

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Profil Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kota Bandung. Kota Bandung merupakan Ibu Kota dari Jawa Barat dan merupakan kota metropolitan terbesar di Jawa Barat. Kota Bandung terletak sekitar 140 km jauhnya dari Ibukota Indonesia, Jakarta.

Saat ini, Kota Bandung merupakan salah satu kota tujuan utama pariwisata. Kota Bandung hadir dengan berbagai daya tarik wisata, mulai dari wisata mode, wisata kuliner, gedung-gedung bersejarah, museum, taman kota yang menjadi paru-paru kota, wisata sejarah, dan lain sebagainya. Daya tarik wisata mendorong banyaknya wisatawan yang berkunjung ke Kota Bandung yang tentu saja memicu perkembangan akomodasi di kota Bandung. Perkembangan industri akomodasi itu sendiri hadir guna memfasilitasi kebutuhan wisatawan yang berkunjung dan menginap.

Salah satu fenomena perkembangan industri akomodasi adalah masuknya Airbnb ke Kota Bandung. Kini properti Airbnb sudah tersebar di Kota Bandung dengan jumlah 307 properti dengan jenis dan harga yang bervariasi. Airbnb dengan jumlah yang cukup banyak dan tersebar di Kota Bandung menunjukkan bahwa perkembangan industri akomodasi khususnya Airbnb diterima dan dibutuhkan oleh banyak pihak. Oleh karena itu, penulis tertarik untuk menjadikan kota Bandung sebagai lokasi dari penelitian ini.

3.2 Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang bertujuan untuk mengolah hasil penelitian dan menyimpulkannya kedalam bentuk angka-angka statistik. Metode kuantitatif adalah sebuah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sample tertentu. Pada umumnya, teknik pengambilan sampel dilakukan dengan

memperhatikan syarat-syarat yang telah ditetapkan oleh penulis sebelumnya dan menggunakan suatu instrumen penelitian. Analisis data bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2013). Selain itu, penulis melakukan wawancara dengan host Airbnb Kota Bandung untuk memperkuat hasil perhitungan kuantitatif dan memperkuat pembahasan penulis. Selain itu, wawancara dilakukan untuk mengambil perspektif lain dalam penelitian ini dari sisi penyedia akomodasi.

Penelitian ini bertujuan untuk mengukur pengaruh kepuasan terhadap loyalitas pelanggan di Airbnb Kota Bandung. Penelitian ini terdiri dari dua variabel yaitu, variabel kepuasan sebagai variabel bebas atau *independent variable* (X) dan variabel loyalitas sebagai variabel terikat atau *dependent variable* (Y).

Pengumpulan data akan dilakukan secara online dengan bantuan *google form* dengan total kuesioner yang disebar sebanyak 250 kuesioner. Penyebaran kuesioner dilakukan melalui media sosial *Intagram, Line Messenger, Whatsapp, e-mail* langsung kepada responden yang pernah menginap di akomodasi Airbnb di Kota Bandung dan *host* akomodasi Airbnb di Kota Bandung untuk langsung diberikan pada tamu yang sedang menginap. Responden akan diminta untuk mengisi sebuah kuisisioner yang berisikan pertanyaan terbuka dan tertutup mengenai kepuasan responden dalam pengalamannya menggunakan Airbnb dan loyalitasnya. Hasil kuesioner akan dikelompokkan dan dimasukkan kedalam tabel distribusi frekuensi untuk menentukan skor jawaban yang kemudian di masukkan kedalam garis kontinum untuk mengetahui kategori jawaban. Pengukuran dalam kuisisioner menggunakan skala likert 1-5 dengan hasil yang berupa skala ordinal yang akan diubah kedalam skala interval menggunakan *Method of Succesive Interval* dan kemudian dilakukan pengujian statistik dengan bantuan *software IBM SPSS 25.0 Statistic for Windows*.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan Airbnb yang pernah atau sedang menginap di akomodasi Airbnb Kota Bandung. Meskipun begitu,

July Christine Silaban, 2019

PENGARUH KEPUASAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN AIRBNB KOTA BANDUNG

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

populasi penelitian ini sangatlah banyak. Untuk mengefisienkan waktu penelitian, penulis melakukan *sampling* yaitu pengambilan sampel sebagai representasi dari populasi yang sudah ditentukan dalam penelitian ini.

3.3.2 Sampel

Dalam pengambilan sampel, peneliti menggunakan teknik *non probability sampling* dimana pengambilan sampel tidak memberi peluang sama bagi setiap anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Teknik penentuan sampel *non probability sampling* yang digunakan yaitu *purposive sampling*, dimana penulis telah menentukan sampel dengan pertimbangan atau kriteria tertentu.

Berdasarkan pengertian di atas, penulis menetapkan kriteria dari sampel ini adalah pelanggan Airbnb yang pernah menggunakan akomodasi Airbnb Kota Bandung yang berupa apartemen, rumah, kamar pribadi dan villa setidaknya satu kali. Keempat akomodasi tersebut merupakan akomodasi yang paling banyak terdapat di Kota Bandung dengan jumlah 271 dari 307 akomodasi Airbnb yang ada di Kota Bandung.

Penulis telah menyebarkan sebanyak 250 kuesioner melalui media sosial *Instagram, Whatsapp, Line Messenger, e-mail* kepada tamu yang pernah menggunakan salah satu dari empat akomodasi Airbnb tersebut, juga mengirim langsung kuesioner kepada *host* Airbnb Kota Bandung. Dari 250 kuesioner yang disebarkan, penulis memperoleh 202 kuesioner kembali dengan jumlah responden yang sesuai dengan kriteria yang telah penulis tentukan adalah 197 responden.

3.4 Operasional Variabel

Variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2013). Berdasarkan rumusan

masalah, variabel yang diteliti dalam penelitian ini dioperasionalkan ke dalam dua variabel utama. Berikut penjabaran kedua variabel tersebut:

a. Variabel Bebas (*Independent Variabel*)

Variabel bebas (X) merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel terikat (*dependent variable*) (Sugiyono, 2013). Variabel bebas berisi faktor-faktor yang akan diukur, diprediksi, dimanipulasi, atau dimonitor oleh peneliti guna melihat adanya pengaruh variabel bebas dalam peristiwa yang sedang diamati. Dalam penelitian ini, kepuasan pelanggan bertindak sebagai variabel bebas.

b. Variabel Terikat (*Dependent Variabel*)

Variabel terikat (Y) adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas (*independent variable*) (Sugiyono, 2013). Dalam penelitian ini, loyalitas pelanggan bertindak sebagai variabel terikat.

Tabel 3. 1
Operasional Variabel

Variabel	Sub Variabel	Indikator	Skala	No. Item
Operasional Variabel X				
Kepuasan Pelanggan (X) Irawan (2009)	Kualitas produk (X ₁)	Tamu merasa puas dengan kualitas akomodasi yang disewa melalui Airbnb	Ordinal	1
		Tamu merasa puas dengan kualitas fasilitas yang tersedia di akomodasi yang disewa melalui Airbnb	Ordinal	2

	Kualias pelayanan (X ₂)	Tamu merasa puas dengan kualitas pelayanan yang diberikan oleh <i>host</i> pada saat melakukan reservasi	Ordinal	3
		Tamu merasa puas dengan kualitas pelayanan yang diberikan oleh <i>host</i> pada saat proses <i>check in</i> hingga <i>check out</i>	Ordinal	4
	Emosional (X ₃)	Tamu merasa puas dan bangga dengan keputusannya menginap di akomodasi Airbnb	Ordinal	5
	Harga (X ₄)	Tamu merasa puas telah membayar sesuai dengan akomodasi yang didapatkan	Ordinal	6
		Tamu merasa puas membayar sesuai dengan fasilitas yang didapatkan	Ordinal	7
		Tamu merasa puas membayar sesuai dengan pelayanan yang didapatkan	Ordinal	8
	Kemudahan (X ₅)	Tamu merasa puas dengan kemudahan dalam memilih jenis akomodasi yang sesuai dengan kebutuhan	Ordinal	9
		Tamu merasa puas dengan kemudahan reservasi hingga transaksi di Airbnb	Ordinal	10

Operasional Variabel Y				
Loyalitas Pelanggan (Y) Griffin (2002)	1. Pembelian berulang	Kemungkinan pelanggan akan menggunakan Airbnb kembali jika sewaktu-waktu melakukan perjalanan dan membutuhkan akomodasi di Kota Bandung	Ordinal	11
	2. Membeli antar lini jasa	Kemungkinan pelanggan akan menggunakan Airbnb di Kota Bandung dan mencoba jenis akomodasi lainnya pada lain kesempatan	Ordinal	12
	3. Mereferensikan kepada orang lain	Kemungkinan pelanggan akan merekomendasikan penggunaan Airbnb kepada orang lain baik secara langsung maupun melalui <i>review</i> di Airbnb dan media sosial lainnya	Ordinal	13
	4. Kekebalan terhadap pesaing lainnya	Kemungkinan pelanggan akan menggunakan Airbnb sebagai pilihan utama dalam memesan akomodasi dibandingkan <i>marketplace</i> lainnya.	Ordinal	14

Sumber: Hasil Pengolahan Penulis (2019)

3.5 Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah alat yang digunakan oleh peneliti dalam mendukung maupun membantu proses pengumpulan data agar lebih sistematis dan mudah. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan kuesioner sebagai instrumen penelitian. Kuesioner ini digunakan untuk memperoleh data mengenai pengaruh kepuasan terhadap loyalitas pelanggan di Airbnb Kota Bandung.

Kuesioner penelitian ini terbagi menjadi 4 bagian.

July Christine Silaban, 2019

PENGARUH KEPUASAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN AIRBNB KOTA BANDUNG

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

Bagian pertama, meliputi pertanyaan-pertanyaan untuk mengidentifikasi demografis dan karakteristik dari responden. Pertanyaan-pertanyaan yang termasuk di dalamnya adalah jenis kelamin, domisili, usia, pendidikan terakhir, pekerjaan, penghasilan perbulan, intensitas penggunaan akomodasi Airbnb, dan jenis akomodasi Airbnb yang terakhir digunakan.

Bagian kedua, mengukur kepuasan pelanggan. Berisi 10 item pernyataan mengenai kepuasan berdasarkan 5 faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan (Irawan, 2009).

Bagian ketiga, mengukur loyalitas pelanggan. Bagian ini berisi pernyataan untuk mengukur loyalitas pelanggan sebanyak 4 item berdasarkan karakteristik loyalitas pelanggan yang dikembangkan oleh Griffin (2003).

Bagian terakhir berisi 4 pertanyaan deskriptif yang penulis ajukan guna untuk memahami penggunaan Airbnb menurut prespektif masing-masing pengguna.

3.6 Jenis dan Sumber Data

Menurut Sugiyono (2013) berdasarkan sumbernya data dibedakan menjadi dua yaitu:

- a. Data primer adalah data-data yang diperoleh secara langsung dalam kegiatan penelitian lapangan. Data primer dapat berbentuk isian kuesioner atau langsung dari responden berdasarkan masalah yang sedang dikaji.
- b. Data sekunder adalah data-data yang diperoleh secara tidak langsung dalam kegiatan penelitian. Data sekunder dapat diperoleh dari sensus, laporan data, dan statistik yang berasal dari penelitian yang telah dilakukan sebelumnya.

Tabel 3. 2
Jenis dan Sumber Data

No.	Data	Jenis Data	Sumber Data
1.	Data jumlah wisatawan Kota Bandung melalui pintu kedatangan	Sekunder	Badan Pusat Statistik Kota Bandung
2.	Data jumlah wisatawan yang menginap di Kota Bandung	Sekunder	Badan Pusat Statistik Kota Bandung
3.	Data Peringkat Situs <i>Website</i> akomodasi di dunia	Sekunder	https://www.similarweb.com/top-websites/category/travel
4.	Data jumlah dan jenis akomodasi Airbnb di Kota Bandung	Sekunder	https://www.airbnb.co.id/
3.	Hal-hal yang berhubungan dengan kepuasan pelanggan	Sekunder	<i>e-journal</i>
4.	Hal-hal yang berhubungan dengan loyalitas pelanggan	Sekunder	<i>e-journal</i>
5.	Tanggapan responden mengenai kepuasan pelanggan	Primer	Penyebaran kuesioner melalui <i>google form</i> kepada responden
6.	Tanggapan responden mengenai loyalitas pelanggan	Primer	Penyebaran kuesioner melalui <i>google form</i> kepada responden
7.	Informasi tambahan mengenai hubungan <i>host</i> dan tamu	Primer	Bapak Achmad Marine Ramdhani selaku salah satu <i>host</i> Airbnb di Kota Bandung

Sumber: Hasil Pengolahan Penulis (2019)

3.7 Teknik Pengumpulan Data

Untuk mengumpulkan data-data yang diperlukan, penulis melakukan langkah-langkah berikut:

a. Pengumpulan Literatur

Sebelum mengumpulkan data dari responden, hal pertama yang penulis lakukan adalah mencari literatur dari berbagai sumber yang berupa buku, *e-journal* dan artikel di internet yang berkaitan dengan semua aspek atau variabel yang berhubungan dan berguna untuk penelitian ini.

b. Membuat Kuesioner

Kuesioner dalam penelitian ini dibuat dengan tujuan untuk mengetahui adanya pengaruh kerpuasan terhadap loyalitas pelanggan. Kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner langsung, terdiri dari pertanyaan terbuka dan tertutup. Responden hanya perlu memberi tanda pada jawaban yang mereka anggap benar atau sesuai, juga menjawab pertanyaan yang telah penulis ajukan dengan jawaban singkat. Kuesioner dibuat menggunakan *google form*. Pengukuran dalam pertanyaan tertutup yang digunakan adalah skala likert dengan hasil data ordinal. Dengan tolak ukur skala likert, sebagai berikut:

Tabel 3. 3
Skala Likert

No.	Pernyataan	Tolak ukur
1.	Sangat Setuju	5
2.	Setuju	4
3.	Ragu-ragu	3
4.	Tidak Setuju	2
5.	Sangat Tidak Setuju	1

Sumber: Sugiyono (2013)

c. Menyebar Kuesioner

Penyebaran kuesioner dilakukan dengan beberapa cara diantaranya dengan bantuan dari pihak yang menyewakan propertinya di Airbnb. Penulis akan memberikan kuesioner langsung kepada pihak yang menyewakan propertinya di Airbnb untuk kemudian diberikan kepada tamu yang menginap. Selain itu penulis akan mengirimkan kuesioner langsung pada pengguna Airbnb yang pernah memberikan *review* di halaman properti Airbnb di Kota Bandung. Lalu penulis juga akan menyebarkan kuesioner melalui media sosial seperti *Line Messenger*, *WhatsApp Messenger*, *Instagram*, *Twitter* dan *Facebook* kepada khalayak yang pernah menginap di Kota Bandung dengan menggunakan Airbnb.

d. Menganalisis Data Kuesioner

Hasil dari pengisian kuesioner oleh responden diolah untuk mendapatkan hasil presentase, yang kemudian akan disimpulkan secara deskriptif dengan tahap-tahap pengolahan data, sebagai berikut:

- a. Pengklasifikasian pertanyaan dalam kuesioner
- b. Penghitungan data
- c. Tabulasi dan skoring
- d. Garis Kontinum
- e. *Method of Succesive Interval*
- f. Menganalisis hasil kuesioner dengan bantuan *software IBM SPSS 25.0 for Windows*.

3.8 Uji Validitas dan Reliabilitas

3.8.1. Uji Validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang digunakan untuk menunjukkan tingkat kesahihan suatu tes. Suatu tes dikatakan valid apabila tes tersebut mampu mengukur apa yang hendak diukur. Tes memiliki validitas yang tinggi jika hasilnya sesuai dengan kriteria, dalam arti memiliki kesejajaran antara tes dan kriteria (Arikunto, 1999).

Uji Validitas dilakukan oleh penulis dengan bantuan *software IBM SPSS 20.0 for Windows* dengan langkah-langkah sebagai berikut:

- a. Setelah data yang diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner dikelompokkan, kemudian data di masukkan kedalam SPSS.
- b. Klik menu *analyze* → *correlate* → *bivariate*
- c. Lalu dalam jendela *bivariate correlations* pindahkan semua item X dan Y ke dalam kolom *variables* di sebelah kanan
- d. Di jendela yang sama, centang *pearson*, *two tailed*, dan *flag significance*. Lalu akhiri dengan OK, maka *output* yang berisikan nilai r hitung akan keluar

Dasar pengambilan keputusan dalam uji validitas adalah jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka data dinyatakan valid. Dimana skor r_{tabel} yang dianggap menjadi syarat minimum adalah 0,361 dengan presentase taraf signifikansi sebesar 5% (0,05). Setelah instrumen 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 (2013)

Pengujian validitas responden dilakukan dengan menggunakan taraf signifikan sebagai berikut :

- a. Item pertanyaan yang diteliti dikatakan valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$
- b. Item pertanyaan yang diteliti dikatakan tidak valid jika $r_{hitung} < r_{tabel}$

3.8.1.1 Hasil Uji Validitas

Berikut adalah hasil uji validitas dari setiap variabel yang dibantu oleh *software IBM SPSS Statistics 20.0 for Windows*. Nilai r_{tabel} diperoleh menggunakan rumus $df = n - 2$ dengan signifikansi 5%. Sampel yang digunakan untuk uji validitas sebanyak 30 responden, sehingga didapat nilai $df = 30 - 2 = 28$. Selanjutnya dengan melihat tabel distribusi r pada signifikansi 5%, didapatkan nilai $r_{tabel} = 0,361$.

Tabel 3. 5 Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Pelanggan (X)

Subvariabel	No	Indikator	r_{hitung}	r_{tabel}	Hasil	Tingkat Korelasi
Kualitas Produk (X ₁)	1	Tamu merasa puas dengan kualitas akomodasi yang disewa melalui Airbnb	0,680	0,361	Valid	Kuat
	2	Tamu merasa puas dengan kualitas fasilitas yang tersedia di akomodasi yang disewa melalui Airbnb	0,740	0,361	Valid	Kuat
Kualitas Pelayanan (X ₂)	3	Tamu merasa puas dengan kualitas pelayanan yang diberikan oleh <i>host</i> pada saat melakukan reservasi	0,640	0,361	Valid	Kuat
	4	Tamu merasa puas dengan kualitas pelayanan yang	0,637	0,361	Valid	Kuat

		diberikan oleh <i>host</i> pada saat proses <i>check in</i> hingga <i>check out</i>				
Emosional (X ₃)	5	Tamu merasa puas dan bangga dengan keputusannya menginap di akomodasi Airbnb	0,844	0,361	Valid	Sangat Kuat
Harga (X ₄)	6	Tamu merasa puas telah membayar sesuai dengan akomodasi yang didapatkan	0,553	0,361	Valid	Cukup Kuat
	7	Tamu merasa puas membayar sesuai dengan fasilitas yang didapatkan	0,687	0,361	Valid	Kuat
	8	Tamu merasa puas dengan kualitas akomodasi yang disewa melalui Airbnb	0,645	0,361	Valid	Kuat
Kemudahan (X ₅)	9	Tamu merasa puas dengan kualitas fasilitas yang tersedia di akomodasi yang disewa melalui Airbnb	0,740	0,361	Valid	Kuat
	10	Tamu merasa puas dengan kualitas pelayanan yang diberikan oleh <i>host</i> pada saat melakukan reservasi	0,626	0,361	Valid	Kuat

Sumber: Hasil Pengolahan Penulis (2019)

Dari tabel tersebut, dapat disimpulkan bahwa seluruh indikator variabel kepuasan pelanggan (X) dalam instrumen penelitian yang akan penulis gunakan sudah memenuhi syarat validitas untuk kemudian dapat

digunakan dalam pengumpulan data penelitian ini. Selanjutnya dilakukan pengujian validitas terhadap indicator variabel loyalitas (y) yang digunakan dalam penelitian ini. Berikut hasil pengujian yang penulis lakukan:

Tabel 3. 6
Hasil Uji Validitas Variabel Loyalitas Pelanggan (Y)

Dimensi	No	Indikator	r_{hitung}	r_{tabel}	Hasil	Tingkat Korelasi
Pembelian berulang	11	Kemungkinan pelanggan akan menggunakan Airbnb kembali jika sewaktu-waktu melakukan perjalanan dan membutuhkan akomodasi di Kota Bandung	0,730	0,361	Valid	Kuat
Membeli antar lini jasa	12	Kemungkinan pelanggan akan menggunakan Airbnb di Kota Bandung dan mencoba jenis akomodasi lainnya pada lain kesempatan	0,668	0,361	Valid	Kuat
Mereferensikan kepada orang lain	13	Kemungkinan pelanggan akan merekomendasikan penggunaan Airbnb kepada orang lain baik secara langsung maupun melalui <i>review</i> di Airbnb dan media sosial lainnya	0,751	0,361	Valid	Kuat
Kekebalan terhadap	14	Kemungkinan pelanggan akan menggunakan	0,783	0,361	Valid	Kuat

pesaing lainnya		Airbnb sebagai pilihan utama dalam memesan akomodasi dibandingkan <i>marketplace</i> lainnya.				
-----------------	--	---	--	--	--	--

Sumber: Hasil Pengolahan Penulis (2019)

Dari tabel tersebut, dapat disimpulkan bahwa seluruh indikator variabel loyalitas (y) dalam instrument penelitian ini dinyatakan memenuhi syarat validitas. Kemudian dapat disimpulkan bahwa instrumen penelitian ini dapat digunakan sebagai instrumen penelitian yang valid dalam mengukur kepuasan dan loyalitas pelanggan Airbnb Kota Bandung.

3.8.2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas berasal dari kata *reliability*. Menurut Walizer (1987), reliabilitas adalah keajegan pengukuran. Reliabilitas menunjuk pada suatu pengertian bahwa instrumen yang digunakan dalam penelitian untuk memperoleh informasi yang digunakan dapat dipercaya sebagai alat pengumpulan data dan mampu mengungkap informasi yang sebenarnya dilapangan. Pengujian reabilitas menunjukkan suatu pengertian bahwa instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpulan data karena instrument tersebut sudah baik (Arikunto, 1999).

Pada penelitian ini, rentang skor dalam instrument menggunakan skala liker 1-5, oleh karena itu pengujian reliabilitas instrumen menggunakan rumus *Cronbach's Alpha*. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan bantuan *software IBM SPSS 20.0 for windows*. Adapun langkah-langkah uji reliabilitas yang dilakukan adalah sebagai berikut:

- a. Pengujian reliabilitas menggunakan pengelompokan data yang sama dengan uji validitas.
- b. Klik *analyze* → *scale* → *reliability analysis*

- c. Maka akan muncul jendela *reliability analysis*, lalu pindahkan variabel X kedalam kolom *items* dan pastikan model yang digunakan adalah “Alpha”. Lalu klik OK.
- d. *Output* reliabilitas variabel X akan muncul. Untuk variabel Y, gunakan langkah yang sama. Pada poin c, pindahkan hanya variabel Y ke dalam kolom *items*.

Keputusan uji reliabilitas ditentukan dengan ketentuan sebagai berikut:

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

Kelompok suatu dimensi dinyatakan reliabel jika koefisien reliabilitasnya lebih tinggi dari 0,70 (Kaplan & Saccuzo, 1993). Untuk menentukan keeratan hubungan bisa menggunakan kriteria Guilford (1956), yaitu :

Tabel 3. 7

Tabel Koefisien Korelasi nilai r

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
1,00	Hubungan yang sempurna
0,90 - < 1,00	Hubungan yang sangat erat
0,70 - < 0,90	Hubungan yang erat (reliabel)
0,40 - < 0,70	Hubungan yang cukup erat
0,20 - < 0,40	Hubungan yang kecil (tidak erat)
> 0,20	Hubungan yang sangat kecil dan bisa diabaikan

Sumber: Sugiyono (2013)

3.8.1.2 Hasil Uji Reliabilitas

Berdasarkan hasil perhitungan menggunakan metode *Cronbach's Alpha* yang dibantu oleh *software IBM SPSS 20.0 for Windows*, hasil uji reliabilitas kuesioner dari setiap variabel digambarkan pada tabel berikut ini:

Tabel 3. 8
Hasil Uji Reliabilitas Variabel X dan Y

No	Variabel	Nilai Cronbach Alpha	Koefisien reliabilitas minimal	Keterangan
1.	Kepuasan Pelanggan (X)	0,887	0,70	Reliabel
2.	Loyalitas Pelanggan (Y)	0,879	0,70	Reliabel

Sumber : Hasil Pengolahan Penulis (2019)

Dari tabel tersebut, dapat disimpulkan bahwa nilai *Cronbach Alpha* setiap variabel lebih besar dibandingkan dengan nilai koefisien reliabilitas minimal, dengan tingkat hubungan yang erat (interval koefisien 0,70 - < 0,90). Hasil pengujian ini menunjukkan bahwa instrumen penelitian dalam hal ini kuesioner sudah reliabel atau konsisten dan dapat diandalkan meskipun penelitian dilakukan berulang kali dengan instrumen penelitian yang sama.

3.9 Analisis Data

Analisis data merupakan upaya mengolah data menjadi suatu informasi dengan tujuan karakteristik data tersebut bisa dipahami dan bermanfaat bagi solusi dari permasalahan penelitian. Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan bahan-bahan lain, sehingga dapat mudah dipahami, dan temuannya dapat diinformasikan kepada orang lain (Sugiyono, 2013). Dalam penelitian ini, analisis

data dibantu oleh perangkat lunak *software IBM SPSS 25.0 for Windows* dan *Add-In* pada *Microsoft Excel*.

3.9.1 Analisis Data Deskriptif

Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif untuk menganalisis data yang telah terkumpul dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan objek yang diteliti melalui sampel atau populasi sebagaimana adanya dan membuat kesimpulan yang berlaku umum (Sugiyono, 2013). Pada penelitian ini, analisis deskriptif meliputi:

- a. Analisis deskriptif mengenai kepuasan pelanggan di Airbnb Kota Bandung
- b. Analisis deskriptif mengenai loyalitas pelanggan di Airbnb Kota Bandung

3.9.2 Garis Kontinum

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan garis kontinum untuk mengetahui di kategori mana variabel-variabel dalam penelitian ini berada. Penelitian ini menggunakan skala *likert*, dimana hasil dari skala tersebut merupakan data ordinal. Data ordinal kemudian diolah melalui proses pembuatan skoring kemudian digambarkan dengan tabel distribusi frekuensi. Kemudian nilai *numerical* yang diperoleh dianggap sebagai objek yang kemudian ditempatkan dalam interval dan dihitung frekuensi jawaban setiap kategorinya untuk menganalisis setiap pertanyaan dan indikator. Jenjang interval dihitung menggunakan rumus yang dikemukakan oleh Sudjana (2005), :

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

Setelah mengetahui skor jumlah indikator, skor tersebut diklasifikasikan dengan garis kontinum. Dengan hasil Nilai Jenjang Interval (NJI) meliputi: sangat baik, baik, cukup baik, buruk, ataupun sangat buruk dari suatu variabel. Berikut merupakan gambaran garis kontinum

Sangat Rendah	Rendah	Netral	Tinggi	Sangat Tinggi
------------------	--------	--------	--------	------------------

Gambar 3. 1 Garis Kontinum

Sumber: Sugiyono, 2013 dan Hasil Pengolahan Penulis (2019)

3.9.3 *Method of Successive Interval* (MSI)

Skala yang di gunakan pada penelitian ini adalah *ordinal scale* yaitu skala yang berbentuk peringkat yang menunjukkan suatu urutan preferensi/penilaian. Skala ordinal ini perlu di transformasi menjadi skala interval dengan menggunakan *method of successive interval*. Untuk melakukan transformasi data ini, penulis menggunakan bantuan *Add-In* pada Microsoft Excel.

3.10 Uji Asumsi Klasik

Dalam penelitian ini, penulis perlu melakukan uji asumsi klasik. Uji asumsi klasik dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah data penelitian ini dalam keadaan yang baik atau tidak adanya masalah-masalah asumsi klasik untuk selanjutnya dilakukan uji regresi. Dalam model regresi ini, ada beberapa syarat yang harus dipenuhi agar model peramalan yang dibuat menjadi valid sebagai alat peramalan. Ketika syarat-syarat tersebut terpenuhi, maka akan diperoleh model regresi yang terbaik, istilah yang digunakan dalam artian statistik adalah BLUE (*Best Linier Unbiased Estimator*) (Sulaiman, 2004). Sebelum melakukan analisis regresi linier berganda, perlu dilakukan sebuah uji aumsi klasik yang meliputi uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heterokedastisitas, dan ujiautokorelasi.

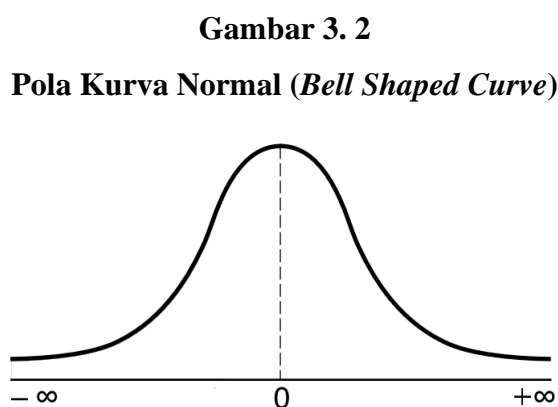
3.10.1 Uji Normalitas

Uji Normalitas digunakan untuk mengetahui apakah data berdistribusi normal atau tidak. Sebuah model regresi dapat dikatakan baik dan layak untuk sebuah uji statistik jika model regresi memiliki distribusi data yang normal atau mendekati normal. Uji normalitas dapat dilakukan

dengan uji satu sampel *Kolmogorov-Smirnov*. Dasar pengambilan keputusan bisa dilakukan berdasarkan probabilitas (*Asymptotic Significance*), yaitu (Santoso, 2010):

- a. Jika probabilitas $> 0,05$ maka data tersebut berdistribusi normal.
- b. Jika probabilitas $< 0,05$ maka data tersebut tidak berdistribusi normal.

Selain menggunakan uji satu sampel *Kolmogorov-Smirnov*, cara lain untuk mengetahui apakah data penelitian berdistribusi normal atau tidak adalah dengan menggunakan grafik histogram dan *probability plot* (*P-Plot*). Berdasarkan grafik histogram, data penelitian berdistribusi normal apabila kurva pada grafik mengikuti pola kurva normal sebagai berikut:



Sumber : <https://nidannss.wordpress.com/2013/11/10/pengantar-peluang-distribusi-normal-dan-kurva-normal/>

Selanjutnya, pengujian normalitas dengan *P-Plot* dilakukan dengan cara melihat titik-titik penyebaran data terhadap garis diagonal pada grafik *P-Plot*. Ketentuan dalam analisis *P-Plot* adalah sebagai berikut:

- a. Apabila data yang digambarkan dengan titik-titik menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.

- b. Apabila data yang digambarkan dengan titik-titik menyebar jauh dari garis diagonal dan atau tidak mengikuti garis diagonal, maka regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

3.10.2 Uji Multikolinieritas

Multikolinieritas merupakan salah satu syarat atau asumsi klasik dalam analisis regresi linier berganda yang harus dipenuhi. Uji multikolinieritas digunakan untuk menguji adanya korelasi antar variabel bebas atau variabel independen. Model regresi yang baik ditandai dengan tidak adanya korelasi antar variabel bebas (tidak terjadi multikolinieritas). Rumus yang digunakan dalam uji multikolinieritas digambarkan sebagai berikut (Santoso, 2012) :

$$VIF = \frac{1}{Tolerance} \quad \text{atau} \quad Tolerance = \frac{1}{VIF}$$

Uji multikolinieritas dapat diukur berdasarkan nilai *Tolerance* atau VIF dengan ketentuan sebagai berikut:

- a. Jika nilai *Tolerance* > 0,10 atau nilai VIF < 10 maka tidak terjadi multikolinieritas pada model regresi.
- b. Jika nilai *Tolerance* < 0,10 atau nilai VIF > 10 maka terjadi multikolinieritas pada model regresi.

3.10.3 Uji Heterokedastisitas

Uji Heteroskedastisitas merupakan uji yang menilai adanya ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi linear. Uji ini merupakan salah satu dari uji asumsi klasik yang harus dilakukan pada regresi linear. Apabila asumsi heteroskedastisitas tidak terpenuhi, maka model regresi dinyatakan tidak valid sebagai alat peramalan. Dengan kata lain uji heterokedastisitas digunakan untuk mengetahui adanya penyimpangan dari syarat-syarat asumsi klasik pada regresi linear, di mana dalam model regresi harus dipenuhi syarat tidak adanya heteroskedastisitas.

Untuk menguji ada atau tidaknya gejala heteroskedastisitas digunakan uji glejser dengan dasar pengambilan keputusan sebagai berikut:

1. Jika nilai Signifikansi $> 0,05$ maka tidak terjadi heteroskedastisitas
2. Jika nilai Signifikansi $< 0,05$ maka terjadi heteroskedastisitas

Pengujian heteroskedastisitas dilakukan dengan mengamati grafik *scatter plot* pada *output* SPSS, dengan ketentuan sebagai berikut (Priyatno, 2009)

1. Jika titik-titiknya membentuk pola tertentu yang teratur maka diindikasikan terdapat masalah heteroskedastisitas
2. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titiknya menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka diindikasikan tidak terdapat masalah heteroskedastisitas

3.10.4 Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi digunakan untuk menguji suatu model apakah antara variabel pengganggu masing-masing variabel bebas saling mempengaruhi. Model regresi yang baik dapat diketahui dengan tidak adanya gejala autokorelasi. Untuk mengetahui ada atau tidaknya autokorelasi, maka dilakukan uji *Durbin-Watson* (D-W) dengan dasar pengambilan keputusan sebagai berikut:

Tabel 3. 9
Ketentuan Uji Statistik *Durbin-Watson*

Nilai Statistik d	Hasil
$0 < d < dL$	Terdapat autokorelasi positif
$dL \leq d \leq dU$	Tidak ada keputusan
$dU \leq d \leq 4 - dU$	Tidak terdapat autokorelasi positif/negative
$4 - dU \leq d \leq 4 - dL$	Tidak ada keputusan
$4 - dL \leq d \leq 4$	Terdapat autokorelasi negatif

Sumber: Ghozali (2009)

3.11 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis Regresi Linier Berganda merupakan model regresi yang melibatkan lebih dari satu variabel bebas atau prediktor dan melihat pengaruh yang signifikan terhadap suatu variabel terikat. Analisis regresi linier berganda merupakan suatu teknik analisis yang digunakan untuk memprediksikan perubahan nilai variabel terikat apabila variabel bebas berubah dan digambarkan dengan rumus berikut (Sugiyono, 2011):

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \dots + b_nX_n$$

Keterangan:

Y = Variabel terikat

a = Bilangan konstanta

b = Koefisien arah garis (nilai koefisien regresi)

X = Variabel bebas

Dalam penelitian ini analisis regresi berganda dilakukan untuk menguji pengaruh X_1 (kepuasan terhadap kualitas produk), X_2 (kepuasan terhadap kualitas pelayanan), X_3 (kepuasan emosional), X_4 (kepuasan harga), dan X_5 (kepuasan terhadap kemudahan) terhadap Y (loyalitas pelanggan).

3.12 Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis akan dibantu dengan *software* IBM SPSS 25.0 for Windows.

3.12.1 Uji Simultan (Uji F)

Uji F dilakukan untuk mengetahui pengaruh dari dua atau lebih variabel bebas terhadap variabel terikat secara simultan atau bersama. Untuk mengetahui nilai F hitung digunakan rumus sebagai berikut:

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

Keterangan :

R^2 = Koefisien korelasi ganda yang telah ditentukan

k = Banyaknya variable bebas

n = Ukuran sampel

F = F_{hitung} yang selanjutnya dibandingkan dengan $F_{tabel} = F(k ; n - k)$

Setelah mendapat nilai F hitung dan F tabel, maka bandingkan kedua nilai tersebut dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka variabel bebas secara simultan berpengaruh terhadap variabel terikat (H_a diterima, H_o ditolak).
2. Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka variabel bebas secara simultan tidak berpengaruh terhadap variabel terikat (H_a ditolak, H_o diterima).

Selain dengan membandingkan nilai F hitung dan F tabel, uji F dapat dilakukan dengan membandingkan nilai signifikansi (Sig.) yang diperoleh dari hasil pengolahan data menggunakan SPSS dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Jika nilai Sig. $< 0,05$ maka variabel bebas secara simultan berpengaruh terhadap variabel terikat (H_a diterima, H_o ditolak)
2. Jika nilai Sig. $> 0,05$ maka variabel bebas secara simultan tidak berpengaruh terhadap variabel terikat (H_a ditolak, H_o diterima).

3.12.2 Uji Parsial (Uji T)

Uji T dilakukan untuk mengetahui pengaruh secara parsial variabel bebas yaitu kepuasan pelanggan terhadap variabel terikat yaitu loyalitas pelanggan. Dasar pengambilan keputusan berdasarkan angka signifikan, dimana tingkat signifikan dapat ditentukan dengan melakukan uji dua pihak. Untuk menguji diterima atau ditolak hipotesis, maka dilakukan dengan cara pengujian satu pihak dengan tingkat signifikan = 5% ($\alpha = 0,05$). Uji T dapat dilakukan dengan rumus distribusi *student* sebagai berikut (Sugiyono, 2013):

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

Keterangan :

t = Distribusi *student* (t_{hitung})

r = Koefisien korelasi

n = Jumlah data

Dari hasil hipotesis t_{hitung} dibandingkan dengan t_{tabel} dengan ketentuan uji kriteria untuk hipotesis yang diajukan adalah :

1. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ pada $\alpha = 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima (berpengaruh).
2. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ pada $\alpha = 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak (tidak berpengaruh).

Selain dengan membandingkan nilai t hitung dan t tabel, uji t dapat dilakukan dengan membandingkan nilai signifikansi yang diperoleh dari hasil pengolahan data menggunakan *SPSS* dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Apabila nilai Sig. < 0,05 maka variabel bebas secara simultan berpengaruh terhadap variabel terikat (H_a diterima, H_0 ditolak)
2. Apabila nilai Sig. > 0,05 maka variabel bebas secara simultan tidak berpengaruh terhadap variabel terikat (H_a ditolak, H_0 diterima).

3.12.3 Uji Koefisien Determinasi

Setelah koefisien korelasi diketahui, maka selanjutnya adalah menghitung koefisien determinasi. Uji koefisien determinasi untuk mengetahui besarnya presentase kontribusi variabel kepuasan pelanggan (X) terhadap variabel loyalitas pelanggan (Y) dengan rumus koefisien determinasi (KD) yaitu :

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

Keterangan :

KD = Koefisien determinasi

r = Koefisien korelasi

Kriteria untuk analisis koefisien determinasi adalah :

1. Jika Kd mendekati nol (0), maka pengaruh variabel independent (X) terhadap variabel dependent (Y) lemah.
2. Jika kd mendekati satu (1), berarti pengaruh variabel independent (X) terhadap variabel dependent (Y) kuat.

Adapun tabel pedoman interpretasi nilai koefisien determinasi dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 3. 10
Pedoman Koefisien Determinasi

Interval Koefisien	Tingkat Pengaruh
0,00 – 0,199	Sangat Lemah
0,20 – 0,399	Lemah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 7,99	Kuat
0,80 – 1,00	Sangat Kuat

Sumber : Sugiyono (2012)