

BAB III

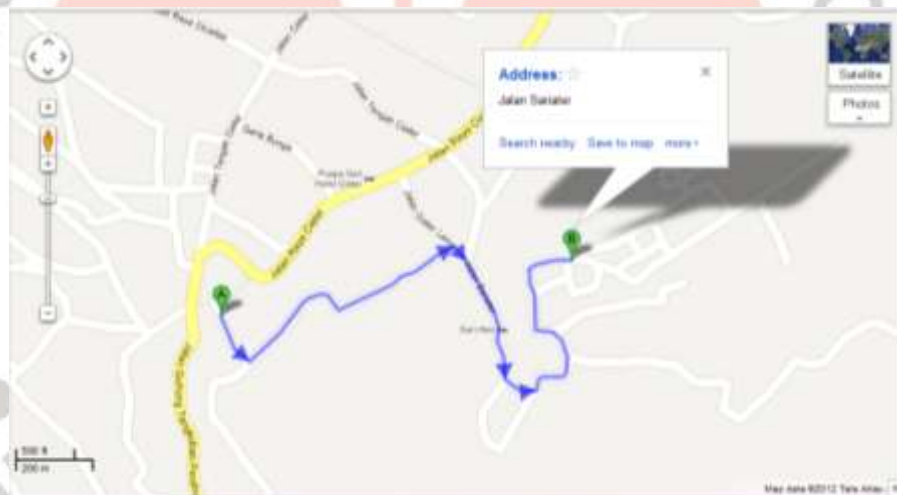
METODE PENELITIAN

A. Lokasi dan Populasi Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Lokasi Penelitian ini dilakukan di Villa Sari Alam Hotspring Resort Jl Raya Ciater, Jalan Cagak, Kabupaten Subang. Telepon : (0260) 748 3005. Email : villasarialam@yahoo.com. Website : www.villasarialam.com

Gambar 3.1
Lokasi Villa Sarialam Hotspring Resort



Sumber : Google Maps, 2012

2. Populasi dan Sampel

Pengumpulan dan analisis data yang dilakukan, langkah pertama yang sangat penting adalah menentukan populasi terlebih dahulu. Menurut Sugiyono (2010:80), populasi adalah “Wilayah generalisasi yang terdiri atas: objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan untuk

dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”. Populasi pada penelitian ini adalah seluruh subyek dan objek yang berpengaruh dalam penilaian Citra Merek dan Kepuasan Villa Sari Alam Hotspring Resort terhadap Loyalitas tamu, yaitu tamu Villa Sari Alam Hotspring Resort.

Menurut Sugiyono (2008 : 73) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sedangkan menurut Asep Hermawan (2006:145) sampel merupakan bagian (*subset*) dari populasi, hal ini mencakup sejumlah anggota yang dipilih dari populasi. Sampel dalam penelitian ini ialah tamu yang menginap di Villa Sari Alam Hotspring Resort.

Pengumpulan sampel responden menggunakan teknik *purposive sampling* yaitu pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2007: 54). Pertimbangan tersebut yaitu para tamu loyal yang sudah dua kali datang atau lebih ke Villa Sari Alam Hotspring Resort.

Bila populasi besar, dan penelitian tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang di ambil dari populasi tersebut. Dengan demikian, sebagian elemen dari populasi merupakan sampel. Dengan pengambilan sampel dari populasi total tingkat kunjungan tamu yang menginap pada tahun 2011 seperti yang ada dalam penjelasan tabel 3.1 dibawah ini.

Tabel 3.1
Data Kunjungan Wisatawan di Villa Sari Alam Hotspring Resort

BULAN	TAHUN
	2011
JANUARI	199
FEBRUARI	173
MARET	125
APRIL	212
MEI	282
JUNI	285
JULI	226
AGUSTUS	120
SEPTEMBER	165
OKTOBER	143
NOVEMBER	159
DESEMBER	315
JUMLAH	2404

Sumber: Sari Alam, 2012

Agar diperoleh sampel yang *representative* atau mewakili agar diupayakan setiap subyek dalam populasi mempunyai peluang yang sama untuk menjadi sampel. Mengemukakan bahwa untuk menghitung besarnya ukuran sampel dengan metode acak sistematis ini dapat dilakukan dengan menggunakan teknik *slovin*, Husain Umar (2002:59), dengan rumus :

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

Keterangan :

n = ukuran sampel

N = ukuran populasi (total tingkat kunjungan)

e = presentase kelonggaran ketelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditolelir. (e=0,1)

Berdasarkan teknik tersebut maka jumlah sampel yang di ambil dalam penelitian ini adalah :

$$n = \frac{2404}{1+2404(0.1)^2} \quad n = 99.95 \approx 100$$

Berdasarkan perhitungan di atas, dapat diketahui bahwa jumlah sampel yang akan diteliti adalah sebanyak 96 responden.

B. Metode Penelitian

Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Sugiyono (2008:2). Metode yang dipaparkan pada penelitian ini bersifat deskriptif, yaitu metode penelitian yang bertujuan membuat deskripsi atas suatu fenomena sosial/alam secara sistematis, faktual, dan akurat (Waryadinata, 2006: 5). Penelitian deskriptif pada umumnya dilakukan dengan tujuan utama, yaitu menggambarkan secara sistematis fakta dan karakteristik objek dan subjek yang diteliti secara tepat.

Berdasarkan penjelasan dan bidang penelitian, maka jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif dan verifikatif. Penelitian ini akan diuji seberapa jauh pengaruh citra merek dan kepuasan terhadap loyalitas pelanggan di Villa Sari Alam Hotspring Resort. Dengan menggunakan metode penelitian deskriptif ini, maka dapat diperoleh deskripsi mengenai

- a. Gambaran Citra Merek di Villa Sari Alam Hotspring Resort.
- b. Gambaran Kepuasan tamu di Villa Sari Alam Hotspring Resort.
- c. Gambaran Loyalitas tamu di Villa Sari Alam Hotspring Resort.

Penelitian verifikatif adalah “penelitian yang membandingkan keberadaan satu variabel atau lebih pada dua atau lebih sampel yang berbeda, atau pada waktu yang berbeda”. Sugiyono (2008:36)

Berdasarkan pada pengertian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kebenaran fenomena yaitu pengaruh variabel bebas atau variabel eksogen yaitu untuk mengetahui sejauh mana pengaruh Citra Merek dan Kepuasan terhadap Loyalitas konsumen di Villa Sari Alam Hotspring Resort . Penelitian ini digunakan untuk mengkaji kebenaran dari hipotesis melalui pengumpulan data lapangan. Dalam hal ini akan dilakukan melalui penyebaran angket terhadap konsumen Villa Sari Alam Hotspring Resort.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif survey dan metode explanatory survey. Menurut Kerlinger dalam buku Sugiyono (2008,11) mengatakan bahwa metode *deskriptif survey* dan metode *explanatory survey* merupakan metode penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil, tetapi data yang dipelajari adalah data dari sampel yang di ambil dari populasi tersebut, sehingga ditemukan deskripsi dan hubungan-hubungan antar variabel.

Dalam penelitian yang menggunakan metode ini, informasi dari sebagian populasi dikumpulkan langsung di tempat kejadian secara empirik dengan tujuan untuk mengetahui pendapat dari sebagian populasi atau sampel terhadap objek yang sedang diteliti.

C. Variabel Operasional

Menurut Ulber Silalahi (2009:201), variabel operasional merupakan kegiatan mengurai variabel menjadi sejumlah variabel operasional atau variabel empiris (indikator item) yang merujuk langsung pada hal-hal yang dapat diminati atau diukur. Berdasarkan judul “pengaruh Citra Merek dan Kepuasan terhadap Loyalitas konsumen di Sari Alam Villa Resort Subang”, terdapat tiga variabel yang akan di analisis, yaitu:

1. Variabel Independen/Bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen. Terdapat dua variabel independen dalam penelitian ini, yakni citra merek (X_1) dan kepuasan tamu (X_2).
2. Variabel Dependen/Terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel independen. Dalam penelitian ini yang dijadikan sebagai variabel dependen adalah loyalitas konsumen (Y).

Penelitian ini dapat diukur dengan kuantitas konsumen yang mengacu kepada Citra Merek dan Kepuasan di Villa Sari Alam Hotspring Resort. Penelitian ini menggunakan skala ordinal dikarenakan data yang ada pada penelitian ini merupakan data ordinal. Skala ordinal merupakan suatu skala dimana data ordinal adalah data yang berjenjang atau berbentuk peringkat, tidak hanya menyatakan peringkat katagori tapi menyatakan peringkat katagori tersebut. Peringkat tersebut menunjukkan suatu urutan penilaian atau tingkat prefensi (Asep Hermawan 2006:124).

Secara lebih rinci operasionalisasi masing-masing variabel itu dapat terlihat dalam tabel :

Tabel 3.2
Operasional Variabel Penelitian

Variabel/ Sub Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
Variabel (X ₁) Citra Merek Keller (2008:56)	1. <i>Favorability of brand association</i> (keuntungan dari asosiasi merek)	a. Tingkat alasan menginap karena lebih baik dibandingkan dengan villa sejenis	Ordinal
		b. Tingkat fasilitas yang ditawarkan villa sesuai dengan yang dibutuhkan tamu	Ordinal
		c. Tingkat pelayanan yang ditawarkan villa sesuai dengan yang dibutuhkan tamu	Ordinal
	2. <i>Strenght of brand association</i> (Kekuatan dari asosiasi merek)	a. Kuatnya nama merek di pikiran tamu	Ordinal
		b. Paket promosi yang ditawarkan menarik	Ordinal
		c. aksesibilitas mendominasi keputusan berkunjung	Ordinal
	3. <i>Uniqueness of brand</i> (keunikan dari asosiasi merek)	a. Keunikan fasilitas yang dimiliki oleh villa	Ordinal
		b. Keunikan informasi website yang dimiliki oleh villa	Ordinal
		c. Keunikan desain interior yang dimiliki villa	Ordinal

Variabel (X ₂) Kepuasan Tamu Lupiyoadi (2001)	1.Kualitas produk	Fasilitas yang dimiliki Villa sudah dapat memenuhi kebutuhan tamu	Ordinal
	2.Kualitas Pelayanan	Pelayanan yg diberikan Villa sesuai dengan yang diharapkan tamu	Ordinal
	3.Emosional	Ada kebanggaan tersendiri yang dirasakan tamu setelah menginap di Villa SariAlam	Ordinal
	4.Harga	Penawaran harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas yang diberikan	Ordinal
	5.Biaya	Transaksi dan pelayanan sudah efisien	Ordinal
Variabel Y (Loyalitas Tamu) Griffin (2009:243)	1. <i>Repeat</i>	a.Melakukan pembelian secara teratur	Ordinal
		b.keinginan menggunakan fasilitas selain kamar	Ordinal
	2. <i>Retention</i>	Tidak tertarik untuk menginap di Villa lain yang sejenis	Ordinal
	3. <i>Refferal</i>	a.Merefrensikan kepada orang lain	Ordinal
		b.Memberikan informasi baik tentang Villa	Ordinal
		c.Memberitahukan kepada Villa apabila terjadi kesalahan	Ordinal

Sumber : Diolah Peneliti, 2012

D. Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian

Teknik pengumpulan data dalam melaksanakan penelitian, perlu menggunakan instrumen atau alat yang dapat digunakan sebagai pengumpul data agar data yang diperoleh lebih akurat. Pengumpulan data atau informasi merupakan prosedur dan prasyarat bagi pelaksanaan pemecahan masalah penelitian. Pengumpulan data ini diperlukan cara-cara dan teknik tertentu sehingga data dapat dikumpulkan dengan baik.

Teknik pengumpulan data merupakan “langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data”. Sugiyono (2008:224).

Data dapat diartikan sebagai suatu fakta yang digambarkan lewat angka, simbol, kode, dan lain-lain”. Teknik pengumpulan data sekunder yaitu, teknik pengumpulan data dengan metode kuantitatif karena penelitian yang dilakukan adalah penelitian yang menekankan analisisnya pada data-data *numeric* (angka) dan menggunakan rumus dengan statistik dalam bentuk persentase.

Untuk mengumpulkan data yang diperlukan dalam membahas permasalahan penelitian ini maka penulis menggunakan beberapa alat yang dapat digunakan sebagai pengumpul data sebagai berikut :

1. Observasi

Penulis melakukan pengamatan langsung ke lapangan (mengamati kegiatan perusahaan) di Villa Sari Alam Hotspring Resort yang berhubungan masalah yang diteliti yaitu Citra Merek dan Kepuasan terhadap Loyalitas tamu.

2. Wawancara

Wawancara adalah suatu percakapan, tanya jawab lisan antara dua orang lebih dan diarahkan pada suatu masalah. Hal ini dilakukan secara bebas dan terbuka dengan menggunakan pedoman wawancara. Wawancara dilakukan melalui tanya jawab dengan pihak terkait yang berhubungan dengan permasalahan yang diteliti. Dalam hal ini dapat membantu penulis dalam melengkapi data yang dibutuhkan.

3. Studi Literatur

Studi literatur yaitu teknik pengumpulan data dengan cara mempelajari buku, makalah, majalah ilmiah, dan lain-lain, guna memperoleh informasi yang berhubungan dengan teori-teori dan konsep-konsep yang berkaitan dengan masalah penelitian.

4. Kuesioner

Dilakukan dengan menyebarkan seperangkat daftar pertanyaan tertulis kepada responden (sampel penelitian). Responden hanya tinggal memilih alternatif jawaban yang telah disediakan dengan mengisi masing-masing alternatif jawaban yang di anggap paling sesuai. Dalam kuesioner ini penulis mengemukakan beberapa pertanyaan yang mencerminkan pengukuran indikator dari variabel (X_1) citra merek variabel dan (X_2) kepuasan terhadap (Y) loyalitas konsumen.

Jenis instrumen yang digunakan dalam kuesioner/angket merupakan instrumen yang bersifat tertutup. Instrumen tertutup yaitu seperangkat daftar pertanyaan yang sudah disediakan jawabannya sehingga responden tinggal

memilih. Responden hanya membubuhkan tanda pada alternatif jawaban yang dianggap paling tepat yang telah disediakan . Sugiono (2002:128).

Adapun langkah-langkah dalam penyusunan angket adalah sebagai berikut:

1. Menyusun kisi-kisi kuesioner atau daftar pertanyaan
2. Merumuskan item-item pertanyaan dan alternatif jawabannya. Jenis instrumen yang digunakan dalam kuesioner merupakan instrumen yang bersifat tertutup, yaitu seperangkat daftar pertanyaan tertulis dan disertai dengan alternatif jawaban yang telah disediakan, sehingga respondennya banyak memilih jawaban yang tersedia.
3. Menetapkan pemberian skor untuk setiap item pertanyaan. Pada penelitian ini setiap pendapat responden atas pernyataan diberi nilai dengan skala likert.

Tabel 3.3
Alternatif Jawaban Berdasarkan Skala Likert

Alternatif Jawaban	Pilihan Jawaban	Bobot
A	Sangat Baik/Sangat setuju/Iya	5
B	Baik/Setuju/Mungkin	4
C	Cukup/Biasa Saja/Ragu-ragu	3
D	Buruk/Tidak setuju/Tidak	2
E	Sangat Buruk/Sangat tidak setuju/Tidak sama sekali	1

Sumber : Diolah peneliti, 2012

Setelah data yang diperoleh dari responden melalui kuesioner terkumpul, langkah selanjutnya adalah mengolah dan menafsirkan data data sehingga dari hasil tersebut dapat dilihat apakah terdapat pengaruh Citra Merek dan Kepuasan tamu terhadap Loyalitas tamu di Villa Sari Alam Hotspring Resort.

Setelah mendapatkan hasil dari kuesioner atau angket yang disebarakan kepada responden, maka langkah berikutnya yang dilakukan dalam pengolahan data sebagai berikut :

1. Editing, yaitu pemeriksaan kembali seluruh kuesioner/angket yang masuk dengan melihat apakah ada kesalahan atau tidak.
2. Tabulasi, yaitu semua jawaban diubah menjadi bentuk angka, lalu hasilnya dijumlahkan

Hasil data yang diperoleh dari lapangan berdasarkan variabel-variabel yang telah dioperasionalkan akan dianalisis secara deskriptif dengan cara pemberian skor pada setiap pertanyaan. Teknik analisis dan standar penilaian yang akan dilakukan adalah menentukan bobot penilaian dari setiap alternatif jawaban kuesioner/angket. Penetapan jumlah skor pada setiap jawaban responden diberi nilai dengan skala likert yaitu 1 sampai dengan 5 sesuai jawaban yang diberikan.

Hasil olahan skala akan di sajikan seperti contoh tabel dibawah ini, 96 adalah jumlah total sampel responden yang dibutuhkan, sedangkan skor total 351 merupakan hasil olahan dari alternatif jawaban dikalikan bobot sesuai skala likert.

Tabel 3.4
Contoh Tabel Hasil Olahan

No	Pernyataan	5	4	3	2	1	Jumlah	Skor Total	Skor Ideal
1	Fitur handphone Nokia menjadi data tarik utama dibandingkan handphone yang lain	13	38	44	1	0	96	351	480
		13,5%	39,6%	45,8%	1,0%	0,0%	100,0%	73,1%	
Total Skor								1044	
Persentase Skor								73,1%	

Sumber : Diolah peneliti, 2013

Total skor diatas di presentasikan menjadi sebuah angka, setelah itu disajikan kepada sebuah garis kontinum seperti gambar dibawah ini.



Gambar 3.2

Contoh Garis Kontinum

Sumber : Diolah peneliti, 2013

Kategori gambaran kriteria diatas disesuaikan dengan skala likert sebelumnya, dimana pembagian kategori sesuai persentasi angka yang didapat.

E. Teknik Pengolahan Data

Pengolahan data dilakukan untuk mengetahui lebih jauh mengenai besarnya pengaruh citra merek dan kepuasan terhadap tingkat loyalitas konsumen. Langkah-langkah yang dilakukan dalam pengolahan data adalah sebagai berikut :

1. Pengujian Validitas dan Reabilitas

Data mempunyai kedudukan paling tinggi dalam penelitian karena data merupakan gambaran variabel yang diteliti dan fungsinya sebagai pembentukan hipotesis. Oleh karena itu benar tidaknya data tergantung dari baik tidaknya instrument pengumpulan data. Instrument yang baik harus memenuhi dua persyaratan penting yaitu valid dan realibel.

a. Pengujian Validitas

Uji validitas adalah untuk mengetahui tepat tidaknya angket yang tersebar. Hasil penelitian yang valid merupakan hasil penelitian yang terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek yang diteliti. Validitas merupakan “derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek penelitian dengan data yang dapat dilaporkan oleh peneliti”. Sugiyono (2008:445).

Suatu instrument yang valid atau sah mempunyai validitas yang tinggi. Sebaliknya instrument yang kurang berarti memiliki validitas yang rendah. Sebuah instrument dikatakan valid apabila dapat mengungkap data dari variabel yang diteliti secara tepat. Tinggi rendahnya validitas instrumen

menunjukkan sejauh mana data yang terkumpul tidak menyimpang dari gambaran tentang validitas yang dimaksud.

Adapun rumus yang dapat digunakan untuk menguji validitas adalah rumus korelasi produk moment yang dikemukakan oleh Pearson berikut :

$$r = \frac{n(\sum XY) - (\sum X \sum Y)}{\sqrt{[n(\sum X^2) - (\sum X)^2][n(\sum Y^2) - (\sum Y)^2]}}$$

(Suharsimi Arikunto, 2009:146)

Keterangan :

r_{xy} = Koefisien Korelasi X dan Y

X = Skor yang diperoleh subjek dari seluruh item

Y = Skor total

$\sum X$ = Jumlah skor dalam distribusi X

$\sum Y$ = Jumlah skor dalam distribusi Y

$\sum X^2$ = Jumlah Kuadrat dalam skor distribusi X

$\sum Y^2$ = Jumlah Kuadrat dalam skor distribusi Y

n = Banyaknya responden

Keputusan pengujian validitas responden menggunakan taraf signifikansi sebagai berikut :

- a. Item pertanyaan-pertanyaan responden penelitian dikatakan valid jika rhitung lebih besar atau sama dengan rtabel ($r_{hitung} \geq r_{tabel}$).
- b. Item pertanyaan-pertanyaan responden penelitian dikatakan tidak valid jika rhitung lebih kecil dari tabel ($r_{hitung} < r_{tabel}$).

b. Pengujian Reabilitas

Uji reabilitas merupakan suatu ukuran untuk menentukan apakah suatu instrumen dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpulan data, karena instrumen tersebut sudah baik. Realibel berarti dapat dipercaya. Jadi, reabilitas menunjukkan tingkat keterlaksanaan sesuatu. (Arikunto, 2009:145).

Pengujian reliabilitas penelitian ini menggunakan reliabilitas internal dengan rumus Cronbach Alpha dikarenakan instrumen pertanyaan kuesioner yang dipakai merupakan tentang beberapa nilai dalam hal ini menggunakan 1 sampai dengan 5. Menurut Anderson, dalam Uma Sekaran (2006:177)

Cronbach alpha adalah koefisien keandalan yang menunjukkan seberapa baik item dalam suatu kumpulan secara positif berkorelasi satu sama lain. Cronbach alpha dihitung dalam rata-rata interkorelasi antar item yang mengukur konsep. Semakin dekat cronbach alpha dengan 1, semakin tinggi keandalankonsistensi internal. Rumus Cronbach Alpha adalah sebagai berikut :

$$Ca = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right]$$

(Suharismi Arikunto, 2009)

Keterangan :

Ca : Cronbach Alpha (reabilitas instrumen)

k : Banyaknya butir pertanyaan

$\sum \sigma_b^2$: Jumlah varians butir

σ_t^2 : Varians total

Sedangkan rumus variansinya adalah sebagai berikut :

$$\sigma_t^2 = \frac{\sum x^2 - \left[\frac{(\sum X)^2}{n} \right]}{n}$$

(Suharismi Arikunto, 2009)

keterangan :

σ_t^2 : Varians total

$\sum X$: Jumlah skor item

$\sum X^2$: Jumlah skor item dikuadratkan

n : Jumlah responden

Koefisien Cronbach Alpha (Ca) merupakan statistik yang paling umum digunakan untuk menguji reliabilitas suatu instrumen penelitian. Suatu instrumen penelitian diindikasikan memiliki tingkat reliabilitas memadai jika koefisien Alpha Cronbach lebih besar atau sama dengan 0,07 (Hair, anderson, Tatham&Black, 1998:88

c. Hasil Uji Validitas Reliabilitas

Untuk memastikan instrument penelitian reliabel dan valid maka kusioner harus di uji sebelumnya. Apabila koefisien validitas > 0.361 maka dapat dikatakan Valid. Dan Apabila koefisien Reliabilitas > 0.7, maka dapat dikatakan Reliabel.

Hasil olahan data tabel dibawah ini diambil dari 30 responden yang telah disebar, setelah diolah dan di uji dari 20 item pertanyaan yang di

berikan, semua valid dan reliabel. Maka tidak ada item pertanyaan yang harus dihilangkan di kusioner tersebut.

Tabel 3.5
Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Variabel	Pertanyaan	Koefisien Validitas	Titik Kritis	Keterangan	Koefisien Reliabilitas	Titik Kritis	Keterangan
Citra Merek (X1)	p1	0.479	0.361	valid	0.796	0.7	Reliabel
	p2	0.708	0.361	valid			
	p3	0.601	0.361	valid			
	p4	0.506	0.361	valid			
	p5	0.834	0.361	valid			
	p6	0.747	0.361	valid			
	p7	0.461	0.361	valid			
	p8	0.636	0.361	valid			
	p9	0.686	0.361	valid			
Kepuasan (X2)	p10	0.641	0.361	valid	0.812	0.7	Reliabel
	p11	0.684	0.361	valid			
	p12	0.847	0.361	valid			
	p13	0.768	0.361	valid			
	p14	0.817	0.361	valid			
Loyalitas Konsumen (Y)	p15	0.583	0.361	valid	0.760	0.7	Reliabel
	p16	0.907	0.361	valid			
	p17	0.590	0.361	valid			
	p18	0.754	0.361	valid			
	p19	0.772	0.361	valid			
	p20	0.486	0.361	valid			

Sumber : Hasil Pengolahan Data Menggunakan *Software spss 17,0,2013*

F. Teknik Analisis Data

Setelah peneliti mendapatkan seluruh data yang dibutuhkan untuk penelitian ini, maka untuk tahap selanjutnya data-data tersebut yang berupa hasil laporan loyalitas konsumen yang diperoleh dari angket akan dianalisis dengan menggunakan “Statistik deskriptif”. Dalam arti sempit, statistik berarti data ringkasan berbentuk angka (kuantitatif). Statistik Loyalitas Konsumen, misalnya

adalah data atau keterangan berbentuk angka ringkasan mengenai Loyalitas Konsumen (persentase per tahun).

Dalam arti luas, statistik berarti suatu ilmu yang mempelajari cara pengumpulan, pengolahan/pengelompokan, penyajian tabel, grafik, diagram lingkaran, pictogram, perhitungan desil, presentase. Pengertian ini merujuk pada istilah statistik yang biasanya diterjemahkan dengan istilah statistika.

Deskriptif adalah metode statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi. Sedangkan verifikatif adalah “penelitian yang membandingkan keberadaan satu variabel atau lebih pada dua atau lebih sampel yang berbeda, atau pada waktu yang berbeda”. Sugiyono (2008:36). Analisis disini menggambarkan tentang membandingkan keberadaan suatu Citra Merek dan kepuasan yang dapat mempengaruhi tingkat loyalitas konsumen di Villa Sari Alam hotspring Resort. Analisis statistik tersebut menggunakan teknik analisis beserta tahapan-tahapannya seperti berikut:

1. Teknik Analisis Regresi Linieritas Berganda

Analisis kuantitatif dengan regresi berganda untuk mengetahui besarnya pengaruh secara kuantitatif dari suatu perubahan kejadian (variabel X) atau lebih terhadap kejadian lainnya (variabel Y). Dalam penelitian ini, analisis regresi berganda berperan sebagai teknik statistik yang digunakan untuk menguji ada tidaknya pengaruh citra merek dan kepuasan terhadap loyalitas konsumen.

Analisis regresi menggunakan rumus persamaan regresi berganda seperti yang dikutip dalam Sugiyono (2010:277), yaitu:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \varepsilon$$

Dimana :

Y = Loyalitas konsumen

X₁ = Citra merek

X₂ = Kepuasan

β_0 = Konstanta

β_1, β_2 = Koefisien Regresi

e = standar *error*

a. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah untuk menentukan apakah sampel data tersebut berdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas distribusi data dalam penelitian ini menggunakan Uji *Kolmogorov-Smirnov*. Untuk itu penulis melakukan uji normalitas kedua variabel tersebut dengan menggunakan bantuan *software SPSS 17,0 for Window*. Uji *Kolmogorov-Smirnov* berdasar pada kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut:

a. Jika nilai probabilitas <0,05 maka distribusi normal

b. Jika nilai probabilitas >0,05 maka distribusi tidak normal

H₀ : Data berasal dari populasi yang berdistribusi normal

H_a : Data berasal dari populasi yang tidak berdistribusi normal

$\alpha = 5$

Kriteria Uji : 1. Terima H_0 jika $p\text{-value (sig)} > 0,05$

2. Tolak H_0 jika $p\text{-value (sig)} \leq 0,05$

Tabel 3.6
Hasil Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	2,74828310
Most Extreme Differences	Absolute	,133
	Positive	,133
	Negative	-,084
Kolmogorov-Smirnov Z		1,329
Asymp. Sig. (2-tailed)		,058

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber : Hasil Penelitian, 2013

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat bahwa $p\text{-value (sig)}$ bernilai 0,058. Karena nilai $p\text{-value (sig)} > 0,05$, maka H_0 diterima. Artinya, data tersebut berasal dari populasi yang berdistribusi normal. Oleh karena itu, data tersebut memenuhi asumsi normalitas.

b. Uji Multikolinearitas

Uji Mutikolineritas bertujuan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya koreasi antar variabel bebas (Imam Ghozali). Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinearitas di dalam model regresi adalah

dengan Menganalisa matrik korelasi variabel bebas jika terdapat korelasi antar variabel bebas yang cukup tinggi (lebih besar dari 0,1) hal ini merupakan indikasi adanya multikolinearitas.

Tabel 3.7
Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Citra merek	,805	1,242
	Kepuasan	,805	1,242

Dari tabel diatas diketahui bahwa nilai *tolerance value* kedua variabel bebas lebih besar dari 0,1 dan nilai VIF masing-masing variabel lebih kecil dari 10. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa pada data tersebut tidak terjadi pelanggaran asumsi multikolinearitas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Salah satu cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas itu dengan melihat grafik plot antara nilai prediksi dengan residualnya.

Ho : Korelasi tidak signifikan (tidak terjadi heteroskedastisitas)

Ha : Korelasi signifikan (terjadi heteroskedastisitas)

$\alpha = 5\%$

Kriteria Uji : 1. Terima Ho jika p-value (sig) $> 0,05$

2. Tolak Ho jika p-value (sig) $\leq 0,05$

Hasil pengujian heteroskedastisitas disajikan pada tabel berikut :

Tabel 3.8
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Correlations

			Unstandardized Residual
Spearman's rho	Citra merek	Correlation Coefficient	,021
		Sig. (2-tailed)	,833
		N	100
	Kepuasan	Correlation Coefficient	,050
		Sig. (2-tailed)	,624
		N	100

Dari tabel diatas tampak bahwa p-value (sig) untuk kedua variabel bebas lebih besar dari 0,05, maka Ho diterima. Artinya korelasi tidak signifikan, sehingga dapat disimpulkan tidak terdapat pelanggaran asumsi heteroskedastisitas pada variabel-variabel tersebut.

d. Uji Linearitas

Uji linieritas ini melalui hipotesis nol (H0) bahwa regresi linier melawan hipotesis tandingan bahwa regresi tidak linier. Untuk itu penulis melakukan uji linieritas

untuk kedua variabel tersebut dengan menggunakan *software SPSS 17,0 for Window*. Selanjutnya membandingkan nilai *Probably value* terhadap α dengan derajat kebebasan (dk) = $n - 2$ untuk tingkat signifikansi (α) = 5%

- a. Jika nilai *Probably Value* > α maka H0 ditolak dan H1 diterima
- b. Jika nilai *Probably Value* < α maka H0 diterima dan H1 ditolak

Tabel 3.9
Hasil Uji Linieritas Citra Merek terhadap Loyalitas

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Loyalitas konsumen * Citra merek	Between Groups	(Combined)	1269,604	61	20,813	23,159	,000
		Linearity	302,081	1	302,081	336,130	,000
		Deviation from Linearity	967,522	60	16,125	17,943	,000
	Within Groups		34,151	38	,899		
	Total		1303,754	99			

Sumber : Hasil Penelitian, 2013

Dari tabel dapat dilihat bahwa nilai probability (p-value) adalah 0,000, lebih kecil dibandingkan 0,05, artinya hubungan antara citra merek dengan loyalitas tidak linier.

Tabel 3.10
Hasil Uji Linieritas Kepuasan terhadap Loyalitas

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Loyalitas konsumen * Kepuasan	Between Groups	(Combined)	1008,512	40	25,213	5,038	,000
		Linearity	482,702	1	482,702	96,461	,000
		Deviation from Linearity	525,810	39	13,482	2,694	,000
	Within Groups		295,242	59	5,004		
	Total		1303,754	99			

Sumber : Hasil Penelitian, 2013

Dari tabel dapat dilihat bahwa nilai probability (p-value) adalah 0,001, lebih kecil dibandingkan 0,05, artinya hubungan antara kepuasan dengan loyalitas tidak linier.

2. Analisis Korelasi Berganda

Untuk mengetahui hubungan secara bersama-sama antara citra merek dan kepuasan dengan loyalitas konsumen Villa Sari Alam Hotspring Resort digunakan analisis korelasi berganda (R).

Tabel 3.11
Hasil Analisis Korelasi Berganda

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,653 ^a	,426	,415	2,77647

a. Predictors: (Constant), Kepuasan, Citra merek

b. Dependent Variable: Loyalitas konsumen

Berdasarkan hasil output *software SPSS* di atas, diperoleh nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,653. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang kuat antara variabel citra merek dan kepuasan dengan loyalitas konsumen Villa Sari Alam Hotspring Resor.

3. Analisis Pengaruh Parsial

Tabel 3.12
Besarnya Pengaruh Secara Parsial

Variabel	Standardized Coefficients Beta	Correlations Zero-order	Besarnya Pengaruh Secara Parsial	Besarnya Pengaruh Secara Parsial (%)
X ₁	0,264	0,481	0,127	12,7%
X ₂	0,492	0,608	0,299	29,9%
Pengaruh Total			0,426	42,6%

Besarnya pengaruh parsial diperoleh dengan mengalikan *standardized coefficient beta* dengan *zero-order*. Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa besarnya pengaruh citra merek (X₁) terhadap loyalitas konsumen Villa Sari Alam Hotspring Resort (Y) secara parsial adalah 12,7%. Pengaruh kepuasan (X₂) terhadap loyalitas konsumen Villa Sari Alam Hotspring Resort (Y) secara parsial adalah 29,9%. Jadi total keseluruhan pengaruh citra merek (X₁) dan kepuasan (X₂) terhadap loyalitas konsumen Villa Sari Alam Hotspring Resort (Y) secara bersama-sama adalah sebesar 42,6%. Hal ini pun dapat terlihat dari nilai koefisien determinasinya.

4. Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi untuk mengetahui besarnya persentase kontribusi variabel X terhadap variabel Y dengan rumus koefisien determinasi (*kd*) yaitu:

$$kd = (r)^2 \times 100\%$$

(Sugiyono, 2011)

Keterangan :

kd = koefisien determinasi

r = koefisien korelasi

Tabel 3.13

Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi 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, 2011

5. Uji Hipotesis

Proses pengujian hipotesis pada penelitian ini adalah metode Verifikativ, maka dilakukan analisis jalur (path analysis) analisis jalur bertujuan untuk menerangkan besarnya pengaruh langsung atau tidaknya dari satu atau lebih variabel sebagai variabel penyebab terhadap satu atau lebih variabel lainnya sebagai variabel akibat. Objek penelitian yang menjadi variabel bebas atau *independen variabel* yaitu Analisis yang digunakan untuk menentukan besarnya

Fero Artha Rizal, 2013

Pengaruh Citra Merek Dan Kepuasan Tamu Terhadap Loyalitas Tamu Di Villa Sari Alam Hotspring Resort Ciater

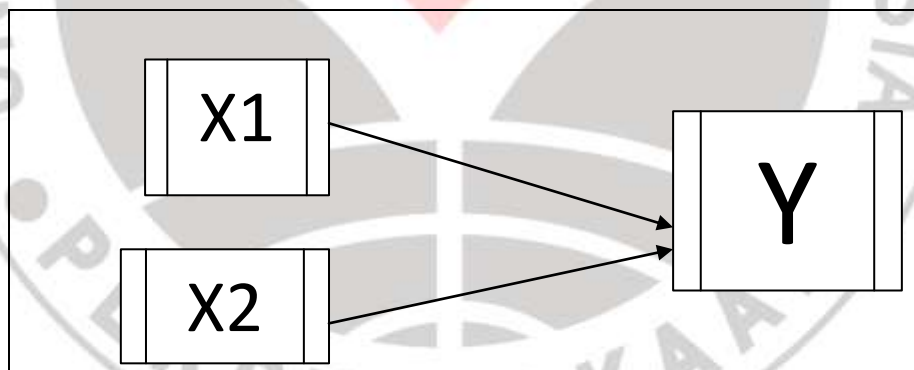
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

pengaruh variabel Citra Merek (X_1), Kepuasan (X_2), sedangkan variabel dependen adalah Loyalitas Tamu (Y).

Dengan memperhatikan karakteristik variabel yang akan diuji, maka uji statistik yang digunakan adalah melalui perhitungan analisis regresi linear ganda untuk ketiga variabel tersebut. Adapun yang menjadi hipotesis utama dalam penelitian ini adalah terdapat pengaruh positif antara Citra Merek dan Kepuasan terhadap Loyalitas Konsumen di Villa Sari Alam Hotspring Resort. Untuk menguji hipotesis dalam penelitian ini meliputi uji keberartian koefisien arah regresi.

Hipotesis tersebut digambarkan sebagai berikut :

Gambar 3.3
Model Regresi



Sumber: Sugiyono, 2011

Keterangan :

X_1 = Variabel Citra Merek

X_2 = Variabel Kepuasan

Y = Variabel Loyalitas Tamu

ϵ = Residu (variabel lain diluar variabel X yang berpengaruh) ke variabel akibat (endogenus) dinyatakan oleh besarnya nilai numerik dari variabel eksogenus.

a. Uji F

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini meliputi uji keberartian koefisien arah regresi secara simultan dengan menggunakan uji F. Secara statistik, pengujian hipotesis keberartian arah regresi adalah sebagai berikut:

“kebebasan (df: $v_1=k$ dan $v_2 = n-k-1$), dimana k =jumlah variabel bebas dan n =jumlah sampel, sehingga derajat kebebasan (df: $v_1=5$ dan $v_2=100-5-1=94$).”

Untuk mengetahui signifikan atau tidaknya suatu pengaruh dari variabel-variabel bebas secara bersama-sama atas suatu variabel tidak bebas digunakan uji F.

H_0 : Tidak ada pengaruh yang signifikan dari citra merek dan kepuasan terhadap loyalitas konsumen Villa Sari Alam Hotspring Resort.

H_a : Ada pengaruh yang signifikan dari citra merek dan kepuasan terhadap loyalitas konsumen Villa Sari Alam Hotspring Resort..

$\alpha = 5\%$

Statistik Uji :

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

Kriteria Uji : 1. Terima H_0 jika F hitung $<$ F tabel

2. Tolak H_0 jika F hitung \geq F tabel

$$F \text{ tabel} = F_{\alpha; (df1, df2)} ; df1 = k , df2 = n-k-1$$

b. Uji t

“Pengujian hipotesis secara keseluruhan merupakan penggabungan (overall significance) variabel bebas X terhadap variabel terikat Y, untuk mengetahui seberapa pengaruhnya. Uji t tidak dapat digunakan untuk menguji hipotesis secara keseluruhan. Hipotesis gabungan ini dapat diuji dengan Analysis of Variance (ANOVA)” (Gujarati, 2003:255).

Adapun untuk menguji signifikansi antara variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) secara parsial dilakukan dengan membandingkan t_{hitung} dengan t_{tabel} dengan menggunakan rumus berikut:

$$t = \frac{\beta_1 \beta_1}{se(\beta_1)} ; t = \frac{\beta_i}{s|e_i|}$$

Keterangan :

β = Koefisien regresi variabel ke-i

Se = Standard error of the estimate variabel ke-i

Untuk mengetahui signifikan atau tidaknya suatu pengaruh dari variabel-variabel bebas secara parsial atas suatu variabel tidak bebas digunakan uji t. Hipotesis :

- a. $H_0 : \beta_1 = 0$ Tidak ada pengaruh yang signifikan dari citra merek (X_1) secara parsial terhadap loyalitas konsumen Villa Sari Alam Hotspring Resort (Y).

Ha1 : $\beta_1 \neq 0$ Ada pengaruh yang signifikan dari citra merek (X_1) secara parsial terhadap loyalitas konsumen Villa Sari Alam Hotspring Resort (Y).

b. Ho2 : $\beta_2 = 0$ Tidak ada pengaruh yang signifikan dari kepuasan (X_2) secara parsial terhadap loyalitas konsumen Villa Sari Alam Hotspring Resort (Y).

Ha2 : $\beta_2 \neq 0$ Ada pengaruh yang signifikan dari kepuasan (X_2) secara parsial terhadap loyalitas konsumen Villa Sari Alam Hotspring Resort (Y).

$\alpha = 5\%$

Statistik Uji :

$$t_{\text{hit}} = \frac{b}{Se(b)}, \text{ derajat bebas} = n - k - 1$$

Kriteria Uji : 1. Terima Ho jika $-t \text{ tabel} \leq t \text{ hitung} \leq t \text{ tabel}$

3. Tolak Ho jika $t \text{ hitung} < -t \text{ tabel}$ atau $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$

G. Sumber Data

Sumber data penelitian adalah sumber data yang diperlukan untuk penelitian. Sumber data tersebut dapat diperoleh, baik secara langsung (data primer) maupun tidak langsung (data sekunder) yang berhubungan dengan objek penelitian. Sumber data dalam penelitian adalah subjek dari mana data dapat diperoleh. Arikunto (2009:109) Oleh karena itu untuk menjaga validitas data yang diperoleh, maka sumber data yang digunakan adalah :

Fero Artha Rizal, 2013

Pengaruh Citra Merek Dan Kepuasan Tamu Terhadap Loyalitas Tamu Di Villa Sari Alam Hotspring Resort Ciater

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

1. Sumber Data Primer

Sumber data primer yakni sumber data yang didapat dari sumber pertama, dimana observator melakukan sendiri dilapangan. Durianto (2007:14) Dalam penelitian ini, sumber data primer diperoleh dari kuesioner yang disebarakan kepada pelanggan.

2. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder adalah sumber data dimana subjeknya tidak berhubungan langsung dengan objek penelitian tetapi membantu dan dapat memberikan informasi untuk bahan penelitian. Dalam penelitian ini, yang menjadi sumber data sekunder adalah berbagai literatur, artikel, serta situs internet.

Tabel 3.14
Jenis dan Sumber Data

No	Data	Sumber Data	Jenis Data
1	Jumlah Resort Hotspring di Ciater, Kab. Subang	Disparbud Kabupaten Subang 2012	Sekunder
2	Company Stay & Repeater 2009-2011	Villa Sari Alam Hotspring Resort	Primer
3	Lokasi Villa Sari Alam Hotspring Resort	Google maps	Sekunder

Sumber : Diolah peneliti, 2012