

BAB III METODE PENELITIAN

A. Lokasi Penelitian



Gambar 3.1 Lokasi Penelitian

Sumber: google.maps

Lokasi penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah Trans Studio *Theme Park* Bandung yang berlokasi di Jl. Jendral Gatot Subroto No.289, Cibangkong, Batununggal, Kota Bandung, Jawa Barat 40273. Trans Studio *Theme Park* diuntungkan dengan berada di lokasi strategis sehingga mudah dijangkau oleh pengunjung baik dengan menggunakan kendaraan pribadi maupun transportasi umum.

B. Metode dan Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode *survey* dengan teknik analisis deskriptif dan verifikatif, serta pendekatan kuantitatif. Metode *survey* merupakan salah satu metode untuk mengumpulkan data guna menjelaskan suatu populasi yang terlalu besar untuk diamati secara langsung. Penelitian *survey* dibagi menjadi dua

kategori, yaitu *survey* deskriptif (*descriptive survey*) yang berusaha menjelaskan atau mencatat apa yang ada saat ini, *survey* analitis (*analitical survey*) yang berupaya menggambarkan dan menjelaskan mengapa situasi itu ada. *Survey* analitis mempelajari dua atau lebih variabel dalam upaya menjawab pertanyaan penelitian atau menguji hipotesis penelitian (Morissan, 2012). Hasil *survey* memungkinkan peneliti untuk menguji hubungan antara variabel dan menarik kesimpulan dari hubungan tersebut. Metode *survey* menunjuk pada teknik kuesioner, yaitu mengumpulkan data dengan mengajukan pertanyaan kepada responden baik secara lisan maupun tulisan (Wardiyanta, 2006).

Teknik analisis deskriptif merupakan penelitian yang dilakukan untuk menggambarkan variabel mandiri, baik pada satu variable maupun lebih tanpa membuat perbandingan (Sugiyono, 2012). Sedangkan pengertian teknik analisis verifikatif merupakan penelitian yang dilakukan terhadap populasi dan sampel tertentu yang bertujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2012).

Metode penelitian kuantitatif merupakan metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positifisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan datanya menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik yang memiliki tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2012).

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang memiliki kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2011).

Populasi yang diambil dalam penelitian ini yaitu pengunjung yang berkunjung ke Trans Studio *Theme Park* Bandung.

Tabel 3.1 Data Pengunjung Trans Studio Bandung

Tahun	Pengunjung
2012	1.008.000
2013	1.224.000
2014	1.300.000
2015	1.572.000
2016	1.632.000
Rata-Rata	1.347.200

Sumber: Pengelola Trans Studio Bandung

2. Sampel

Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sampel pada penelitian ini menggunakan teknik *probability sampling* dengan menggunakan *simple random sampling*. *Probability sampling* yaitu teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota populasi) untuk dipilih menjadi anggota sampel. *Simple random sampling* merupakan pengambilan anggota sampel dari populasi yang dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu. Untuk menentukan ukuran sampel, pada penelitian ini digunakan rumus Slovin yaitu sebagai berikut (Sugiyono, 2011):

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

Keterangan:

- n = Merupakan ukuran sampel minimal
- N = Merupakan populasi, dan
- e = Merupakan taraf signifikansi tertentu

$$n = \frac{1.347.200}{1 + 1.347.200(0,1)^2} = 99,99$$

Berdasarkan rumus di atas, jadi dapat diambil kesimpulan jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 100 orang responden.

3. Teknik Sampling

Pada penelitian ini, teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu teknik *probability sampling* yaitu *simple random sampling*. *Simple random sampling* yaitu teknik untuk mendapatkan sampel yang langsung dilakukan pada unit sampling. Setiap unit sampling sebagai unsur populasi yang terpencil akan memperoleh peluang yang sama untuk menjadi sampel (Sugiyono, 2011). Sampel yang digunakan pada penelitian ini yaitu wisatawan yang pernah berkunjung ke Trans Studio *Theme Park* Bandung.

D. Operasional Variabel

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 (Silalahi, 2010). Penelitian ini meliputi dua variabel inti, yaitu variabel *independent* dan *dependent*.

Variabel *independent* merupakan variabel yang mempengaruhi variabel *dependent* baik secara positif maupun negatif, yaitu apabila terjadi kenaikan maupun penurunan pada variabel *independent*, maka akan terjadi pula pada variabel *dependent* (Sekaran, 2011). Sedangkan variabel *dependent* merupakan variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat karena adanya variabel *independent* (Sugiyono, 2011).

Penelitian ini menggunakan dua variabel utama, yaitu *Customer Experience* (variabel X) yang merupakan variabel bebas (*independent*) dan Loyalitas Pengunjung (variabel Y) sebagai variabel terikat (*dependent*).

Variabel bebas (*independent*) (X), yaitu variabel *Customer Experience* memiliki sub variabel sebagai berikut (Schmitt, 1999) :

1. *Sense*
2. *Feel (mood, emotion)*
3. *Think*
4. *Act*
5. *Relate*

a. Variabel terikat (*dependent*) (Y), yaitu Loyalitas Pengunjung memiliki sub variabel sebagai berikut (Griffin, 2005) :

1. *Repeat*
2. *Retention*
3. *Refferal*

Variabel-variabel tersebut dibuat sebagai acuan kuesioner yang didalamnya berisi indikator-indikator yang terkait melalui tabel operasionalisasi variabel.

Tabel 3.2

Tabel Operasional Variabel

Variabel	Sub Variabel	Indikator
<p><i>Customer Experience</i> (X)</p> <p>Pengalaman atau <i>Experience</i> melibatkan seluruh hal dalam peristiwa kehidupan. Dengan kata lain, sebagai pemasar harus menata lingkungan yang benar untuk pelanggan dan apa sebenarnya yang diinginkan pelanggan. Pengalaman atau <i>experience</i> pada umumnya bukan dihasilkan atas diri sendiri tapi bersifat membujuk pada atau secara psikologi pengalaman adalah sesuatu hal yang terjadi tanpa unsur kesengajaan</p>	1. <i>Sense</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Trans Studio Bandung memiliki <i>design</i> interior yang menarik. 2. Musik yang mengiirngi kawasan Trans Studio Bandung nyaman untuk didengar.
	1. <i>Feel</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Keramahan karyawan saat menyambut pengunjung. 2. Pelayanan yang cepat dan tepat.
	2. <i>Think</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Harga tiket masuk Trans Studio Bandung terjangkau. 2. Kawasan Trans Studio Bandung lebih menarik dari

(Schmitt, 1999).		ekspektasi pengunjung.
	3. <i>Act</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Fasilitas yang diberikan Trans Studio Bandung dapat memanjakan pengunjung. 2. Trans Studio Bandung memiliki beranekaragam wahana sehingga pengunjung tertarik untuk mencoba.
	4. <i>Relate</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Trans Studio Bandung merupakan tempat yang cocok untuk liburan keluarga. 2. Banyak orang yang merekomendasikan Trans Studio Bandung.
<p>Loyalitas Pelanggan (Y)</p> <p><i>“Loyalty is define as non random purchase expressed over time by some decision making unit”</i> dari pengertian tersebut terlihat bahwa loyalitas mengacu pada suatu prilaku yang ditunjukkan dengan pembelian rutin yang didasarkan pada unit pengambilan keputusan.</p> <p>Griffin (1997)</p>	5. <i>Repeat</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Keinginan berkunjung kembali ke Trans Studio Bandung. 2. Menjadikan Trans Studio Bandung sebagai pilihan utama.
	6. <i>Retention</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tidak tertarik untuk berkunjung ke theme park lain yang sejenis. 2. Pengunjung menikmati semua fasilitas di Trans Studio Bandung.
	7. <i>Refferal</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mengajak pihak lain untuk berkunjung ke Trans Studio Bandung. 2. Memberitahukan kepada Trans Studio Bandung apabila terdapat kesalahan dalam produk atau jasa.

Sumber: Modifikasi dari (Schmitt, 1999 dan Griffin, 1997)

E. Jenis dan Sumber Data

Data adalah catatan mengenai fakta dari fenomena/keadaan yang diamati (Wardiyanta, 2006). Sumber data dapat diperoleh dengan dua metode yaitu data primer dan data sekunder. Untuk mendapatkan informasi yang sangat akurat diperlukan sumber data yang terpercaya. Jenis dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Teknik Pengumpulan Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh dengan cara dikumpulkan sendiri oleh peneliti dan langsung dari objek atau lokasi yang diteliti, Kusmayadi dan Sugiarto, (2000). Sedangkan menurut Wardiyanta (2006) data primer adalah informasi yang diperoleh dari sumber-sumber primer, yakni yang asli, informasi dari tangan pertama atau responden. Data primer yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah data tentang pengaruh *customer experience* terhadap loyalitas pengunjung di Trans Studio *Theme Park* Bandung dengan cara menyebarkan kuesioner secara langsung kepada tamu Trans Studio *Theme Park* Bandung serta wawancara dengan pihak pengelola untuk mengetahui data perkembangan Trans Studio *Theme Park* Bandung. Selain itu juga peneliti melakukan observasi secara langsung untuk melihat kondisi fisik Trans Studio *Theme Park* Bandung dan melakukan dokumentasi untuk keperluan penelitian.

a. Observasi

Observasi merupakan cara mengumpulkan data dengan cara melakukan pengamatan langsung pada lokasi penelitian. Dalam hal ini peneliti melakukan observasi dengan cara datang langsung ke Trans Studio *Theme Park* Bandung dan melihat kondisi disana.

b. Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2011). Skala pengukuran yang digunakan adalah skala Likert yang

merupakan alat untuk mengukur sikap dari keadaan yang sangat positif ke jenjang yang sangat negatif sehingga akan menunjukkan sejauh mana tingkat persetujuan atau ketidaksetujuan terhadap pernyataan yang diajukan oleh peneliti (Kusmayadi dan Sugiarto, 2000). Pada penelitian kuesioner dibagikan kepada para wisatawan yang berkunjung ke Trans Studio *Theme Park* Bandung untuk mengetahui pengaruh *customer experience* terhadap loyalitas pengunjung.

c. Wawancara

Wawancara merupakan suatu kegiatan yang dilakukan oleh individu tertentu untuk mendapatkan data atau informasi tentang suatu masalah atau (objek) yang berhubungan dengan orang lain (subjek) (Silalahi, 2015).

d. Alat Dokumentasi

Dokumentasi diperlukan untuk mendokumentasikan gambar-gambar yang diperlukan dalam proses penelitian, dalam hal ini, kamera digunakan untuk mengambil gambar-gambar yang berkaitan dengan fasilitas serta aktivitas yang terjadi di Trans Studio *Theme Park* Bandung.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah informasi yang diperoleh tidak secara langsung dari responden, tetapi dari pihak ketiga (Wardiyanta, 2006). Data-data ini diperoleh untuk melengkapi informasi yang berhubungan dengan penelitian yang berasal dari buku-buku ilmiah, tulisan atau karangan ilmiah yang berkaitan dengan penelitian.

a. Studi Literatur

Mencari dan mengumpulkan data-data baik *soft copy* maupun *hard copy* yaitu seperti; jurnal, internet, literatur maupun bacaan yang berkaitan dengan topik penelitian.

b. Pencarian data di Internet

Hal ini diperlukan untuk melengkapi data yang belum didapat baik secara langsung maupun dari buku referensi, namun dengan pertimbangan yang cukup matang.

Tabel 3.3
Jenis dan Sumber Data

Jenis Data	Sumber Data
Data Profil Trans Studio <i>Theme Park</i> Bandung	Website resmi Trans Studio www.transstudiobandung.com
Data Jumlah Kunjungan ke Trans Studio <i>Theme Park</i> Bandung	Pengelola Trans Studio <i>Theme Park</i> Bandung
Daftar fasilitas yang ada di Trans Studio <i>Theme Park</i> Bandung	Website resmi Trans Studio www.transstudiobandung.com

Sumber: Diolah oleh peneliti, (2017)

F. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

1. Uji Validitas

Menurut Suharsimi Arikunto (2009), yang dimaksud dengan validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan dan kesahihan suatu instrument. Rumus untuk menghitung kevalidan dari suatu instrument adalah rumus korelasi *product moment*, yaitu sebagai berikut :

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

Keterangan :

- r = Koefisien validitas item
- X = Skor yang diperoleh subjek seluruh item
- Y = Skor total
- $\sum X$ = Jumlah skor dalam distribusi X

ΣY = Jumlah skor dalam distribusi Y

ΣX^2 = Jumlah kuadrat dalam distribusi X

n = Banyaknya responden

Dimana :

r = Koefisien korelasi antara variable X dan Y, dua variabel yang di korelasikan

Kriteria uji jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka data dinyatakan valid. Dimana skor r tabel yang dianggap menjadi syarat minimum adalah jika $r = 0,361$. Setelah instrument dinyatakan valid, maka dapat dilihat kriteria penafsiran mengenai indeks korelasinya (r) pada tabel sebagai berikut :

Tabel 3.4

Tabel Koefisien Korelasi nilai r

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,800 – 1,000	Sangat Kuat
0,600 – 0,799	Kuat
0,400 – 0,599	Cukup Kuat
0,200 – 0,399	Rendah
0,000 – 0,199	Sangat Rendah

Sumber : Sugiyono (2009)

2. Uji Reliabilitas

Menurut Suharsimi Arikunto (2009), reabilitas menunjukkan suatu pengertian bahwa instrument cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpulan data karena instrument tersebut sudah baik. Sedangkan menurut Sugiyono, reabilitas berkenaan dengan derajat konsistensi dan stabilitas data atau temuan. Dalam pandangan *positivistic* (kuantitatif), suatu data dinyatakan reliable apabila dua atau lebih peneliti dalam objek yang sama menghasilkan data yang sama atau peneliti yang sama dalam waktu beberapa menghasilkan data yang sama, atau sekelompok data bila dipecahkan menjadi dua menunjukkan data yang tidak berbeda.

Berdasarkan penjelasan diatas maka dapat disimpulkan bahwa instrument cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpulan data dan

$$r_{11} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\Sigma \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right]$$

apabila instrument sudah dapat dipercaya maka akan dapat menghasilkan data yang dapat dipercaya maka akan dapat menghasilkan data yang dapat di percaya. Pada penelitian kali ini untuk menguji reliabilitas menggunakan rumus *alpha* atau *cronbach's alpha* (α), karena pada penelitian kali ini pertanyaan kuisisioner menggunakan skala likert 1 sampai dengan 5 dan rumus *alpha* atau *Cronbach's alpha* (α) dapat dilihat sebagai berikut :

Husein Umar (2010)

Keterangan :

r_{11}	= Reliabilitas instrumen
k	= Banyak butir pertanyaan
σ^2	= Varian total
$\sum \sigma_b^2$	= Jumlah varian butir pertanyaan

Untuk mengetahui jumlah varian butir pertanyaan menggunakan rumus :

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

Husein Umar (2010)

Keterangan :

n = Jumlah sampel

σ = Jumlah varian

x = Nilai skor yang dipilih (total nilai dari butir-butir pertanyaan).

Keputusan uji reliabilitas ditentukan dengan ketentuan sebagai berikut :

- Jika koefisien internal seluruh item $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan tingkat signifikan 5 % maka item pertanyaan dinyatakan reliabel.
- Jika koefisien internal seluruh item $r_{hitung} < r_{tabel}$ dengan tingkat signifikan 5 % maka item pertanyaan dinyatakan tidak reliabel.

Kaplan dan Saccuzzo (1993) mengemukakan bahwa kelompok item dalam suatu dimensi dinyatakan reliabel jika koefisien reliabilitasnya tidak lebih rendah dari 0,70. Bila koefisien reliabilitas telah dihitung, maka menentukan keeratan hubungan bisa digunakan kriteria Guilford (1956), yaitu:

Kurang dari 0,20 : Hubungan sangat kecil dan bisa diabaikan

0,20 - < 0,40 : Hubungan yang kecil (tidak erat)

0,40 - < 0,70 : Hubungan yang cukup erat

0,70 - < 0,90 : Hubungan yang erat (reliabel)

0,90 - < 1,00 : Hubungan yang sangat erat

1,00 : Hubungan yang sempurna

Tabel 3.5
Hasil Uji Reliabilitas

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.914	16

Sumber: Hasil olahan penulis (2018)

Berdasarkan hasil pengolahan uji reliabilitas diperoleh koefisiensi reliabilitas sebesar 0.914 dengan berada pada kategori reliabel melalui tehnik *Cronbach's Alpha*.

G. Teknik Analisis Data

1. Teknik Analisis Data Deskriptif

Menurut Sugiyono (2010, hlm. 147-148) yang menyatakan bahwa analisis deskriptif adalah analisis yang digunakan untuk menganalisa data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi.

Pada penelitian kali ini dilakukan pembahasan mengenai Pengaruh *Customer Experience* Terhadap Loyalitas Pengunjung di Trans Studio Bandung mancanegara ke Indonesia dan analisis data deskriptif yang digunakan untuk mendeskripsikan variabel-variabel penelitian yaitu diantaranya adalah :

- a. Analisis deskriptif mengenai tanggapan pengunjung mengenai *Customer Experience* di Trans Studio Bandung.
- b. Analisis deskriptif mengenai tanggapan pengunjung mengenai Loyalitas Pengunjung di Trans Studio Bandung.

2. Teknik Analisis Data Verifikatif

Menurut Hartono (2008, hlm. 93), analisis linier sederhana adalah salah satu analisis peramalan nilai variabel bebas (X) atau lebih terhadap variabel terikat (Y). Bila skor variabel bebas diketahui maka skor variabel terikatnya dapat diprediksi besarnya. Dalam penelitian kali ini variabel bebas (X) yaitu *Customer Experience* sedangkan variabel terkait (Y) yaitu Loyalitas Pengunjung di Trans Studio Bandung.

a. Metode MSI (Method Success Interval)

Menurut Jonathan Sarwono (2012, hlm. 250), metode suksesif interval merupakan proses mengubah data ordinal menjadi data interval. Kualitatif atau bukan angka sebenarnya. Data ordinal menggunakan angka sebagai simbol data kualitatif. Dalam contoh dibawah ini, misalnya :

- 1) Angka 1 mewakili “Tidak Setuju”
- 2) Angka 2 mewakili “Kurang Setuju”
- 3) Angka 3 mewakili “Ragu-Ragu”
- 4) Angka 4 mewakili “Setuju”
- 5) Angka 5 mewakili “Sangat Setuju”

Penelitian ini menggunakan skala ordial seperti yang dijelaskan di oprasional variabel, oleh karena itu harus diubah dalam bentuk interval untuk memenuhi persyaratan prosedur-prosedur tersebut. Semua data ordial yang sudah terkumpul terlebih dahulu perlu diubah menjadi skala interval dengan cara MSI. Menurut Harun Al-Rasyid (1994, hlm. 131)

untuk melakukan transformasi data tersebut dilakukan dengan cara sebagai berikut :

- 1) Menghitung frekuensi (f) setiap pilihan jawaban berdasarkan hasil jawaban responden pada setiap pertanyaan.
- 2) Berdasarkan frekuensi yang diperoleh untuk setiap pertanyaan dilakukan perhitungan proporsi (p) setiap pilihan jawaban dengan cara membagi frekuensi dengan jumlah responden.
- 3) Berdasarkan proporsi tersebut dilakukan perhitungan proporsi kumulatif untuk setiap pilihan pertanyaan.
- 4) Menentukan nilai batas Z (tabel normal) untuk setiap pilihan jawaban pertanyaan.
- 5) Menentukan nilai interval rata – rata (*scale value*) untuk setiap pilihan jawaban melalui persamaan berikut :

Scale Value

$$= \frac{(\text{Decinty At Lower Limit}) - (\text{Decinty At Upper Limit})}{(\text{Area Below Upper Limit}) - (\text{Area Below Lower Limit})}$$

- 6) Menghitung nilai hasil transformasi setiap pilihan jawaban melalui rumusan persamaan sebagai berikut :

$$\text{Nilai hasil transformasi : score} = \text{scale value}_{\text{minimum}} + 1$$

Data yang telah terbentuk skala interval kemudian ditentukan persamaan yang berlaku untuk pasangan variabel tersebut.

b. Garis Kontinum

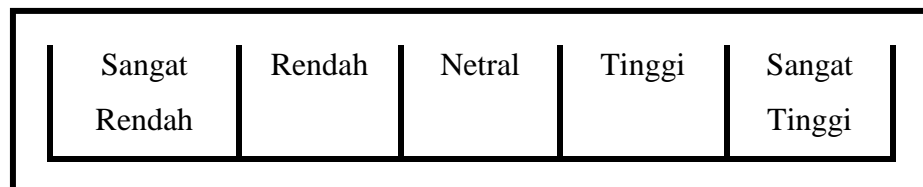
Dalam penelitian ini menggunakan skala likert dimana hasil dari skala likert merupakan data ordinal. Menurut Hasan (2009, hlm. 21) data ordinal merupakan data yang berasal dari objek atau kategori yang disusun menurut besarnya, dari tingkat terendah ke tingkat tertinggi atau sebaliknya, dengan jarak atau rentang yang tidak harus sama.

Data ordinal tersebut selanjutnya di buat skoring yang kemudian digambarkan melalui penggunaan tabel distribusi frekuensi untuk keperluan menganalisa data. Nilai numerikal tersebut dianggap sebagai

objek dan selanjutnya melalui proses transformasi ditempatkan ke dalam interval. Untuk menganalisis setiap pertanyaan atau indikator, hitung frekuensi jawaban setiap kategori (pilihan jawaban) dan dijumlahkan. Setelah setiap indikator mempunyai jumlah, selanjutnya penulis membuat garis kontinum. Setelah mengetahui skor jumlah indikator, skor tersebut diklasifikasikan dengan garis kontinum. Sebelumnya ditentukan dulu jenjang intervalnya, yaitu dengan menggunakan rumus yang dikemukakan oleh Sudjana (2005, hlm. 79) sebagai berikut:

$$\text{Nilai Jenjang Interval (NJI)} = \frac{\text{Nilai Tertinggi} - \text{Nilai Terendah}}{\text{Jumlah Kriteria Pernyataan}}$$

Dimana hasil dari Nilai Jenjang Interval (NJI) adalah interval untuk menentukan sangat baik, baik, cukup baik, buruk, atau sangat buruk dari suatu variabel. Berikut merupakan gambar garis kontinum:



Gambar 3.2 Garis Kontinum

Sumber : Hasil Olahan Penulis (2017)

3. Uji Asumsi Regresi

Menurut Wahid Sulaiman (2004, hlm. 88) untuk memperoleh model regresi yang terbaik, dalam arti secara statistik adalah *BLUE (Best Linier Unbiased Estimator)*, maka model regresi yang diajukan harus memenuhi persyaratan uji normalitas, uji asumsi *heteroskedastisitas*, uji asumsi linieritas, dan uji hipotesis. Menurut Wahid Sulaiman (2004, hlm. 88) untuk memperoleh model regresi yang terbaik, dalam arti secara statistik adalah *BLUE (Best Linier Unbiased Estimator)*, maka model regresi yang diajukan harus memenuhi persyaratan uji normalitas, uji asumsi *heteroskedastisitas*, uji asumsi linieritas, dan uji hipotesis.

a. Uji Normalitas

Salah satu syarat utama untuk melakukan analisis regresi adalah normalitas, sebagaimana yang diungkap oleh Triton (2005, hlm. 76) yang menyatakan bahwa sampel hendaknya memenuhi prasyarat distribusi normal. Data yang mengandung data ekstrim biasanya tidak memenuhi asumsi normalitas. Jika sebaran data mengikuti sebaran normal, maka populasi dari mana data diambil berdistribusi normal dan akan dianalisis menggunakan analisis parametrik. Data dinyatakan berdistribusi normal apabila signifikansinya lebih besar dari 0.05. dan jika lebih kecil dari 0,05 maka data residual terdistribusi tidak normal. Uji normalitas distribusi data dalam penelitian ini menggunakan Uji *Kolmogorov – Smirnov*. Uji *Kolmogorov – Smirnov* berdasar pada kriteria adalah sebagai berikut:

- 1) Jika nilai probabilitas > 0,05 maka dinyatakan data berdistribusi normal.
- 2) Jika nilai probabilitas < 0,05 maka dinyatakan data berdistribusi tidak normal

Tabel 3.6
Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0E-7
	Std. Deviation	2.99737668
	Absolute	.068
Most Extreme Differences	Positive	.068
	Negative	-.068
Kolmogorov-Smirnov Z		.684
Asymp. Sig. (2-tailed)		.737

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber: Hasil olahan penulis (2019)

Berdasarkan hasil pengujian normalitas seperti pada table 3.6 dapat dijelaskan nilai uji *Kolmogorov – Smirnov* untuk variable *Customer Experience* (X) dan variable *Loyalitas Pengunjung* (Y) memperoleh nilai 0,737 lebih besar dari 0,05. Maka kedua variabel tersebut dapat dinyatakan berdistribusi normal dan memenuhi persyaratan untuk dilakukan pengujian regresi linier sederhana.

b. Uji Linieritas

Asumsi linieritas menyatakan bahwa untuk setiap persamaan regresi linear, Purbayu Budi Santosa dan Ashari (2005, hlm. 244) menyatakan bahwa hubungan antara variabel *independen* dan variabel *dependen* harus saling linear. Dasar pengambilan keputusan dalam uji linieritas adalah :

- 1) Jika nilai probabilitas < 0,05, maka hubungan antara variabel X dengan Y adalah linear.
- 2) Jika nilai probabilitas > 0,05, maka hubungan antara variabel X dengan Y tidak Linear.

Tabel 3.7
Hasil Uji Linearitas

ANOVA Table							
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Loyalitas Pengunjung * Customer Experience	Between Groups	(Combined)	1280.111	25	51.204	5.923	.000
		Linearity	1030.348	1	1030.348	119.194	.000
		Deviation from Linearity	249.763	24	10.407	1.204	.267
	Within Groups		639.679	74	8.644		
Total			1919.790	99			

Sumber : Hasil olahan penulis (2019)

Berdasarkan table 3.7 diatas, dapat diketahui bahwa nilai signifikansi sebesar 0,267 lebih besar dari 0,05 yang artinya terdapat hubungan yang linear antara variabel x dan variabel y.

a) Uji Heteroskedastisitas

Uji *heteroskedastisitas* bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan yang lain, jika varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan

yang lain tetap disebut *homoskedastisitas*, untuk menguji ada tidaknya *heteroskedastisitas* dilakukan dengan cara mengkorelasikan setiap variabel bebas dengan nilai mutlak residualnya.

Model regresi yang baik adalah jika dalam hasil pengujian ini dinyatakan homogen atau *homoskedastisitas*. Karena jika homogen maka data sesuai dengan apa yang dibahas dalam penelitian ini. Suatu regresi dikatakan tidak terjadi *heteroskedastisitas* apabila diagram pencar residualnya tidak membentuk suatu pola.

b) Uji Regresi Linier Sederhana

Analisis regresi biasanya dilakukan karena didasari oleh hubungan dua variabel berupa hubungan kausal atau fungsional (Riduwan, 2014). Menetapkan kausal atau tidaknya kedua variabel harus didasari pada teori atau konsep-konsep tentang dua variabel tersebut. Analisis regresi digunakan apabila ingin mengetahui bagaimana variabel *dependent* (Y) dapat di prediksi melalui variabel *independent* (X) atau prediktor secara individual (Sugiyono, 2012).

Menurut Gujarati (2003) dalam Imam ghozali (2013, hlm. 95) analisis regrsei pada dasarnya adalah studi mengenai ketergantungan variabel *dependen* (terikat) dengan satu atau lebih variabel *independen* (varibel bebas), dengan tujuan untuk mengestimasi dan meprediksi rata-rata variabel *dependen* berdasarkan nilai variabel *independen* yang diketahui. Sedangkan Menurut Riduwan dan Akdon (2010, hlm. 133) regresi linier sederhana atau peramalan adalah salah satu proses memperkirakan secara sistematis tentang apa yang paling mungkin terjadi dimasa yang akan datang berdasarkan informasi masa lalu dan sekarang yang dimiliki agar kesalahannya dapat diperkecil. Kegunaan regresi linier sederhana dalam penelitian ini adalah untuk meramalkan atau memprediksi variabel terikat (X) *Customer Experience* dan adapun variabel bebas dalam penelitian ini (Y) loyalitas pengunjung di Trans Studio Bandung.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier sederhana, analisis regresi linier sederhana digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh satu variabel bebas, sedangkan data yang akan dianalisis dengan regresi merupakan data kuantitatif, bentuk umum dari persamaan regresi linier sederhana, variabel bebas ditunjukkan sebagai berikut :

$$Y = a + bX$$

Keterangan :

X = Variabel *Customer Experience*

Y = Variabel loyalitas pengunjung di Trans Studio Bandung.

a = Nilai Y bila X = 0 (harga konstanta)

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

c) Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi untuk mengetahui besarnya presentase kontribusi variabel *Customer Experience* (X) terhadap variabel loyalitas pengunjung (Y) dengan rumus koefisien determinasi (kd) yaitu :

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

Keterangan :

KD = Koefisien determinasi

r = Koefisien korelasi

Dimana apabila :

- 1) Kd = 0, Berarti pengaruh variabel x terhadap variabel y, lemah.
- 2) Kd = 1, Berarti pengaruh variabel x terhadap variabel y, kuat.

Adapun tabel tentang pedoman koefisien determinasi yang dapat dilihat pada table 3.10 dibawah ini :

Tabel 3.8

Pedoman koefisien Determinasi

Interval Koefisien	Tingkat Pengaruh
0% - 19,99%	Sangat Lemah
20% - 39,99%	Lemah
40% - 59,99%	Sedang
60% - 79,99%	Kuat
80% - 100%	Sangat Kuat

Sumber : Sugiyono (2012)

d) Uji Hipotesis

Hipotesis menurut Purwanto dan Sulistyastuti (2007, hlm. 137), hipotesis adalah pernyataan atau dugaan yang bersifat sementara terhadap suatu masalah penelitian yang kebenarannya masih lemah (belum tentu kebenarannya) sehingga harus di uji secara empiris. Untuk menguji signifikansi koefisien korelasi antara variabel X dan Y dilakukan dengan membandingkan t hitung dan t tabel yaitu dengan menggunakan rumus distribusi *student*, yaitu sebagai berikut :

$$t = \frac{r\sqrt{(n-2)}}{\sqrt{(n-2)}}$$

Keterangan :

t = Distribusi student

r = Koefisien korelasi

n = Banyaknya data

Kriteria mengambil keputusan untuk hipotesis yang diajukan adalah :

- 1) Jika t hitung > t tabel maka H_0 ditolak dan H_1 diterima

2) Jika $t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$ maka H_0 diterima dan H_1 ditolak