

## BAB III

### OBJEK DAN METODE PENELITIAN

#### 3.1 Objek Penelitian

Penelitian ini menganalisis tentang pengaruh *service guarantee* terhadap *behavioral intention* di Hotel Ibis Bandung Trans Studio. Penelitian ini menggunakan dua variabel, menurut Uma Sekaran (2013:68) variabel adalah segala sesuatu yang memiliki perbedaan atau variasi nilai. Nilai-nilai tersebut dapat berbeda untuk berbagai objek atau orang yang sama, atau pada waktu yang sama, atau pada waktu yang sama untuk objek dan orang yang berbeda.

Dalam penelitian ini variabel yang diteliti terdiri dari variabel dependen dan variabel independen. Menurut Uma Sekaran (2013, hlm. 69) *dependent variable* atau variabel terikat adalah variabel yang menjadi perhatian utama bagi peneliti. Sedangkan *independent variable* atau variabel bebas adalah salah satu yang mempengaruhi variabel dependen baik secara positif atau negatif. Variabel dependen pada penelitian ini adalah *behavioral intention* yang terdiri dari *intention of revisit*, *word of mouth* dan *search of alternatives*. Sementara itu yang menjadi variabel *independent* adalah *service guarantee* yang terdiri dari *level of service guarantee*, *value to the customer*, *customer expectations*, *ease of claiming the compensation*, dan *value to the compensation*. Responden pada penelitian ini adalah tamu individu yang mendapatkan *service guarantee* di Hotel Ibis Bandung Trans Studio. Penelitian ini dilakukan dalam kurun waktu kurang dari satu tahun maka metode pendekatan yang digunakan adalah pendekatan *cross sectional method*.

Menurut Uma Sekaran (2013:106) mengemukakan bahwa *cross sectional method* adalah sebuah penelitian dimana data dikumpulkan hanya sekali, mungkin selama beberapa hari, minggu, ataupun bulan untuk menjawab pertanyaan penelitian. Melalui metode ini diharapkan peneliti dapat mengungkapkan serta mengkaji seberapa besar pengaruh *service guarantee* terhadap *behavioral intention* yang mendapatkan *service guarantee* di Hotel Ibis Bandung Trans Studio.

## 3.2 Metode Penelitian

### 3.2.1 Jenis Penelitian dan Metode yang Digunakan

Metode dan penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan memecahkan suatu masalah. Berdasarkan tujuan penelitian dan variabel-variabel yang diteliti maka jenis penelitian ini adalah penelitian *deskriptif* dan *verifikatif*. Menurut Uma Sekaran (2013:100) penelitian deskriptif adalah jenis penelitian konklusif yang memiliki tujuan utama untuk mendeskripsikan sesuatu biasanya penjelasan mengenai karakteristik pasar atau fungsi. Sedangkan penelitian verifikatif menurut Maholtra (2009:104) merupakan penelitian untuk menguji secara kausal yaitu hubungan antara variabel independen dan dependen. Penelitian ini terdiri dari dua tujuan, yaitu memperoleh hasil temuan berupa gambaran mengenai *service guarantee* yang dilakukan oleh pihak Hotel Ibis Bandung Trans Studio.

Berdasarkan jenis penelitiannya, maka metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *explanatory survey*. Menurut Mark Saunders. Et al. (2009:591) mengungkapkan bahwa *explanatory survey* adalah “*Research that focuses on studying a situation or problem in order to explain the relationship between variables*” maksudnya *explanatory survey* yaitu penelitian yang berfokus pada mempelajari suatu situasi atau masalah untuk menjelaskan hubungan antar variabel.

### 3.2.2 Operasional Variabel

Operasional variabel adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya.

1. Variabel *service guarantee* disebut sebagai variabel bebas (x)
2. Variabel *behavioral intention* disebut sebagai variabel terikat (y)

Secara lebih rinci operasionalisasi masing-masing variabel disajikan dalam tabel 3.1 sebagai berikut:

**TABEL 3.1**  
**OPERASIONAL VARIABEL PENELITIAN**

Variabel/ Sub Variabel	Konsep Variabel	Dimensi / Indikator	Ukuran	Skala	No. Item	
<i>Service Guarantee</i> (X)	<i>Service guarantee</i> yaitu sejauh mana perusahaan menetapkan standar kualitas layanan yang jelas untuk itu sendiri pada dimensi yang diminati oleh pelanggan, dan memiliki kebijakan formal untuk memberikan kompensasi yang berarti kepada pelanggan dengan cepat bila standar ini tidak terpenuhi.		Tingkat kejelasan yang disampaikan mengenai program <i>15 minutes guarantee</i>	Ordinal	III.1	
			<i>Level of Service Guarantee</i>	Tingkat kejelasan mengenai kualitas layanan <i>15 minutes guarantee</i> yang ditawarkan	Ordinal	III.2
				Tingkat pemahaman mengenai program <i>15 minutes guarantee</i>	Ordinal	III.3
			<i>Value to the Customer</i>	Tingkat kesesuaian nilai yang diberikan kepada tamu	Ordinal	III.4
	Nilai bagi tamu yaitu persepsi tamu terhadap nilai dimana perusahaan harus mempertimbangkan nilai dalam mengembangkan produk dan jasa sehingga sesuai dengan apa yang diharapkan oleh tamu.					

Variabel/ Sub Variabel	Konsep Variabel	Dimensi / Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
	Harapan tamu dipercaya memiliki peran yang besar dalam menentukan kualitas produk atau jasa terhadap kepuasan tamu.	<i>Customer Expectation</i>	Tingkat kesesuaian harapan yang diberikan kepada tamu	Ordinal	III.5
			Tingkat kesesuaian standar pelayanan yang diberikan kepada tamu	Ordinal	III.6
	Kemudahan mengklaim kompensasi yaitu ketika mengklaim kompensasi yaitu ketika seorang tamu memiliki masalah dan tidak terselesaikan sesuai dengan waktu yang telah dijanjikan.	<i>Ease of Claiming the compensation</i>	Tingkat kecepatan menanggapi keluhan	Ordinal	III.7
			Tingkat kemudahan mengklaim kompensasi	Ordinal	III.8
	Nilai kompensasi merupakan suatu yang akan diterima oleh tamu sebagai pengganti.	<i>Value of the Compensation</i>	Tingkat kejelasan kompensasi yang akan diterima	Ordinal	III.9
			Tingkat kesesuaian kompensasi yang diterima	Ordinal	III.10

Variabel/ Sub Variabel	Konsep Variabel	Dimensi / Indikator	Ukuran	Skala	No. Item		
<i>Behavioral intention</i> (Y)	<i>Behavioral intention</i> merupakan penilaian pengunjung tentang niat keinginan untuk berkunjung kembali ke suatu tempat yang sama dan ketersediaan untuk merekomendasikan kepada orang lain. Ching-Fu Chen dan Dung Chun Tsai (2007:116)						
			Partisipan berniat untuk melakukan kunjungan berulang pada destinasi yang pernah dikunjungi	<i>Intention of revisit</i>	Tingkat keinginan berkunjung kembali ke Hotel Ibis Bandung Trans Studio	Ordinal	V.1
					Tingkat keinginan untuk mencoba fasilitas lainnya di Hotel Ibis Bandung Trans Studio	Ordinal	V.2
			Wisatawan yang mendapatkan pengalaman positif yang akan memberikan motivasi kepada temannya untuk mendapatkan pengalaman yang sama	<i>Word of Mouth</i>	Tingkat keinginan menceritakan hal positif mengenai Hotel Ibis Bandung Trans Studio kepada orang lain	Ordinal	V.3
			Tingkat kesediaan untuk merekomendasikan Hotel Ibis Bandung Trans Studio kepada orang lain	Ordinal	V.4		

Variabel/ Sub Variabel	Konsep Variabel	Dimensi / Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
			Frekuensi untuk merekomendasikan Hotel Ibis Bandung Trans Studio kepada orang lain	Ordinal	V.5
	Menjadikan tempat yang telah dikunjungi sebelumnya sebagai alternative tujuan dimasa yang akan datang	<i>Search for Alternatives</i>	Tingkat keinginan untuk tempat yang telah dikunjungi sebelumnya sebagai alternatif	Ordinal	V.6
			Tingkat peluang untuk tempat yang telah dikunjungi sebagai alternatif	Ordinal	V.7

### 3.2.3 Jenis dan Sumber Data

Ada satu jenis data yang diperlukan dalam penelitian ini yaitu data primer dan data sekunder.

1. Data primer, merupakan data yang diperoleh langsung dari lapangan. Dalam penelitian ini data primer diperoleh dari hasil penyebaran kuisiner kepada responden. Menurut Ir. Syofian Siregar (2013:16) menyebutkan, data primer adalah data yang dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari sumber pertama atau tempat objek penelitian dilakukan.
2. Data sekunder, merupakan data yang diperlukan untuk mendukung hasil penelitian yang diperoleh dari studi literature, buku-buku, dan sumber-sumber referensi seperti koran, majalah, jurnal, dll. Serta *website* perusahaan di [www.ibisbandung.com](http://www.ibisbandung.com) dan sumber-sumber tertulis yang dikeluarkan oleh perusahaan seperti brosur, *leaflet*, dan *company profile*.

Berdasarkan data dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini, maka peneliti menuliskannya dalam Tabel 3.2 sebagai berikut.

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

No	Data	Jenis Data	Sumber Data
1	Karakteristik Responden	Primer	Tamu yang menginap di Hotel Ibis Bandung Trans Studio
2	Tanggapan tamu hotel mengenai <i>service guarantee</i> “15 Minutes Guarantee”	Primer	Tamu yang menginap di Hotel Ibis Bandung Trans Studio
3	Tanggapan tamu hotel terhadap <i>behavioral intentions</i>	Primer	Tamu yang menginap di Hotel Ibis Bandung Trans Studio
4	<i>Room occupancy</i> Hotel Ibis Bandung Trans Studio	Sekunder	<i>Front Office Department</i> Hotel Ibis Bandung Trans Studio
5	Alasan tamu tidak merasa puas di Hotel Ibis Bandung Trans Studio	Sekunder	<i>Operasional Secretary</i> Hotel Ibis Bandung Trans Studio
6	Alasan tamu merekomendasikan Hotel Ibis Bandung Trans Studio	Sekunder	<i>Front Office Department</i> Hotel Ibis Bandung Trans Studio
7	Keluhan beserta kompensasi yang diterima oleh tamu Hotel Ibis Bandung Trans Studio	Sekunder	<i>Front Office Department</i> Hotel Ibis Bandung Trans Studio

Sumber: Hasil Pengolahan Data Tahun 2017

### 3.2.4 Populasi, Sampel, dan Teknik Sampel

#### 3.2.4.1 Populasi

Definisi populasi menurut Sanusi (2012:87) yaitu seluruh kumpulan elemen yang menunjukkan ciri-ciri tertentu yang dapat digunakan untuk membuat sebuah kesimpulan. Jadi kumpulan elemen tersebut menunjukkan jumlah. Sedangkan ciri-ciri tertentu menunjukkan karakteristik dari kumpulan tersebut.

Berdasarkan pengertian populasi tersebut, maka populasi dalam penelitian ini adalah tamu menginap dan mendapatkan pelayanan *service guarantee 15 minutes guarantee* di Hotel Ibis Bandung Trans Studio pada tahun 2016 yaitu sebanyak 4.038 orang.

### 3.2.4.2 Sampel

Penelitian yang dilaksanakan tidak pada semua populasi yang telah ditentukan melainkan kepada beberapa orang yang disebut dengan sampel. Sampel adalah bagian dari elemen-elemen populasi yang terpilih (Sanusi,2012:87).

Dalam penelitian ini tidak memungkinkan untuk menggunakan keseluruhan populasi untuk diteliti, hal ini disebabkan oleh adanya faktor waktu, biaya, tenaga, dan juga perijinan. Untuk itu peneliti diperkenankan mengambil objek populasi yang telah ditentukan, dengan catatan bagian yang diambil tersebut mewakili bagian lain yang akan diteliti (representatif). Seperti yang dijelaskan oleh Nyoman (2012:38), “Besarnya populasi mempengaruhi representatif sampel, karena semakin besar jumlah *sample* semakin besar pula peluang sampel mengikuti ciri-ciri dan distribusi populasinya”.

Peneliti mengambil sebagian dari tamu menginap yang mendapatkan *service guarantee* yaitu program *15 minutes guarantee* di Hotel Ibis Bandung Trans Studio yang dapat mewakili bagian lain yang akan diteliti (*representative*).

Berdasarkan pengertian sampel yang dikemukakan diatas, maka untuk menentukan ukuran sampel dari suatu populasi yang dihitung atas dasar rumus. Berikut merupakan rumus perhitungan untuk menentukan jumlah sampel yang dikemukakan oleh Tabachnick dan Fidel (2013:123)

$$N \geq 50 + 8m$$

atau

$$N \geq 104 + m$$

**Keterangan :** N = Jumlah Sampel

m = Jumlah Variabel

Berdasarkan rumus Tabachnick dan fidel, maka ukuran sampel pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$N \geq 104 + m$$

$$N \geq 104 + 2$$

$$N \geq 106$$

Berdasarkan perhitungan di atas dengan menggunakan rumus Tabachnick dan Fidel, maka dalam penelitian ini ukuran sampel minimal dalam penelitian ini yaitu 106 orang responden yang menginap di Hotel Ibis Bandung Trans Studio.

#### **3.2.4.3 Teknik *Sampling***

Teknik *Sampling* merupakan teknik pengambilan sampel untuk menentukan sampel mana yang akan digunakan dalam penelitian. *Sampling* adalah proses pemilihan jumlah elemen yang tepat dari populasi, sehingga sampel penelitian dan pemahaman tentang sifat atau karakteristik memungkinkan bagi kita untuk menggeneralisasi sifat atau karakteristik tersebut pada elemen populasi.

Pada dasarnya terdapat dua tipologi dari teknik pengambilan sampel yaitu *probability sampling* dan *non probability sampling*. *Probability sampling* merupakan teknik pengambilan sampel dimana setiap elemen atau anggota populasi memiliki peluang yang sama untuk terpilih sebagai sampel. Sampel *probability* memiliki empat jenis penarikan yaitu *simple random sampling*, *systematic random sampling*, *stratification sampling*, dan *cluster sampling*. Sedangkan sampel *non probability* kebalikannya dari *probability* dimana setiap elemen atau populasi tidak memiliki peluang yang sama dan pemilihan sampel bersifat objektif.

Penelitian ini menggunakan *probability sampling* dari penjabaran yang diatas. Lebih spesifik penelitian ini menggunakan sistematis random sampling. Menurut Sugiyono (2012:93) *simple random sampling* adalah pengambilan anggota sample dari populasi yang dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada didalam populasi itu. Jadi, semua populasi memiliki kesempatan yang sama untuk menjadi sampel. *Simple random sampling* cocok digunakan pada populasi tamu individu di Hotel Ibis Bandung Trans Studio.

#### **3.2.5 Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data suatu proses pengadaan data untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan. Adapun teknik pengambilan data yang penulis gunakan yaitu:

1. Wawancara

Wawancara ini dilakukan pada pihak manajemen hotel untuk memperoleh data mengenai profil Hotel Ibis Bandung Trans Studio, dan juga upaya penciptaan *service guarantee* yang diterapkan di Hotel Ibis Bandung Trans Studio.

2. Observasi

Observasi dilakukan dengan cara melakukan peninjauan serta pengamatan secara langsung terhadap objek yang diteliti yakni Hotel Ibis Bandung Trans Studio khususnya mengenai *service guarantee* terhadap kepuasan tamu serta berdampak pada *behavioral intention* sehingga peneliti memperoleh informasi lain yang belum dapat diperkirakan sebelumnya.

3. Kuisisioner/Angket

Merupakan teknik pengumpulan data melalui penyebaran seperangkat daftar pertanyaan yang tertulis. Kuisisioner berisi tentang pertanyaan dan pernyataan mengenai karakteristik responden, *service guarantee*, kepuasan tamu, dan *behavioral intention*. Kuisisioner ditujukan kepada tamu individu yang menginap di Hotel Ibis Bandung Trans Studio.

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 *service guarantee*, kepuasan tamu, dan *behavioral intention*. Teknik ini dilakukan untuk melengkapi data yang berkaitan dengan penelitian.

### **3.2.6 Pengujian Validitas dan Reliabilitas**

#### **3.2.6.1 Hasil Pengujian Validitas**

Data merupakan hal yang paling penting dalam penelitian ini. Data merupakan gambaran variabel yang diteliti dan fungsinya sebagai pembentukan hipotesis penelitian. Benar atau tidaknya data menentukan hasil penelitian. Jika peneliti menggunakan kuisisioner di dalam pengumpulan data peneliti, maka item-item yang disusun dalam kuisisioner tersebut menjadi instrumen penelitian dan juga merupakan alat tes yang harus mengukur apa yang menjadi tujuan dalam

penelitian. Instrument yang baik harus memenuhi syarat penting yaitu valid dan reliable.

Menurut Sekaran dan Bougie (2013:225) validitas adalah cara pengujian mengenai seberapa baik instrument dikembangkan dengan konsep langkah-langkah tertentu yang ditujukan untuk mengukur variabel tertentu. Instrument dikatakan valid berarti menunjukkan alat ukur yang digunakan untuk memperoleh data tersebut valid atau dapat digunakan. Uji validitas digunakan untuk menguji sejauh mana item kuisioner yang valid dan mana pula tidak valid. Suatu intrumen yang valid adalah yang memiliki tingkat validitas yang tinggi dan sebaliknya, instrument yang memiliki validitas rendah berarti tidak valid.

Adapun rumus yang digunakan untuk menghitung validitas dari suatu instrument rumus *Korelasi Product Moment*, yang dikemukakan oleh Pearson sebagai berikut:

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

Keterangan:

$r_{xy}$  = Koefisien korelasi *product moment*

$n$  = Banyaknya responden

$x$  = Skor per item dalam variable

$y$  = Skor total item dalam variable

$\sum x$  = Jumlah skor dalam distribusi X

$\sum y$  = Jumlah skor dalam distribusi Y

$\sum x^2$  = Jumlah kuadrat dalam skor distribusi X

$\sum y^2$  = Jumlah kuadrat dalam skor distribusi Y

$\sum XY$  = Jumlah perkalian faktor korelasi faktoe X dan Y

Sumber: Sugiyono (2011:183)

Setelah selesai melakukan analisis faktor dengan cara mengkorelasi jumlah skor total, langkah selanjutnya adalah melakukan perbandingan tingkat signifikansi. Berikut keputusan validitas intrumen:

1. Nilai r dibandingkan dengan r tabel dengan  $dk = n-2$  dan taraf signifikan  $\alpha = 0,05$ .

2. Item pertanyaan responden penelitian dikatakan valid jika  $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ .
3. Item pertanyaan responden penelitian dikatakan tidak valid jika

$$r_{hitung} \leq r_{tabel}.$$

4. Berdasarkan jumlah angket yang diuji sebanyak 30 tamu dengan tingkat signifikansi 5% dan derajat kebebasan (dk)

Langkah yang dilakukan untuk menguji validitas dengan menggunakan program *IBM SPSS Statistic (Statistical Product for Service Solution) 20.0 for windows* adalah sebagai berikut:

1. Distribusi data pada excel *copy* ke SPSS di *data view*.
2. Klik *variable view* lalu isi kolom *name* dengan nama item pertanyaan.
3. Klik menu *analyze*, kemudian pilih sub menu *correlate*, lalu pilih *bivariate*.
4. Keluar pada jendela baru pada layar, selanjutnya pindahkan seluruh data pada kolom kiri ke kolom *variables*.
5. Tentukan uji *correlate*, ceklis *pearson* pada *correlate coefficient* dan klik OK.
6. Maka hasil validitas akan muncul pada *output*.

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 responden penelitian dikatakan valid jika  $r_{hitung} \geq r_{tabel}$
3. Item pertanyaan responden penelitian dikatakan tidak valid jika  $r_{hitung} \leq r_{tabel}$
4. Tingkat signifikansi 5% (0,05) dan derajat kebebasan (dk)  $n-2$  ( $35-2=33$ ), maka didapat nilai  $r_{tabel}$

Berdasarkan hasil perhitungan dengan SPSS, dapat diperoleh hasil pengujian validitas dari item pertanyaan yang diajukan oleh peneliti, sebagai berikut:

**TABEL 3.3**  
**HASIL PENGUJIAN VALIDITAS INSTRUMEN PENELITIAN**

No.	Pertanyaan	r hitung	r tabel	keterangan
<i>Service Guarantee (X)</i>				
<i>Level of Service Guarantee (X<sub>1</sub>)</i>				
1	Kejelasan mengenai program	0,556	0,361	Valid
2	Kualitas layanan <i>15 minutes</i>	0,529	0,361	Valid

No.	Pertanyaan	r hitung	r tabel	keterangan
<i>guarantee</i>				
<b>Value to The Customer (X<sub>2</sub>)</b>				
1	Pemahaman mengenai program	0,637	0,361	Valid
2	Kesesuaian nilai dari layanan yang diberikan	0,545	0,361	Valid
<b>Customer Expectation (X<sub>3</sub>)</b>				
1	Kesesuaian atas harapan	0,435	0,361	Valid
2	Kesesuaian standar pelayanan	0,616	0,361	Valid
<b>Ease of Claming the Compensation (X<sub>4</sub>)</b>				
1	Kecepatan menanggapi keluhan	0,707	0,361	Valid
2	Kemudahan mengklaim kompensasi	0,550	0,361	Valid
<b>Values of The Compensation (X<sub>5</sub>)</b>				
1	Kejelasan kompensasi yang diberikan	0,663	0,361	Valid
2	Kesesuaian kompensasi yang diterima	0,668	0,361	Valid
<b>Behavioral Intention</b>				
1	Keinginan untuk berkunjung kembali	0,792	0,361	Valid
2	Mencoba fasilitas baru	0,577	0,361	Valid
3	Menceritakan hal positif	0,392	0,361	Valid
4	Merekomendasikan	0,591	0,361	Valid
5	Frekuensi	0,668	0,361	Valid
6	Bereunjung kembali	0,763	0,361	Valid
7	Peluang menjadi alternatif	0,410	0,361	Valid

Sumber: Hasil pengolahan data, 2017

Melihat hasil uji validitas pada Tabel 3.3 terlihat bahwa seluruh item pertanyaan pada dimensi x valid dan dapat diketahui bahwa nilai tertinggi terdapat pada item kecepatan menanggapi keluhan dengan nilai 0,707 dan nilai terendah yaitu 0,435 pada item kesesuaian atas harapan. Item pertanyaan pada dimensi y juga valid dan dapat diketahui juga bahwa nilai tertinggi yaitu 0,792 pada item berkunjung kembali dan nilai terendah yaitu 0,392 pada item menceritakan hal positif.

### 3.2.6.2 Hasil Pengujian Reabilitas

Reabilitas merupakan suatu ukuran yang menunjukkan bahwa suatu instrument cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai pengumpulan data, karena instrument tersebut sudah baik. Reabilitas menunjukkan keandalan pengukuran (Juliansyah Noor, 2014:24). Jika suatu instrument dapat dipercaya

maka data yang dihasilkan oleh instrument tersebut dapat dipercaya. Menurut Sekaran Bougie (2013:228) “pengujian reabilitas menunjukkan sejauh mana pengukuran itu tanpa prasangka (bebas dari kesalahan) dan karenanya memastikan pengukuran yang konsisten sepanjang waktu dan di berbagai item dalam instrument, dengan kata lain reabilitas membantu untuk menilai ukuran yang baik dan mencirikan tingkat konsistensi”. Rumus yang digunakan untuk mengukur reabilitas dalam penelitian ini menggunakan uji *Cronbach Alpha*, karena alternative jawaban pada instrument penelitian lebih dari dua. Rumus *Cronbach Alpha* sebagai berikut:

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

Sumber: Juliansyah Noor (2014:25)

Keterangan :

- $r_{11}$  = reabilitas instrument  
 $k$  = banyaknya butir pertanyaan  
 $\sum \sigma b^2$  = jumlah varian total  
 $\sigma_1^2$  = varian total

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

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

Keterangan :

- $n$  = jumlah responden  
 $\sum x$  = jumlah skor  
 $\sigma$  = varian total

Keputusan uji reabilitas ditentukan dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Jika koefisien internal seluruh item  $r_{hitung} \geq r_{tabel}$  dengan tingkat signifikansi 5%, maka item pertanyaan dikatakan reliabel.
2. Jika koefisien internal seluruh item  $r_{hitung} \leq r_{tabel}$  dengan tingkat signifikansi 10%, maka item pertanyaan dikatakan tidak reliabel.

Langkah-langkah yang dilakukan untuk menguji reliabilitas dengan menggunakan program *IBM SPSS Statistic (Statistical Product for Service Solution) 20.0 for windows* adalah sebagai berikut:

1. Distribusi data pada excel *copy* ke SPSS di *data view*.
2. Klik *variable view* lalu isi kolom *name* dengan nama item pertanyaan.
3. Klik menu *analyze*, kemudian pilih sub menu *correlate*, lalu pilih *reliability analysis*.
4. Keluar pada jendela baru pada layar, selanjutnya pindahkan seluruh data pada kolom kiri ke kolom items.
5. Klik *statistics*, kemudian pada kolom *descriptive for*, klik *scale if item deleted*.
6. Kemudian klik *continue* dan OK.

Keputusan pengujian reabilitas ditentukan dengan menggunakan ketentuan sebagai berikut:

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

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

No.	Variabel	$C\alpha$ hitung	$C\alpha$ minimal	Kesimpulan
1	<i>Service Guarantee</i>	0,746	0,700	Reliable
2	<i>Behavioral Intention</i>	0,743	0,700	Reliable

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2017

### 3.2.7 Rancangan Analisis Data

Teknik analisis data merupakan cara agar dapat mengukur, mengolah, dan menganalisis data. Tujuan pengolahan data yaitu untuk memberikan keterangan yang berguna dan untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan dalam penelitian. Teknik analisis data diarahkan pada pengujian hipotesis serta penelitian ini menggunakan kuisioner. Kuisioner disusun berdasarkan variabel yang terdapat dalam penelitian.

#### 3.2.7.1 Analisis Data Deskriptif

Teknik analisis data merupakan suatu cara untuk mengukur, mengelola dan menganalisis data tersebut. Tujuan pengolahan data adalah untuk memberikan

keterangan yang berguna, serta untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan dalam penelitian hipotesis serta jawaban masalah yang diajukan. Statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi. Analisis data deskriptif dilakukan dengan menggolongkan, mengklasifikasikan, dan menginterpretasikan data-data yang didapat, 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. Mahotra, 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.
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.

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

1. Analisis data deskriptif tentang *service guarantee* yang terdiri dari *level of service guarantee, value to the customer, customer expectation, ease of claiming the compensation*, dan *value of the compensation*.
2. Analisis data deskriptif tentang *behavioral intention* yang terdiri dari *intention of revisit, word of mouth*, dan *search for alternatives*.

### 3.2.7.2 Analisis Data Verifikatif

Analisis data verifikatif dilakukan setelah seluruh data responden terkumpul. Langkah-langkah dalam kegiatan analisis data dilakukan melalui beberapa tahap berikut ini.

#### 1. Menyusun data

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

#### 2. Tabulasi data

- a. Memberi skor pada setiap item.
- b. Menjumlahkan skor pada setiap item.
- c. Menyusun ranking pada setiap variabel penelitian

#### 3. Menganalisis data

Menganalisis data yaitu proses pengolahan data dengan menggunakan rumus-rumus statistik.

#### 4. Pengujian

Proses pengujian hipotesis pada penelitian ini adalah metode verifikatif, sehingga analisis dilakukan dengan menggunakan analisis jalur regresi berganda.

Berdasarkan tujuan penelitian, maka variabel yang dianalisis adalah variabel independen (X) yaitu *service guarantee* yang terdiri dari *level of service guarantee*, *value to the customer*, *customer expectation*, *case of claiming the compensation*, dan *value of the compensation*. Sedangkan variabel dependen (Y) yaitu *behavioral intention* yang terdiri dari *intention of revisit*, *word of mouth*, dan *search of alternatives*.

### 3.2.7.3 Teknik Analisis Linear Regresi Berganda

Analisis regresi berganda adalah suatu alat analisis peramalan nilai pengaruh dua atau lebih variabel independen ( $X_1, X_2, X_3, X_4, X_5$ ) terhadap variabel dependen (Y), untuk membuktikan ada atau tidaknya hubungan kausal antara dua atau lebih variabel independen. Data yang digunakan biasanya berskala interval atau rasio. Adapun langkah-langkah dalam menghitung analisis regresi

berganda dengan menentukan model persamaan regresi berganda. Perumusan persamaan regresi berganda variabel tersebut sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5$$

keterangan :

Y = subyek dalam variabel dependen yang diprediksikan  
(*behavioral intention*)

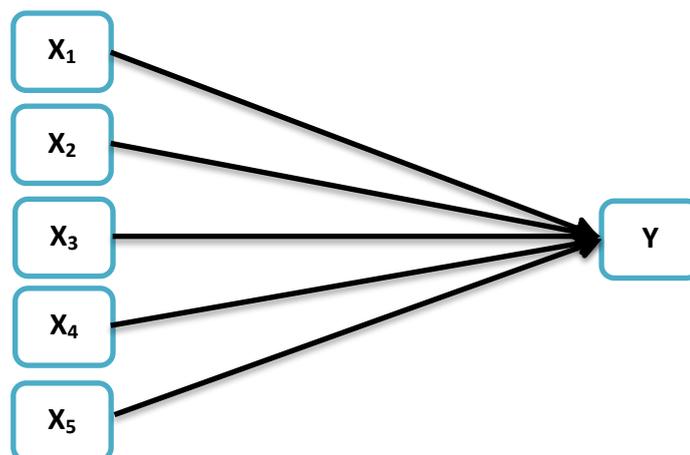
a = harga Y

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

X = Subyek pada variabel independen yang mempunyai nilai tertentu.

$X_1$  (*level of service guarantee*),  $X_2$  (*value to the customer*),  $X_3$  (*customer expectation*),  $X_4$  (*ease of claiming the compensation*),  $X_5$  (*value of the compensation*).

Analisis regresi berganda dilakukan bila jumlah variabel independen minimal dua atau lebih. Menerjemahkan ke dalam beberapa sub hipotesis yang menyatakan pengaruh sub variabel independen yang paling dominan terhadap variabel dependen, lebih jelasnya dapat dilihat pada Gambar 3.1 berikut:



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

Keterangan :

$X_1$  = *Level of service guarantee*

$X_2$  = *Value to the customer*

$X_3$  = *Customer Expectation*

$X_4$  = *Ease of claiming the compensation*

$X_5$  = *Value of the compensation*

$Y$  = *Behavioral intention*

## 1. Uji Asumsi Regresi

### a. 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 yang pertama untuk melakukan analisis regresi adalah normalitas, yaitu data sampel hendaknya memenuhi syarat distribusi normal. *Norma probability plot* dapat digunakan untuk mengetahui apakah data berdistribusi normal atau tidak.

### b. Uji Asumsi Heteroskedasitas

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

### c. Uji Asumsi Multikolinearitas

Uji multikolinearitas 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 bebas, maka hubungan antara variabel bebas terhadap variabel terikat menjadi terganggu. Parameter yang sering digunakan untuk mendeteksi multikolinearitas adalah VIF (*Variance Inflation Factor*). Suatu regresi dikatakan terdeteksi multikolinearitas apabila nilai VIF menjauhi 1 dan kurang dari 10.

d. Uji Asumsi Autokorelasi

Uji autokorelasi adalah untuk melihat apakah terjadi korelasi antara suatu periode  $t$  dengan periode sebelumnya ( $t-1$ ). Uji autokorelasi hanya dilakukan pada data *time series* (runtut waktu) dan tidak perlu dilakukan pada data *cross section* seperti pada kuisioner dimana pengukuran semua variabel dilakukan secara serempak pada saat yang bersamaan. Persamaan regresi yang baik adalah tidak memilikimasalah autokorelasi. Jika terjadi autokorelasi maka persamaan tersebut menjadi tidak baik atau tidak layak digunakan prediksi. Gejala autokorelasi di deteksi dengan melakukan uji *Durbin-Watson* (DW). Hasil perhitungan *Durbin-Watson* (DW) dibandingkan dengan nilai-nilai  $d_{\text{tabel}}$  pada  $\alpha=0,05$ .

## 2. Analisis Korelasi (R)

Analisis ini digunakan agar dapat mengetahui hubungan antara dua atau lebih variabel independen  $X_1$  (*level of service guarantee*),  $X_2$  (*value to the customer*),  $X_3$  (*customer expectation*),  $X_4$  (*ease of claming the compensation*),  $X_5$  (*value of the compensation*), terhadap variabel dependen (*behavioral intention*) secara serentak. Koefisien menunjukkan seberapa besar hubungan yang erjadi antara variabel independen  $X_1$  (*level of service guarantee*),  $X_2$  (*value to the customer*),  $X_3$  (*customer expectation*),  $X_4$  (*ease of claming the compensation*),  $X_5$  (*value of the compensation*), terhadap variabel dependen (*behavioral intention*). Nilai R antara 0 sampai 1. Nilai semakin mendekati 1 berarti hubungan ynag terjadi semakin kuat, sebaliknya jika nilai semakin mendekati 0 maka hubungan yang terjadi semakin lemah. Untuk mengetahui kuat rendahnya hubungan pengaruh dapat diklasifikasikan sebagai berikut:

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

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
Antara 0,800 sampai dengan 1,000	Sangat Tinggi
Antara 0,600 sampai dengan 0,800	Tinggi
Antara 0,400 sampai dengan 0,600	Cukup Tinggi
Antara 0,200 sampai dengan 0,400	Rendah
Antara 0,199 sampai dengan 0,000	Sangat Rendah

Sumber: Suharsimi Arikunto (2009:165)

### 3. Analisis Determinasi ( $R^2$ )

Analisis determinasi dalam regresi berganda digunakan untuk mengetahui persentase sumbangan pengaruh variabel independen  $X_1$  (*level of service guarantee*),  $X_2$  (*value to the customer*),  $X_3$  (*customer expectation*),  $X_4$  (*ease of claiming the compensation*),  $X_5$  (*value of the compensation*), secara serentak terhadap variabel dependen (*behavioral intention*). Silalahi (2009:375) mengungkapkan koefisien ini dimaksudkan untuk mengetahui seberapa besar presentase variasi perubahan dalam satu variabel (dependen) ditentukan oleh perubahan dalam variabel lain (independen).  $R^2 = 0$ , maka tidak ada sedikitpun presentasi sumbangan pengaruh yang diberikan variabel independen terhadap variabel dependen atau variasi variabel independen yang digunakan dalam model tidak menjelaskan sedikitpun variasi variabel dependen.

#### 3.2.8 Pengujian Hipotesis

Langkah yang terakhir dari analisis data yaitu menguji hipotesis dengan tujuan agar dapat mengetahui apakah terdapat hubungan yang cukup jelas dan dapat dipercaya antara variabel independen dengan variabel dependen yang pada akhirnya akan diambil suatu kesimpulan  $H_0$  ditolak  $H_1$  diterima dari hipotesis yang telah dirumuskan. Rancangan hipotesis dalam penelitian ini dilakukan secara simultan dan parsial. Rancangan hipotesis dalam penelitian ini sebagai berikut:

##### 1. Secara Simultan

Pengujian secara simultan berfungsi untuk membuktikan bahwa setiap variabel independen (X) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen (Y) secara serentak. Kriteria pengambilan keputusan untuk hipotesis yang diajukan adalah:

- a. Jika  $f_{hitung} > f_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak artinya X berpengaruh terhadap Y.
- b. Jika  $f_{hitung} < f_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima artinya X tidak berpengaruh terhadap Y.

Rumusan hipotesisnya adalah:

- a.  $H_0$  : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara *service guarantee* yang terdiri dari *level of service guarantee*, *value to the customer*, *customer expectations*, *case of caliming the compensation*, dan *value of the compensation* terhadap *behavioral intention*.

- b.  $H_a$  : Terdapat pengaruh yang signifikan antara antara *service guarantee* yang terdiri dari *level of service guarantee*, *value to the customer*, *customer expectations*, *ease of claiming the compensation*, dan *value of the compensation* terhadap *behavioral intention*.

## 2. Secara Parsial

Kriteria pengambilan keputusan untuk hipotesis yang diajukan adalah:

- a. Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , maka artinya terdapat pengaruh antara *level of service guarantee* terhadap *behavioral intention*.  
Jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$ , maka artinya tidak terdapat pengaruh antara *level of service guarantee* terhadap *behavioral intention*.
- b. Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , maka artinya terdapat pengaruh antara *value to the customer* terhadap *behavioral intention*.  
Jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$ , maka artinya tidak terdapat pengaruh *value to the customer* terhadap *behavioral intention*.
- c. Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , maka artinya terdapat pengaruh antara *customer expectations* terhadap *behavioral intention*.  
Jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$ , maka artinya tidak terdapat pengaruh *customer expectations* terhadap *behavioral intention*.
- d. Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , maka artinya terdapat pengaruh antara *ease of claiming the compensation* terhadap *behavioral intention*.  
Jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$ , maka artinya tidak terdapat pengaruh *ease of claiming the compensation* terhadap *behavioral intention*.
- e. Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , maka artinya terdapat pengaruh antara *value of the compensation* terhadap *behavioral intention*.  
Jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$ , maka artinya tidak terdapat pengaruh *value of the compensation* terhadap *behavioral intention*.