langsung terhadap objek penelitian yaitu Hotel Novotel Bogor, khususnya mengenai *customer experience* dan *revisit intention*.

4. Wawancara

Merupakan teknik komunikasi langsung dengan pihak Wawancara dilakukan dengan berkomunikasi langsung kepada *Human Resources Department* Hotel Novotel Bogor untuk memperoleh data mengenai profil perusahaan dan penerapan strategi. Sedangkan data mengenai jumlah tamu yang pernah menginap diperoleh dari *Front Office Department* Hotel Novotel Bogor.

### 3.2.6 Pengujian Validitas dan Reabilitas

#### 3.2.6.1 Pengujian Validitas

Di dalam penelitian ini, data mempunyai kedudukan penting dalam penelitian karena data merupakan penggambaran dari variabel yang diteliti, dan mempunyai fungsi sebagai pembentuk hipotesis. Oleh karena itu mutu hasil penelitian ditentukan oleh benar tidaknya atau kevalidan data. Peneliti harus berhati-hati dalam menyusun instrumen, mulai dari penyusunan variabel, pemecahan subvariabel, dan penyusunan butir-butir pertanyaan yang akan diajukan.

Menurut Uma Sekaran (2013:225), validitas adalah cara pengujian mengenai seberapa baik instrumen dikembangkan dengan konsep langkah-langkah tertentu yang ditujukan untuk mengukur variabel tertentu. Dengan demikian bahwa data valid adalah data yang tidak berbeda antara data yang dilaporkan oleh peneliti dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek penelitian. Uji validitas dilakukan untuk memastikan seberapa baik suatu instrumen digunakan untuk mengukur konsep yang seharusnya diukur. Dari penelitian ini yang akan diuji adalah validitas dari instrumen *customer experience* sebagai variabel X dan *revisit intention* 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 Uma 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* dengan menggunakan alat bantu SPSS *Statistic 20 for windows*, dengan langkah sebagai berikut:

1. Buka program SPSS

2. *Copy* dan *paste* data
3. Setelah selesai di input kemudian klik variabel view pada kolom label dan beri nama misalnya dengan x1, x2, x3 dan seterusnya
4. Klik menu *analyze*
5. Klik *correlate*
6. Klik *variate*
7. Blok semua item dan masukan ke kolom sebelah kanan
8. Centang "*pearson*" dan "*two tailed*"
9. Klik OK

Keputusan pengujian validitas instrument penelitian dilakukan dengan membandingkan:  $r_{hitung}$  dengan  $r_{tabel}$ , dimana jika:

1. Item pertanyaan-pertanyaan responden penelitian dikatakan valid jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$ .
2. Item pertanyaan-pertanyaan responden penelitian dikatakan tidak valid jika  $r_{hitung}$  lebih kecil dari  $r_{hitung} < r_{tabel}$
3. Tingkat signifikansinya:
  - a. Dimana jika signifikansi  $< 0.05$ , penelitian dikatakan valid.
  - b. Dimana jika signifikansi  $> 0.05$ , penelitian dikatakan tidak valid.

Dalam penelitian ini, yang akan diuji adalah validitas dari variabel *customer experience* sebagai instrument variabel (X) dan *revisit intention* sebagai variabel (Y). Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh hasil pengujian validitas dari item pertanyaan yang diajukan peneliti sebagai berikut:

**TABEL 3.3**  
**HASIL PENGUJIAN VALIDITAS**

No	Pernyataan	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Ket
<i>Aesthetic Experience</i>				
1	Menurut saya Hotel Novotel Bogor memiliki karakter hotel yang sangat unik	0,810	0,361	Valid
2	Menurut saya Hotel Novotel Bogor memiliki fasilitas hotel yang sangat lengkap	0,794	0,361	Valid
3	Menurut saya fasilitas Hotel Novotel Bogor terawat dengan sangat baik	0,735	0,361	Valid
4	Menurut saya keamanan saat berjalan di area Hotel Novotel Bogor sangat aman	0,803	0,361	Valid
5	Menurut saya jaminan keamanan yang di berikan Hotel Novotel Bogor sangat baik	0,817	0,361	Valid

6	Menurut saya keramahaan lingkungan yang bebas polusi di Hotel Novotel Bogor sangat baik	0,735	0,361	Valid
7	Menurut saya Hotel Novotel Bogor memiliki suasana yang sangat harmoni	0,579	0,361	Valid
8	Menurut saya kemenarikan design penunjuk arah di Hotel Novotel Bogor sangat menarik	0,809	0,361	Valid
<b>Escapism</b>				
1	Saya merasa sangat senang ketika menginap di Hotel Novotel Bogor	0,658	0,361	Valid
2	Saya menjadi merasa spesial saat menginap di Hotel Novotel Bogor	0,717	0,361	Valid
3	Saya merasa bebas dari rutinitas sehari-hari saat menginap di Hotel Novotel Bogor	0,819	0,361	Valid
4	Saya merasa berada di surga saat menginap di Hotel Novotel Bogor	0,811	0,361	Valid
<b>Entertainment</b>				
1	Saya merasa sangat senang ketika menikmati hiburan di Hotel Novotel Bogor	0,956	0,361	Valid
2	Saya merasa sangat terhibur saat beraktivitas selama menginap di Hotel Novotel Bogor	0,879	0,361	Valid
3	Menurut saya hiburan yang di berikan kepada tamu Hotel yang menginap di Hotel Novotel Bogor sangat menarik	0,881	0,361	Valid
<b>Education</b>				
1	Saya sangat merasa ingin mempelajari hal yang baru di Hotel Novotel Bogor	0,853	0,361	Valid
2	Saya merasa banyak hal baru yang dipelajari saat menginap di Hotel Novotel Bogor	0,850	0,361	Valid
3	Saya merasa penasaran terhadap lingkungan Hotel Novotel Bogor	0,865	0,361	Valid
4	Saya mendapatkan pengalaman edukasi yang di dapat setelah menginap di Hotel Novotel Bogor	0,803	0,361	Valid
No	Pernyataan	r hitung	r tabel	ket
<b>Keputusan Menginap</b>				
1	Saya merasa ingin untuk merekomendasikan Hotel Novotel Bogor kepada orang lain	0,880	0,361	Valid
2	Saya merasa ingin untuk membicarakan hal hal positif mengenai Hotel Novotel Bogor kepada keluarga ataupun kerabat	0,827	0,361	Valid
3	Saya merasa ingin menginap kembali ke Hotel Novotel Bogor	0,836	0,361	Valid
4	Saya merasa ingin untuk kembali lagi di masa yang akan datang ke Hotel Novotel Bogor	0,847	0,361	Valid

Sumber : Pengolahan data, 2017.

Berdasarkan hasil pengolahan pengujian validitas di atas maka dapat dilihat bahwa variabel *customer experience* dan *revisit intention* menunjukkan item-item

pertanyaan dalam kuesioner valid karena skor  $r_{hitung}$  lebih besar dibandingkan dengan  $r_{tabel}$  yang bernilai 0,361.

### 3.2.6.2 Pengujian Reliabilitas

Reliabilitas adalah alat yang digunakan untuk mengukur suatu kuisisioner yang merupakan indikator dari suatu variabel. Menurut Uma Sekaran (2013:225), reliabilitas adalah cara pengujian mengenai seberapa konsisten konsep alat ukur tersebut.

Adapun rumus yang digunakan untuk mengukur reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan uji *Cronbach Alpha* karena alternatif jawaban pada instrumen penelitian lebih dari dua.

Perhitungan reliabilitas pertanyaan dilakukan dengan bantuan program SPSS *Statistic 20 for windows*, Adapun langkah-langkahnya sebagai berikut:

1. Buka program SPSS
2. Buka data yang akan diuji reliabilitasnya
3. Klik *Analyze > Scale > Reliability Analysis*
4. Kemudian akan muncul kotak dialog *Reliability Analysis*. Pindahkan semua variabel ke dalam kotak disebelah kanan, dengan cara klik tanda panah yang terdapat diantara kotak tersebut.
5. Klik statistik, kemudian muncul kotak dialog baru yakni *Reliability Analysis: Statistics*. Beri tanda centang pada Butir, *Scale* dan *Scale if butirdeleted* pada kotak "*Descriptive for*". Selanjutnya klik continue. Klik OK.

Maka akan muncul secara otomatis output untuk mengetahui data tersebut apakah reliable atau tidak yang dapat dilihat dari nilai alpha. Data akan reliable bila nilai alpha lebih besar dari pada nilai pada R tabel. Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh hasil pengujian reliabilitas dari item pertanyaan yang diajukan peneliti sebagai berikut:

**TABEL 3.4**  
**HASIL PENGUJIAN RELIABILITAS**

No	Variabel	$C\alpha$ hitung	$C\alpha$ minimal	Keterangan
1	<i>Customer Experience</i>	0,949	0,700	Reliabel
2	<i>Revisit Intention</i>	0,869	0,700	Reliabel

Sumber : Hasil Pengolahan data, 2017.

Berdasarkan tabel data hasil reliabilitas menunjukkan bahwa *customer experience* (X) dan *revisit intention* (Y) reliabel karena nilai *cronbach alpha*  $> 0,70$  . Hasil uji reabilitas *customer experience* memperoleh 0,949 sedangkan *revisit intention* memperoleh sebesar 0,869.

### 3.2.7 Rancangan Analisis Data

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

Sekaran dan Bougie (2010:105) mengungkapkan bahwa analisis deskriptif dilakukan oleh peneliti untuk mengetahui dan mampu menjelaskan karakteristik dari variabel yang diteliti, dan karakteristik perusahaan. 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 persentase. (Naresh K. Malhotra, 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 variabel yang memiliki sejumlah kategori atau nilai-nilai yang berbeda. (Naresh K. Malhotra, 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%

Penelitian ini menggunakan analisis data deskriptif untuk mendeskripsikan variabel-variabel penelitian.

1. Analisis data deskriptif mengenai *customer experience* di Hotel Novotel Bogor melalui empat dimensi yaitu *aesthetics experience*, *escapism*, *entertainment*, *education*.
2. Analisis data deskriptif mengenai *customer experience* di Hotel Novotel Bogor

### 3.2.7.2 Rancangan Analisis Data Verifikatif

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.

#### 1. Menyusun data

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

#### 2. 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.

#### 3. Menganalisis Data

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

Berdasarkan tujuan penelitian, maka variabel yang dianalisis adalah variabel independen (X) yaitu *entertainment, education, escapism, aesthetic experience* Sedangkan variabel dependen (Y) yaitu *revisit intention*.

Persamaan regresi linier berganda empat variabel bebas tersebut dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4$$

Keterangan : Y = Subyek dalam variabel terikat yang diprediksikan (*revisit intention*)

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  $X_1(aesthetic)$ ,  $X_2(escapism)$   $X_3(entertainment)$   $X_4(education)$  adalah variabel penyebab.

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 Multikolinearitas

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 ketidak samaan 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. 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 yang tidak mempunyai hubungan kausal atau sebab akibat, atau hubungan fungsional. Analisis regresi dilakukan bila hubungan dua variabel berupa hubungan kausal atau fungsional. Adapun interpretasi hasil untuk perhitungan analisis korelasi adalah sebagai berikut :

**TABEL 3.5**  
**INTEPRETASI KOEFISIEN KORELASI**

Besarnya Nilai	Tingkat Hubungan
0,000 – 0,199	Sangat Rendah
0,200 – 0,399	Rendah
0,400 – 0,599	Sedang
0,600 – 0,799	Kuat
0,800 – 1,000	Sangat Kuat

Sumber : Sugiyono (2012:184)

### 6. Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi menyatakan besarnya kecilnya nilai variabel X terhadap Y. Koefisien determinasi merupakan kuadrat dari koefisien korelasi ( $r^2$ ). Rumus koefisien determinasi adalah sebagai berikut :

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

Sumber : Alma (2007:81)

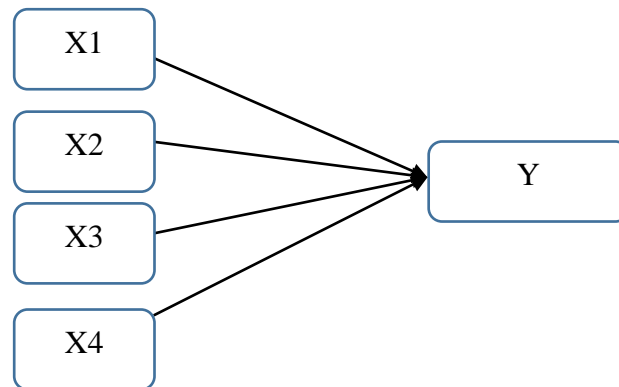
Keterangan            KP    = Nilai Koefisien determinasi

:

R            = Nilai Koefisien Korelasi

Dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda yang digunakan untuk mengetahui pengaruh antara variabel bebas (X) yaitu  $X_1$ (*astethic experience*),  $X_2$  (*escapism*)  $X_3$  (*entertainment*)  $X_4$  (*education*) terhadap variabel terikat (Y) yaitu *revisit*

*intention*. Maka terlebih dahulu hipotesis konseptual tersebut digambarkan dalam sebuah paradigma seperti gambar berikut :



Keterangan: Y = *Revisit Intention*  
 X1 = *aesthetics experience*  
 X2 = *escapism*  
 X3 = *entertainment*  
 X4 = *education*

**GAMBAR 3.1**  
**REGRESI LINIER BERGANDA**

### 3.2.8 Pengujian Hipotesis

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

$H_0$  :  $PYX = 0$ , artinya tidak terdapat pengaruh signifikan antara *customer experience* terhadap *revisit intention*.

$H_a$  :  $PYX \neq 0$ , artinya terdapat pengaruh signifikan antara *customer experience* terhadap *revisit intention*.

Pengujian hipotesis ini dengan menggunakan uji f dihitung dengan rumus menggunakan bantuan program SPSS *Statistic 20 for windows*.

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**

a.  $H_0 : PYX_1 = 0$ , artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan *aesthetic experience* terhadap *revisit intention*.

$H_a : PYX_1 \neq 0$ , artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara *aesthetic experience* terhadap *revisit intention*.

b.  $H_0 : PYX_2 = 0$ , artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara *escapism* terhadap *revisit intention*.

$H_a : PYX_2 \neq 0$ , artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara *escapism* terhadap *revisit intention*.

c.  $H_0 : PYX_3 = 0$ , artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara *entertainment* terhadap *revisit intention*.

$H_a : PYX_3 \neq 0$ , artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara *entertainment* terhadap *revisit intention*.

d.  $H_0 : PYX_4 = 0$ , artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara *education* terhadap *revisit intention*.

$H_a : PYX_4 \neq 0$ , artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara *education* terhadap *revisit intention*.

Pengujian hipotesis ini dengan menggunakan uji t dihitung dengan bantuan program SPSS *Statistic 20 for windows*.

Kriteria pengambilan keputusan untuk hipotesis yang diajukan adalah :

1. Tolak  $H_0$  jika  $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ , artinya terdapat pengaruh antara X dengan Y
- Terima  $H_0$  jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$ , artinya tidak terdapat pengaruh antara X dengan Y
2. Jika tingkat signifikansi  $< 0,05$ , maka terdapat pengaruh yang signifikan
- Jika tingkat signifikansi  $> 0,05$ , maka tidak terdapat pengaruh yang signifikan