

## **BAB III METODE PENELITIAN**

Bab III dari skripsi ini berisi bahasan tentang: 1) Desain Penelitian, 2) Sampel Penelitian, 3) Populasi Penelitian, 4) Variabel Penelitian dan Definisi Operasional, 5) Instrumen Penelitian, 6) Pengembangan Instrumen Penelitian, 7) Prosedur Penelitian, 8) Analisis Data, dan 9) Hipotesis Statistik.

### **A. Desain Penelitian**

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif, karena penelitian kuantitatif lebih berjalan sistematis, mampu memanfaatkan teori yang ada, penelitian lebih berjalan objektif, spesifik, jelas dan rinci, dan ukuran penelitiannya lebih besar (Kurnia, 2015) serta menggunakan metode korelasional yang bertujuan menjelaskan hubungan antar variabel yang digunakan oleh peneliti (Creswell, 2012). Penelitian ini akan mengetahui pengaruh dari kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan secara langsung dan juga pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan secara tidak langsung yaitu melalui hambatan berpindah dan komitmen pelanggan.

### **B. Sampel Penelitian**

Sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *non-probability sampling* dengan metode *incidental sampling* yaitu teknik *sampling* yang teknik penentuan sampelnya berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang ditemui secara tidak langsung dengan peneliti yang dirasa cocok sebagai partisipan dalam penelitian ini (Sugiyono, 2014). Pada teknik *sampling* ini, jumlah sampel penelitian ditentukan dari populasi yang memiliki ciri-ciri tertentu. Selanjutnya peneliti menentukan ciri-ciri untuk sampel penelitian yaitu:

- Warga Negara Indonesia

**Rina Tri Yuningsih, 2018**

**KEPUASAN PELANGGAN, HAMBATAN BERPINDAH, KOMITMEN  
PELANGGAN DAN LOYALITAS PELANGGAN PADA KONSUMEN HOTEL DI  
BANDUNG**

Universitas Pendidikan Indonesia | [repository.upi.edu](http://repository.upi.edu) |  
[perpustakaan.upi.edu](http://perpustakaan.upi.edu)

- Laki-laki atau Perempuan
- Pernah menginap di salah satu Hotel yang berada di Bandung

Berdasarkan data yang diperoleh dari badan statistic, jumlah kunjungan wisatawan ke akomodasi di Bandung pada tahun 2015 adalah sebesar 4.042.458. Peneliti menentukan jumlah responden sebanyak 349 orang. Penentuan jumlah responden ini mengacu pada teori Issac & Michael yang diadaptasi oleh Sugiyono (2014) dimana jika jumlah populasi lebih dari 600.000 dengan taraf kesalahan 5%, maka jumlah minimal sampel penelitian sebanyak 349 responden.

### C. Populasi Penelitian

Populasi yang ditetapkan dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah menginap di hotel yang berdomisili di Bandung. Penetapan populasi tersebut dipilih karena jika responden pernah menginap di suatu hotel maka responden akan sempat merasakan fasilitas-fasilitas yang diberikan oleh pihak hotel sehingga responden dapat memberikan penilaian secara keseluruhan kepada hotel tersebut, berbeda dengan responden yang hanya melakukan kunjungan/mengadakan kegiatan di Hotel, responden tersebut hanya merasakan beberapa fasilitas saja dan tidak bisa memberikan penilaian secara menyeluruh tentang Hotel tersebut.

### D. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

#### 1. Variabel Penelitian

Terdapat empat variabel yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu:

- Variabel X : Kepuasan Pelanggan (*Customer Satisfaction*)
- Variabel Y1 : Hambatan Berpindah (*Switching Barrier*)
- Variabel Y2 : Komitmen Pelanggan (*Commitment*)

Rina Tri Yuningsih, 2018

**KEPUASAN PELANGGAN, HAMBATAN BERPINDAH, KOMITMEN  
PELANGGAN DAN LOYALITAS PELANGGAN PADA KONSUMEN HOTEL DI  
BANDUNG**

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

d. Variabel Y3 : *Loyalitas Pelanggan (Customer Loyalty)*

## 2. Definisi Operasional

Definisi operasional dari variabel-variabel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

### a. Kepuasan pelanggan

Kepuasan pelanggan adalah bentuk perasaan seorang pelanggan yang merasakan senang terhadap produk yang telah dikeluarkan oleh perusahaan karena telah sesuai dengan apa yang dibutuhkan dan diharapkan oleh pelanggan. Kepuasan pelanggan ini merupakan faktor penting yang diperlukan oleh perusahaan untuk dapat mempertahankan pelanggan terhadap produk yang dikeluarkan oleh perusahaan karena disini pelanggan dijadikan sebagai penilai dari produk yang dikeluarkan oleh perusahaan.

### b. Hambatan berpindah

Hambatan berpindah adalah bentuk kesulitan yang dihadapi oleh pelanggan ketika akan berpindah produk yang telah digunakan karena adanya pertimbangan masalah ekonomi, sosial dan psikologis yang akan didapatkan ketika akan berpindah ke produk yang lain.

### c. Komitmen pelanggan

Komitmen pelanggan adalah hubungan yang terjadi ketika seseorang telah percaya kepada suatu produk/jasa sehingga pelanggan memiliki pemikiran untuk mempertahankan menggunakan produk tersebut dalam jangka waktu yang lama.

### d. Loyalitas pelanggan

Loyalitas pelanggan adalah bentuk komitmen yang dipegang oleh pelanggan untuk melakukan pembelian ulang secara konsisten dalam jangka waktu yang lama dan pelanggan tidak akan terpengaruh oleh produk yang lain walaupun memiliki manfaat yang sama lainnya dikarenakan sudah

**Rina Tri Yuningsih, 2018**

**KEPUASAN PELANGGAN, HAMBATAN BERPINDAH, KOMITMEN**

**PELANGGAN DAN LOYALITAS PELANGGAN PADA KONSUMEN HOTEL DI  
BANDUNG**

Universitas Pendidikan Indonesia | [repository.upi.edu](http://repository.upi.edu) |

[perpustakaan.upi.edu](http://perpustakaan.upi.edu)

merasa nyaman dan percaya untuk menggunakan produk/jasa yang telah digunakan.

#### **E. Instrumen Penelitian**

Terdapat empat instrumen yang digunakan dalam penelitian ini. Empat *instrument* tersebut digunakan untuk mengukur variabel kepuasan pelanggan, hambatan berpindah, komitmen pelanggan dan loyalitas pelanggan.

##### **1. Instrumen Kepuasan Pelanggan**

Kepuasan pelanggan diukur dengan menggunakan kuesioner yang diadaptasi dari Amin, dkk (2014). Kuesioner ini memiliki 5 item dan menggunakan skala likert 5 pilihan (1=sangat tidak puas;5=sangat puas).

**Rina Tri Yuningsih, 2018**

**KEPUASAN PELANGGAN, HAMBATAN BERPINDAH, KOMITMEN  
PELANGGAN DAN LOYALITAS PELANGGAN PADA KONSUMEN HOTEL DI  
BANDUNG**

Universitas Pendidikan Indonesia | [repository.upi.edu](https://repository.upi.edu) |  
[perpustakaan.upi.edu](https://perpustakaan.upi.edu)

**a. Item-item Instrumen Kepuasan Pelanggan**  
**Tabel 3.1.**

**Item-item Instrumen Kepuasan Pelanggan**

Dimensi	Item	No. Item	Keterangan	Jumlah
Kepuasan Pelanggan	Tingkat kepuasan terhadap sambutan Hotel	1	<i>Favourable</i>	5
	Tingkat kepuasan terhadap makanan dan minuman yang disajikan Hotel	2	<i>Favourable</i>	
	Tingkat kepuasan terhadap layanan kebersihan kamar Hotel	3	<i>Favourable</i>	
	Tingkat kepuasan terhadap harga yang ditawarkan Hotel	4	<i>Favourable</i>	
	Tingkat kepuasan secara keseluruhan terhadap Hotel	5	<i>Favourable</i>	
Total				5

Pada Tabel 3.1. terdapat jumlah item yang ada pada *instrument* kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan ini memiliki 5 item dan kelima item tersebut merupakan item *favourable*.

**b. Pengisian Instrumen**

Pengisian *instrument* ini dilakukan dengan cara memberikan tanda ceklis (√) pada kolom pilihan yang sesuai dengan perasaan responden. Responden diminta untuk memilih 1 dari 5 skala jawaban yang terdiri dari pilihan jawaban STP (sangat tidak puas), TP (tidak puas), N (netral), P (puas) dan SP (sangat puas).

**c. Penyebaran**

Penyebaran untuk jawaban yang diberikan oleh responden pada instrumen kepuasan pelanggan akan diberi bobot dalam rentang 1 sampai dengan 5 yang mana pembagian penyebarannya adalah sebagai berikut

**Rina Tri Yuningsih, 2018**

**KEPUASAN PELANGGAN, HAMBATAN BERPINDAH, KOMITMEN  
 PELANGGAN DAN LOYALITAS PELANGGAN PADA KONSUMEN HOTEL DI  
 BANDUNG**

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

**Tabel 3.2.**  
**Penyekoran Instrumen Kepuasan Pelanggan**

Item	Nilai Item				
	Sangat tidak puas	Tidak puas	Netral	Puas	Sangat puas
<i>Favourable</i>	1	2	3	4	5

**d. Kategori Skala**

Kategori skala merupakan pengelompokan yang dilakukan untuk menetapkan responden pada satu kelompok tertentu yang berdasarkan skor total responden dan kemudian dilakukan penyeoran untuk dapat mengetahui kategori skalanya (Azwar 2016). Peneliti melakukan kategorisasi skala dengan menggunakan skor T (skor rata-rata baku) yang didapatkan dari hasil transformasi skor partisipan, data interval, dan skor Z (Azwar 2016). Setelah mendapatkan skor T, peneliti membuat kategorisasi skala dengan menggunakan rumus dua level (Ihsan 2013). Berikut merupakan kategori skala dari *instrument* kepuasan pelanggan:

**Tabel 3.3.**  
**Kategori Skala Kepuasan Pelanggan**

Kategori	Rumus	Hasil
<b>Tinggi</b>	$X \geq \mu$ (Rata-rata populasi)	$T \geq 50$
<b>Rendah</b>	$X < \mu$ (Rata-rata populasi)	$T < 50$

**Keterangan :**

X : Jumlah skor

$\mu$  : Rata-rata baku

T : skor T responden

**Rina Tri Yuningsih, 2018**

*KEPUASAN PELANGGAN, HAMBATAN BERPINDAH, KOMITMEN PELANGGAN DAN LOYALITAS PELANGGAN PADA KONSUMEN HOTEL DI BANDUNG*

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

## 2. Instrumen Hambatan Berpindah

Hambatan Berpindah diukur dengan menggunakan yang diadaptasi dari Han, Kim & Hyun (2011). Alat ukur ini terdiri dari 3 dimensi dengan 13 item dan menggunakan skala likert 7 pilihan (1= sangat tidak setuju;7=sangat setuju).

**Rina Tri Yuningsih, 2018**

*KEPUASAN PELANGGAN, HAMBATAN BERPINDAH, KOMITMEN  
PELANGGAN DAN LOYALITAS PELANGGAN PADA KONSUMEN HOTEL DI  
BANDUNG*

Universitas Pendidikan Indonesia | [repository.upi.edu](https://repository.upi.edu) |  
[perpustakaan.upi.edu](https://perpustakaan.upi.edu)

## a. Item-item Instrumen Hambatan Berpindah

Tabel 3.4.

## Item-item Instrumen Hambatan Berpindah

Dimensi	Item	No.Item	Keterangan	Jumlah
<i>Switching Cost</i>	Jika Saya berpindah ke Hotel baru, Saya akan kehilangan beberapa pelayanan dari Hotel ini	1	<i>Favourable</i>	6
	Membutuhkan banyak energi serta usaha untuk membandingkan Hotel satu dengan yang lainnya	2	<i>Favourable</i>	
	Harga kamar di Hotel ini sesuai dengan Fasilitas yang diberikan	3	<i>Favourable</i>	
	Pada umumnya, akan terjadi permasalahan jika Saya berpindah ke Hotel	6	<i>Favourable</i>	
	Jika Saya berpindah ke Hotel baru, Saya akan kehilangan beberapa keuntungan dari Hotel ini	8	<i>Favourable</i>	
	Membutuhkan banyak waktu untuk membandingkan Hotel satu dengan yang lainnya	13	<i>Favourable</i>	
<i>Relational Investment</i>	Hotel ini menyediakan program-program yang menguntungkan bagi Saya	4	<i>Favourable</i>	4
	Saya yakin Hotel ini mempunyai penawaran terbaik bagi Saya.	7	<i>Favourable</i>	
	Hotel ini menyediakan pelayanan yang dapat diandalkan	9	<i>Favourable</i>	
	Saya merasa ada ikatan antara Hotel ini dengan Saya sendiri	10	<i>Favourable</i>	
<i>Attractiveness of alternatives</i>	Saya tidak yakin bagaimana jadinya bila Saya harus berpindah dari Hotel ini	5	<i>Favourable</i>	3
	Selain Hotel ini, tidak banyak Hotel yang akan memberikan kepuasan	11	<i>Favourable</i>	

Rina Tri Yuningsih, 2018

KEPUASAN PELANGGAN, HAMBATAN BERPINDAH, KOMITMEN  
PELANGGAN DAN LOYALITAS PELANGGAN PADA KONSUMEN HOTEL DI  
BANDUNG

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



	kepada Saya			
	Jika Saya ingin berpindah Hotel, tidak banyak pilihan yang sebgagus Hotel ini	12	<i>Favourable</i>	
Total				13

### b. Pengisian Instrumen

Pengisian *instrument* ini dilakukan dengan cara memberikan tanda ceklis (√) pada kolom pilihan yang sesuai dengan perasaan responden. Responden diminta untuk memilih 1 dari 7 skala jawaban yang terdiri dari pilihan jawaban STS (sangat tidak setuju), TS (tidak setuju), ATS (agak tidak setuju), N (netral), AS (agak setuju), S (setuju) dan SS (sangat setuju).

### c. Penyekoran

Penyekoran untuk jawaban yang diberikan oleh responden pada instrumen hambatan berpindah akan diberi bobot dalam rentang 1 sampai dengan 7 yang mana pembagian penyekorannya adalah sebagai berikut:

**Tabel 3.5.**

**Penyekoran Instrumen Hambatan Berpindah**

Item	Nilai Item						
	Sangat tidak setuju	Tidak setuju	Agak tidak setuju	Netral	Agak setuju	Setuju	Sangat setuju
<i>favourable</i>	1	2	3	4	5	6	7

### d. Kategori Skala

Kategori skala merupakan pengelompokan yang dilakukan untuk menetapkan responden pada satu kelompok tertentu yang berdasarkan skor total responden dan kemudian dilakukan penyekoran untuk dapat mengetahui kategori skalanya (Azwar 2016). Peneliti melakukan kategorisasi skala dengan menggunakan skor T (skor rata-

Rina Tri Yuningsih, 2018

KEPUASAN PELANGGAN, HAMBATAN BERPINDAH, KOMITMEN

PELANGGAN DAN LOYALITAS PELANGGAN PADA KONSUMEN HOTEL DI BANDUNG

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu |

perpustakaan.upi.edu

rata baku) yang didapatkan dari hasil transformasi skor partisipan, data interval, dan skor Z (Azwar 2016). Setelah mendapatkan skor T, peneliti membuat kategorisasi skala dengan menggunakan rumus dua level (Ihsan 2013). Berikut merupakan kategori skala dari *instrument* kepuasan pelanggan:

**Tabel 3.6.**  
**Kategori Skala Hambatan Berpindah**

Kategori	Rumus	Hasil
Tinggi	$X \geq \mu$ (Rata-rata populasi)	$T \geq 50$
Rendah	$X < \mu$ (Rata-rata populasi)	$T < 50$

**Keterangan :**

X : Jumlah skor

$\mu$  : Rata-rata baku

T : skor T responden

### 3. Instrumen Komitmen Pelanggan

Komitmen Pelanggan diukur dengan menggunakan kuesioner yang diadaptasi dari Beatson, Coote Rudd (2006). Alat ukur ini terdiri dari 3 dimensi dengan 19 item dan menggunakan skala likert 5 pilihan (1= sangat tidak setuju;5=sangat setuju).

#### a. Item-item Instrumen Komitmen Pelanggan

**Tabel 3.7.**

#### Item-item Instrumen Komitmen Pelanggan

Dimensi	Item	No.Item	Keterangan	Jumlah
<i>Affective Commitment</i>	Saya mempunyai rasa memiliki terhadap Hotel ini	1	<i>Favourable</i>	6
	Saya setia terhadap Hotel ini	2	<i>Favourable</i>	
	Saya memiliki komitmen terhadap hubungan Saya dengan Hotel ini	3	<i>Favourable</i>	
	Saya ingin menjadi	4	<i>Favourable</i>	

Rina Tri Yuningsih, 2018

*KEPUASAN PELANGGAN, HAMBATAN BERPINDAH, KOMITMEN PELANGGAN DAN LOYALITAS PELANGGAN PADA KONSUMEN HOTEL DI BANDUNG*

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

	pelanggan tetap di Hotel ini			
	Saya merasa mempunyai ikatan yang kuat dengan Hotel ini	5	<i>Favourable</i>	
	Saya merasa mempunyai ikatan lebih kuat dengan Hotel ini dibandingkan dengan Hotel lain	19	<i>Favourable</i>	
<b>Temporal Commitment</b>	Memelihara hubungan jangka panjang dengan Hotel ini adalah hal yang penting bagi Saya	6	<i>Favourable</i>	7
	Saya berharap terus kembali ke Hotel ini untuk waktu yang lama	7	<i>Favourable</i>	
	Saya berencana kembali ke Hotel ini	8	<i>Favourable</i>	
	Saya ingin menjalin hubungan yang baik dengan Hotel ini	9	<i>Favourable</i>	
	Saya yakin hubungan Saya dengan Hotel ini akan berlangsung lama	10	<i>Favourable</i>	
	Saya berharap mengunjungi Hotel ini lagi nanti	12	<i>Favourable</i>	
	Saya ingin terus kembali ke Hotel ini	17	<i>Favourable</i>	
<b>Instrumental commitment</b>	Pada umumnya tidak akan menyenangkan jika Saya berpindah ke Hotel lain	11	<i>Favourable</i>	6
	Saya akan mengalami kerugian jika Saya menginap di Hotel lain	13	<i>Favourable</i>	
	Akan sulit bagi Saya untuk menemukan Hotel lain dengan standar yang sama	14	<i>Favourable</i>	
	Saya tidak punya alternatif yang bagus selain Hotel ini	15	<i>Favourable</i>	
	Saya akan mengeluarkan biaya yang cukup tinggi jika Saya menginap di Hotel lain.	16	<i>Favourable</i>	

Rina Tri Yuningsih, 2018

**KEPUASAN PELANGGAN, HAMBATAN BERPINDAH, KOMITMEN PELANGGAN DAN LOYALITAS PELANGGAN PADA KONSUMEN HOTEL DI BANDUNG**

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

	Saya tidak akan mendapat manfaat yang lebih jika Saya berpindah ke Hotel lain	18	<i>Favourable</i>	
Total				19

### b. Pengisian Instrumen

Pengisian *instrument* ini dilakukan dengan cara memberikan tanda ceklis (✓) pada kolom pilihan yang sesuai dengan perasaan responden. Responden diminta untuk memilih 1 dari 5 skala jawaban yang terdiri dari pilihan jawaban STS (sangat tidak setuju), TS (tidak setuju), N (netral), S (setuju) dan SS (sangat setuju).

### c. Penyeoran

Penyeoran untuk jawaban yang diberikan oleh responden pada instrumen komitmen pelanggan akan diberi bobot dalam rentang 1 sampai dengan 5 yang mana pembagian penyeorannya adalah sebagai berikut:

**Rina Tri Yuningsih, 2018**

*KEPUASAN PELANGGAN, HAMBATAN BERPINDAH, KOMITMEN PELANGGAN DAN LOYALITAS PELANGGAN PADA KONSUMEN HOTEL DI BANDUNG*

Universitas Pendidikan Indonesia | [repository.upi.edu](http://repository.upi.edu) |  
[perpustakaan.upi.edu](http://perpustakaan.upi.edu)

**Tabel 3.8.**  
**Penyekoran Instrumen Komitmen Pelanggan**

Item	Nilai Item				
	Sangat tidak setuju	Tidak setuju	Netral	Setuju	Sangat setuju
<i>Favourable</i>	1	2	3	4	5

#### d. Kategori Skala

Kategori skala merupakan pengelompokan yang dilakukan untuk menetapkan responden pada satu kelompok tertentu yang berdasarkan skor total responden dan kemudian dilakukan penyekoran untuk dapat mengetahui kategori skalanya (Azwar 2016). Peneliti melakukan kategorisasi skala dengan menggunakan skor T (skor rata-rata baku) yang didapatkan dari hasil transformasi skor partisipan, data interval, dan skor Z (Azwar 2016). Setelah mendapatkan skor T, peneliti membuat kategorisasi skala dengan menggunakan rumus dua level (Ihsan 2013). Berikut merupakan kategori skala dari *instrument* kepuasan pelanggan:

**Tabel 3.9.**  
**Kategori Skala Komitmen Pelanggan**

Kategori	Rumus	Hasil
<b>Tinggi</b>	$X \geq \mu$ (Rata-rata populasi)	$T \geq 50$
<b>Rendah</b>	$X < \mu$ (Rata-rata populasi)	$T < 50$

**Keterangan :**

X : Jumlah skor

$\mu$  : Rata-rata baku

T : skor T responden

**Rina Tri Yuningsih, 2018**

**KEPUASAN PELANGGAN, HAMBATAN BERPINDAH, KOMITMEN  
PELANGGAN DAN LOYALITAS PELANGGAN PADA KONSUMEN HOTEL DI  
BANDUNG**

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

#### **4. *Instrument Loyalitas Pelanggan***

Loyalitas Pelanggan diukur dengan menggunakan kuesioner yang diadaptasi dari Bobalca, Gatej, dan Ciobanu (2012). Alat ukur ini terdiri dari 4 dimensi dengan 13 item dan menggunakan skala likert 5 pilihan (1= sangat tidak setuju;5=sangat setuju).

**Rina Tri Yuningsih, 2018**

*KEPUASAN PELANGGAN, HAMBATAN BERPINDAH, KOMITMEN  
PELANGGAN DAN LOYALITAS PELANGGAN PADA KONSUMEN HOTEL DI  
BANDUNG*

Universitas Pendidikan Indonesia | [repository.upi.edu](https://repository.upi.edu) |  
[perpustakaan.upi.edu](https://perpustakaan.upi.edu)

**a. Item-item Instrumen Loyalitas Pelanggan**

**Tabel 3.10.**

**Item-item Instrumen Loyalitas Pelanggan**

<b>Dimensi</b>	<b>Item</b>	<b>No.Item</b>	<b>Keterangan</b>	<b>Jumlah</b>
<b>Cognitive Loyalty</b>	Saya lebih menyukai fasilitas Hotel ini dibandingkan dengan Hotel lain	1	<i>Favourable</i>	3
	Saya merasa Hotel ini memiliki penawaran terbaik	2	<i>Favourable</i>	
	Saya lebih suka menyewa Hotel ini daripada Hotel yang lain	3	<i>Favourable</i>	
<b>Affective Loyalty</b>	Saya menyewa Hotel ini karena Saya menyukainya.	4	<i>Favourable</i>	5
	Saya senang menggunakan Hotel ini dibandingkan dengan Hotel lain	5	<i>Favourable</i>	
	Saya lebih suka Hotel ini daripada Hotel lain.	6	<i>Favourable</i>	
	Saya merasa lebih terkesan dengan pelayanan Hotel ini dari pada Hotel lain	7	<i>Favourable</i>	
	Saya lebih tertarik dengan Hotel ini dibandingkan dengan Hotel lain	8	<i>Favourable</i>	
<b>Conative Loyalty</b>	Saya berencana menyewa Hotel ini lagi nanti	9	<i>Favourable</i>	2
	Saya berencana menyewa Hotel ini juga di kota lainnya	10	<i>Favourable</i>	
<b>Action Loyalty</b>	Saya merekomendasikan Hotel ini kepada mereka yang meminta saran Saya	11	<i>Favourable</i>	3
	Saya mengatakan hal-hal yang positif tentang Hotel ini kepada orang lain	12	<i>Favourable</i>	

**Rina Tri Yuningsih, 2018**

**KEPUASAN PELANGGAN, HAMBATAN BERPINDAH, KOMITMEN PELANGGAN DAN LOYALITAS PELANGGAN PADA KONSUMEN HOTEL DI BANDUNG**

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

	Saya mempertimbangkan Hotel ini sebagai pilihan pertama Saya ketika Saya ingin menginap di Hotel	13	<i>Favourable</i>	
Total				13

### b. Pengisian Instrumen

Pengisian *instrument* ini dilakukan dengan cara memberikan tanda ceklis (√) pada kolom pilihan yang sesuai dengan perasaan responden. Responden diminta untuk memilih 1 dari 5 skala jawaban yang terdiri dari pilihan jawaban STS (sangat tidak setuju), TS (tidak setuju), N (netral), S (setuju) dan SS (sangat setuju).

### c. Penyekoran

Penyekoran untuk jawaban yang diberikan oleh responden pada instrumen komitmen pelanggan akan diberi bobot dalam rentang 1 sampai dengan 5 yang mana pembagian penyekorannya adalah sebagai berikut:

**Tabel 3.11.**

**Penyekoran Instrumen Loyalitas Pelanggan**

Item	Nilai Item				
	Sangat tidak setuju	Tidak setuju	Netral	Setuju	Sangat setuju
Favourable	1	2	3	4	5

### d. Kategori Skala

Kategori skala merupakan pengelompokan yang dilakukan untuk menetapkan responden pada satu kelompok tertentu yang berdasarkan skor total responden dan kemudian dilakukan penyekoran untuk dapat mengetahui kategori skalanya (Azwar 2016). Peneliti melakukan kategorisasi skala dengan menggunakan skor T (skor rata-rata baku) yang didapatkan dari hasil transformasi skor

**Rina Tri Yuningsih, 2018**

**KEPUASAN PELANGGAN, HAMBATAN BERPINDAH, KOMITMEN PELANGGAN DAN LOYALITAS PELANGGAN PADA KONSUMEN HOTEL DI BANDUNG**

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



partisipan, data interval, dan skor Z (Azwar 2016). Setelah mendapatkan skor T, peneliti membuat kategorisasi skala dengan menggunakan rumus dua level (Ihsan 2013). Berikut merupakan kategori skala dari *instrument* kepuasan pelanggan:

**Tabel 3.12.**  
**Kategori Skala Loyalitas Pelanggan**

Kategori	Rumus	Hasil
Tinggi	$X \geq \mu$ (Rata-rata populasi)	$T \geq 50$
Rendah	$X < \mu$ (Rata-rata populasi)	$T < 50$

**Keterangan :**

X : Jumlah skor

$\mu$  : Rata-rata baku

T : skor T responden

## F. Pengembangan Instrumen Penelitian

Sebelum melakukan ambil data, peneliti melakukan uji *instrument* terlebih dahulu. Kegunaan uji *instrument* ini adalah untuk mendapatkan *instrument* yang layak digunakan dalam penelitian. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan *instrument* kepuasan pelanggan, hambatan berpindah, komitmen pelanggan dan loyalitas pelanggan yang masih berbahasa Inggris dan belum diterjemahkan ke dalam Bahasa Indonesia, sehingga peneliti meminta bantuan kepada ahli yang merupakan Sarjana Sastra Bahasa Inggris untuk melakukan *translation* pada semua *instrument* yang akan digunakan oleh peneliti serta melakukan beberapa penyesuaian kalimat-kalimat yang akan digunakan pada item-item *instrument* (Shiraev & Levy 2004). Setelah peneliti menerjemahkan *instrument*, peneliti melakukan beberapa tahapan pengembangan *instrument*, yaitu sebagai berikut:

### 1. Uji Validitas Instrumen

Rina Tri Yuningsih, 2018

KEPUASAN PELANGGAN, HAMBATAN BERPINDAH, KOMITMEN  
PELANGGAN DAN LOYALITAS PELANGGAN PADA KONSUMEN HOTEL DI  
BANDUNG

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

Uji validitas bertujuan untuk mengukur ketepatan *instrument* dalam melakukan pengukuran isi setiap variabel yang seharusnya diukur (Azwar, 2014). Uji validitas *instrument* yang dilakukan oleh peneliti adalah uji validitas isi. uji validitas isi ini dilakukan dengan cara merevisi setiap item-item yang ada dalam *instrument* berdasarkan saran/pendapat ahli atau professional (Suryabrata, 2010).

Uji validitas isi dalam penelitian ini dilakukan oleh dua *professional judgement* yang memang ahli dalam bidang Psikologi khususnya Psikologi Industri dan Organisasi, yaitu kepada Bapak Medianta Tarigan, M.Psi. dan Ibu Anastasia Wulandari, M.Psi. Berdasarkan hasil penilaian para ahli, ada beberapa item yang memang harus diperbaiki struktur kalimatnya, namun secara keseluruhan item-item yang digunakan oleh peneliti pada setiap *instrument* sudah dapat mewakili setiap indikator yang ada dalam setiap *instrument*.

Setelah melakukan validitas isi, peneliti pun melakukan uji coba *instrument* atau *try out* kepada 400 responden yang pernah menginap di Hotel. Bentuk penyebaran kuesioner ini dilakukan secara *online* melalui *google form* serta secara langsung memberikan kuesioner kepada responden. *Tryout* ini dilakukan untuk menguji *instrument* sebelum dilakukannya pengambilan data sesungguhnya dan juga melalui *tryout* ini angket akan diuji reliabilitasnya (Arikunto, 2010).

## 2. Pemilihan Item

Setelah peneliti melakukan uji *instrument* atau *try out* peneliti melakukan pemilihan item melalui korelasi item-total dengan menggunakan rumus koefisien korelasi dengan bantuan software SPSS versi 22. Item yang akan digunakan oleh peneliti dalam pengambilan data adalah item yang memiliki koefisien korelasi yang tinggi atau lebih besar dari 0.30 (Ihsan, 2013). Berikut adalah tabel hasil analisis item dari masing-masing *instrument*.

Rina Tri Yuningsih, 2018

KEPUASAN PELANGGAN, HAMBATAN BERPINDAH, KOMITMEN  
PELANGGAN DAN LOYALITAS PELANGGAN PADA KONSUMEN HOTEL DI  
BANDUNG

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

**Tabel 3.13.**  
**Hasil Analisis Item Instrumen**

Nama Instrumen	Item Valid	Item Tidak Valid	Jumlah
Kepuasan Pelanggan	1, 2, 3, 4, 5	-	5
Hambatan Berpindah	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13	-	13
Komitmen Pelanggan	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15 16, 17, 18, 19	-	19
Loyalitas Pelanggan	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13	-	13

Berdasarkan tabel 3.13. di atas, pada *instrument* yang digunakan peneliti yaitu *instrument* kepuasan pelanggan, hambatan berpindah, komitmen pelanggan dan loyalitas pelanggan diketahui bahwa tidak ada item yang harus dihilangkan, sehingga jumlah item yang digunakan oleh peneliti pada pengambilan data adalah sama dengan jumlah item yang digunakan pada saat uji coba *instrument* atau *tryout*.

### 3. Reliabilitas *Instrument*

Uji reliabilitas ini dilakukan untuk mengetahui konsistensi dari suatu alat ukur (Azwar, 2014). Uji reliabilitas *instrument* ini diuji menggunakan hasil data *tryout* yaitu kepada 400 responden yang pernah menginap di Hotel. Data proses pengambilan data *tryout* dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 3.14**  
**Data Hasil *Tryout***

Tanggal	Tempat	Frekuensi	Jenis Kelamin	
			L	P
24-11-2017	Online	8	1	7
25-11-2017	Online/Perumahan di Ciamis	5	3	2
26-11-2017	Online	1	-	1

Rina Tri Yuningsih, 2018

**KEPUASAN PELANGGAN, HAMBATAN BERPINDAH, KOMITMEN  
PELANGGAN DAN LOYALITAS PELANGGAN PADA KONSUMEN HOTEL DI  
BANDUNG**

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

27-11-2017	<i>Online</i>	5	2	3
28-11-2017	<i>Online</i>	2	1	1
29-11-2017	<i>Online</i>	2	2	-
30-11-2017	<i>Online</i>	2	1	1
01-12-2017	<i>Online/Kampus di Bandung /Perumahan di Garut/Tempat Usaha di Garut</i>	17	3	14
05-12-2017	Perumahan di Ciamis/Sekolah di Ciamis	4	3	1
06-12-2017	<i>Online/Perumahan di Garut</i>	9	3	6
07-12-2017	Perumahan di Ciamis	2	1	1
08-12-2017	<i>Online</i>	1	-	1
09-12-2017	<i>Online/Perkantoran Swasta di luar Bandung</i>	4	-	4
10-12-2017	<i>Online/Perkantoran di luar Jawa/Perumahan di luar Jawa</i>	13	4	9
11-12-2017	<i>Online</i>	1	-	1
12-12-2017	<i>Online/Perumahan di Garut/Tempat Usaha di Garut</i>	8	3	5
13-12-2017	<i>Online/Perumahan di Ciamis</i>	10	4	6
14-12-2017	<i>Online/Perumahan di Garut/Sekolah di Garut</i>	7	4	3
15-12-2017	<i>Online/Perkantoran di luar Jawa/Perumahan di luar Jawa</i>	27	7	20
16-12-2017	Perkantoran di Ciamis	2	-	2
17-12-2017	<i>Online/Perumahan di Ciamis</i>	4	-	4
18-12-2017	<i>Online/Kampus di Bandung</i>	8	2	6
19-12-2017	Kampus di Bandung/Perumahan di Bandung	3	1	2
20-12-2017	Kampus di Bandung/Perumahan di Garut/Perkantoran di Garut	20	6	14
22-12-2017	Perkantoran di luar Jawa/Kampus di Bandung	5	-	5
26-12-2017	Perkantoran di luar Jawa/Kampus di Bandung/Tempat Usaha di Garut/Perumahan di Ciamis/Sekolah di Ciamis/ <i>Online</i>	27	18	9
28-12-2017	Kampus di luar Jawa/Perkantoran di luar Jawa/Tempat Usaha di Ciamis/Sekolah di Garut/ <i>Online</i>	19	12	7
29-12-2017	<i>Online/Perumahan di Luar Jawa/Perkantoran di Luar Jawa/</i>	19	11	8

**Rina Tri Yuningsih, 2018**

**KEPUASAN PELANGGAN, HAMBATAN BERPINDAH, KOMITMEN PELANGGAN DAN LOYALITAS PELANGGAN PADA KONSUMEN HOTEL DI BANDUNG**

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

	Sekolah di Ciamis			
30-12-2017	<i>Online</i>	1	1	-
04-01-2018	<i>Online/Perkantoran di Garut/Sekolah di Garut</i>	13	5	8
05-01-2018	<i>Online/Perumahan di Garut</i>	4	1	3
06-01-2018	Perumahan di Luar Jawa	3	3	-
09-01-2018	Perumahan di Ciamis/Sekolah di Ciamis	9	-	9
10-01-2018	Sekolah di luar Jawa	2	1	1
11-01-2018	<i>Online/Kampus di Garut</i>	11	2	9
12-01-2018	Kampus di Bandung	5	-	5
13-01-2018	Kampus di Bandung/Perkantoran Swasta di Luar Jawa	4	1	3
14-01-2018	Kampus di Bandung/Tempat Swasta di Bandung	7	4	3
15-01-2018	Tempat Wisata di Bandung/Perumahan di Ciamis/Kampus di Bandung	4	-	4
16-01-2018	Kampus di Bandung/Perkantoran Swasta di luar Jawa	2	-	2
17-01-2018	<i>Online/Kampus di luar Jawa</i>	3	1	2
19-01-2018	<i>Online/Tempat Kursus di luar Jawa</i>	3	-	3
21-01-2018	Tempat Kursus di luar Jawa/Perumahan di luar Jawa	4	4	-
22-01-2018	Perumahan di Ciamis	1	1	-
23-01-2018	Tempat Usaha di Garut/Perumahan di Garut/Perkantoran Swasta di luar Jawa/Sekolah di Ciamis	6	5	1
24-01-2018	Perumahan di Ciamis/Perkantoran di luar Jawa/ <i>Online</i>	6	2	4
25-01-2018	Perkantoran di Garut/ <i>Online</i>	5	1	4
26-01-2018	Perumahan di Garut	2	1	1
27-01-2018	<i>Online/Perumahan di Garut</i>	2	1	1
29-01-2018	<i>Online</i>	1	-	1
30-01-2018	Perumahan di Ciamis	1	-	1
31-01-2018	<i>Online/Perumahan di Ciamis</i>	3	-	3
04-02-2018	<i>Online/Perumahan di Ciamis</i>	3	-	3
05-02-2018	<i>Online/Perumahan di luar Jawa/Perkantoran Swasta di luar Jawa</i>	9	5	4
08-02-2018	Perkantoran Swasta di luar Jawa/Kampus di luar Jawa/Tempat Wisata di luar Jawa/Perkantoran di	7	6	1

Rina Tri Yuningsih, 2018

**KEPUASAN PELANGGAN, HAMBATAN BERPINDAH, KOMITMEN PELANGGAN DAN LOYALITAS PELANGGAN PADA KONSUMEN HOTEL DI BANDUNG**

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

	Garut			
09-02-2018	Perkantoran di Garut	1	-	1
10-02-2018	Kampus di Bandung/Online	3	-	3
11-02-2018	Online/Sekolah di Ciamis	6	2	4
13-02-2018	Online/Sekolah di Ciamis/Kampus di Bandung	19	6	13
14-02-2018	Online/Sekolah di Garut/Kampus di Bandung	15	3	12
Total		<b>400</b>	<b>148</b>	<b>252</b>

Setelah mendapatkan data pada 400 responden, peneliti selanjutnya melakukan uji reliabilitas. Pada penelitian ini reliabilitas *instrument* diuji menggunakan bantuan program SPSS melalui teknik *alpha cronbach* yang dihitung menggunakan SPSS versi 22. Nilai koefisien  $\alpha$  berkisar antara 0 sampai 1. Semakin tinggi nilai koefisiennya, maka semakin baik pula alat ukur tersebut. Untuk kategorisasi koefisien reliabilitas pada penelitian ini, peneliti menggunakan tabel yang berdasarkan pada kriteria dari Guildford (dalam Sugiyono, 2005), yaitu sebagai berikut:

**Tabel 3.15.**  
**Koefisien Reliabilitas Guildford**

Derajat Reliabilitas	Kategori
0,900 – 1,00	Sangat Reliabel
0,700 – 0,900	Reliabel
0,400 – 0,700	Cukup Reliabel
0,200 – 0,400	Kurang Reliabel
< 0,200	Tidak Reliabel

**a. Reliabilitas Instrumen Kepuasan Pelanggan**

Hasil uji reliabilitas *instrument* kepuasan pelanggan pada penelitian ini dengan bantuan program SPSS versi 22 menunjukkan koefisien reliabilitas sebesar 0.78 dan berdasarkan kategori pada tabel 3.15, *instrument* kepuasan pelanggan termasuk kriteria yang reliabel.

**b. Reliabilitas Instrumen Hambatan Berpindah**

Rina Tri Yuningsih, 2018

KEPUASAN PELANGGAN, HAMBATAN BERPINDAH, KOMITMEN  
PELANGGAN DAN LOYALITAS PELANGGAN PADA KONSUMEN HOTEL DI  
BANDUNG

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

Hasil uji reliabilitas *instrument* hambatan berpindah pada penelitian ini dengan bantuan program SPSS versi 22 menunjukkan koefisien reliabilitas sebesar 0.94 dan berdasarkan kategori pada tabel 3.15, *instrument* hambatan berpindah termasuk kriteria yang sangat reliabel.

**c. Reliabilitas Instrumen Komitmen Pelanggan**

Hasil uji reliabilitas *instrument* komitmen pelanggan pada penelitian ini dengan bantuan program SPSS versi 22 menunjukkan koefisien reliabilitas sebesar 0.96 dan berdasarkan kategori pada tabel 3.15, *instrument* komitmen pelanggan termasuk kriteria yang sangat reliabel.

**d. Reliabilitas Instrumen Loyalitas Pelanggan**

Hasil uji reliabilitas *instrument* loyalitas pelanggan pada penelitian ini dengan bantuan program SPSS versi 22 menunjukkan koefisien reliabilitas sebesar 0.96 dan berdasarkan kategori pada tabel 3.15, *instrument* loyalitas pelanggan termasuk kriteria yang sangat reliabel.

**G. Prosedur Penelitian**

Prosedur yang dilakukan dalam penelitian ini terdiri dari empat tahapan yaitu tahap persiapan, tahap pelaksanaan, tahap pengolahan data dan tahap pembahasan. Berikut adalah penjelasan tahapan yang dilakukan oleh peneliti:

**1. Tahap Persiapan**

Pada tahap persiapan, peneliti mengumpulkan dan mengkaji literatur mengenai variabel-variabel penelitian yang digunakan yaitu variabel kepuasan pelanggan, hambatan berpindah, komitmen pelanggan dan loyalitas pelanggan lalu merumuskan rancangan penelitian, menentukan alat ukur yang akan digunakan, dan melakukan pengalihan bahasa serta *expert judgement* kepada ahli psikologi yaitu Bapak Medianta Tarigan, M.Psi. dan Ibu Anastasia Wulandari M.Psi.

**Rina Tri Yuningsih, 2018**

**KEPUASAN PELANGGAN, HAMBATAN BERPINDAH, KOMITMEN  
PELANGGAN DAN LOYALITAS PELANGGAN PADA KONSUMEN HOTEL DI  
BANDUNG**

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

## 2. Tahap Pelaksanaan

Pada tahap pelaksanaan, peneliti melakukan penyebaran kuesioner penelitian yang dilakukan dua kali, yaitu uji coba *instrument* atau *tryout* serta pengambilan data sesungguhnya. Pada saat uji coba *instrument* atau *tryout*, peneliti melakukan penyebaran kuesioner kepada 400 responden yang pernah menginap di Hotel. Bentuk penyebaran kuesioner ini dilakukan secara *online* melalui *google form* serta secara langsung memberikan kuesioner kepada responden. Setelah mendapatkan 400 responden peneliti melakukan uji reliabilitas *instrument*, dan melanjutkan ke tahap pengambilan data sesungguhnya.

Pada saat pengambilan data sesungguhnya, peneliti melakukan penyebaran kuesioner kepada 349 responden yang pernah menginap di Hotel yang berada di Bandung. Bentuk penyebaran kuesioner ini dilakukan secara *online* melalui *google form* serta secara langsung memberikan kuesioner kepada responden. Peneliti menyebarkan kuesioner secara langsung di beberapa tempat diantaranya tempat wisata dan rekreasi, area kampus, area sekolah, dan area perkantoran..

## 3. Tahap Pengolahan Data

Setelah semua data terkumpul, peneliti melakukan skoring data dan pengolahan data. Hasil skoring data tersebut kemudian ditransformasi dari ordinal menjadi rasio, selanjutnya diubah kembali dari data rasio tersebut ke z-score lalu t-score untuk dapat melakukan kategorisasi skala. Perubahan data tersebut dilakukan dengan bantuan program Winstep. Setelah melakukan perubahan data, peneliti melakukan analisis jalur/*path* dengan bantuan program Amos versi 22.

## 4. Tahap Pembahasan

Setelah semua data diolah dengan bantuan program atau aplikasi, selanjutnya pada tahap pembahasan peneliti

Rina Tri Yuningsih, 2018

KEPUASAN PELANGGAN, HAMBATAN BERPINDAH, KOMITMEN  
PELANGGAN DAN LOYALITAS PELANGGAN PADA KONSUMEN HOTEL DI  
BANDUNG

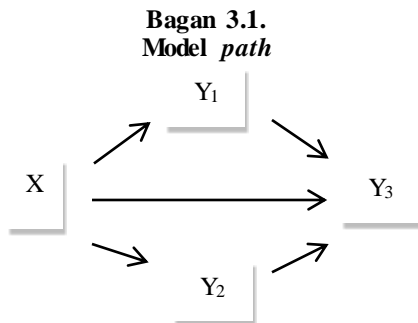
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu |  
perpustakaan.upi.edu



memaparkan hasil penelitian yang telah diolah, menjelaskan temuan-temuan, menjawab hipotesis penelitian dan yang terakhir melakukan kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan.

## H. Analisis Data

Dalam penelitian ini teknik analisis data yang digunakan adalah analisis jalur (*path analysis*). Analisis jalur (*path analysis*) ini digunakan untuk mengetahui hubungan sebab akibat yang terjadi pada suatu variabel variabel bebas yang dapat memengaruhi variabel terikat baik secara langsung atau tidak langsung (Sarwono, 2011). Teknik analisis jalur ini digunakan pada variabel yang dikerjakan bersama dalam kelompok penelitian, yaitu untuk mencari hubungan kausalitas antar variabel yaitu kepuasan pelanggan, kepercayaan pelanggan, hambatan berpindah, komitmen pelanggan, kualitas pelayanan dan *customer engagement*. Program atau aplikasi yang digunakan untuk menganalisis data pada penelitian ini yaitu SPSS versi 22, Amos versi 22 ,dan Winstep. Model *path* dalam penelitian ini ialah sebagai berikut:



Rina Tri Yuningsih, 2018

KEPUASAN PELANGGAN, HAMBATAN BERPINDAH, KOMITMEN  
PELANGGAN DAN LOYALITAS PELANGGAN PADA KONSUMEN HOTEL DI  
BANDUNG

Universitas Pendidikan Indonesia | [repository.upi.edu](http://repository.upi.edu) |  
[perpustakaan.upi.edu](http://perpustakaan.upi.edu)

Keterangan:

X : Variabel kepuasan pelanggan

Y<sub>1</sub> : Variabel hambatan berpindah

Y<sub>2</sub> : Variabel komitmen pelanggan

Y<sub>3</sub> : Variabel loyalitas pelanggan

### **I. Hipotesis Statistik**

Berdasarkan uraian di atas, terdapat 6 hipotesis statistik dalam penelitian ini:

H<sub>1</sub>: Kepuasan pelanggan berpengaruh secara signifikan terhadap hambatan berpindah

H<sub>2</sub>: Kepuasan pelanggan berpengaruh secara signifikan terhadap komitmen pelanggan

H<sub>3</sub>: Kepuasan pelanggan berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan

H<sub>4</sub>: Hambatan berpindah berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan

H<sub>5</sub>: Komitmen pelanggan berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan

H<sub>6</sub>: Kepuasan pelanggan berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan melalui hambatan berpindah dan komitmen pelanggan

**Rina Tri Yuningsih, 2018**

*KEPUASAN PELANGGAN, HAMBATAN BERPINDAH, KOMITMEN  
PELANGGAN DAN LOYALITAS PELANGGAN PADA KONSUMEN HOTEL DI  
BANDUNG*

Universitas Pendidikan Indonesia | [repository.upi.edu](http://repository.upi.edu) |  
[perpustakaan.upi.edu](http://perpustakaan.upi.edu)