

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian survey dengan teknik analisis deskriptif dan pendekatan kuantitatif. Menurut Morissan (2012) penelitian survey merupakan salah satu metode terbaik yang tersedia bagi para peneliti sosial yang tertarik untuk mengumpulkan data guna menjelaskan suatu populasi yang terlalu besar untuk diamati secara langsung. Penelitian survey dibagi menjadi dua kategori, yaitu survey deskriptif (*descriptive survey*) yang berusaha menjelaskan atau mencatat apa yang ada saat ini, survey analitis (*analytical survey*) yang berupaya menggambarkan dan menjelaskan mengapa situasi itu ada. Survey analitis mempelajari dua atau lebih variabel dalam upaya menjawab pertanyaan penelitian atau menguji hipotesis penelitian. Hasil survey memungkinkan peneliti untuk menguji hubungan antara variabel dan menarik kesimpulan dari hubungan tersebut. Metode survey menunjuk pada teknik kuesioner, yakni mengumpulkan data dengan mengajukan pertanyaan kepada responden baik secara lisan maupun tulisan, Wardiyanta (2006).

Teknik analisis deskriptif digunakan ketika menyajikan data tentang responden, penyajian data tentang faktor pembelian sesuai dengan data pengunjung. Disajikan dengan cara deskriptif agar memudahkan dalam membaca dan menganalisis secara statistik. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang berusaha mendeskripsikan atau menggambarkan fenomena atau hubungan antar fenomena yang diteliti dengan sistematis, faktual, dan akurat, Kusmayadi & Sugiarto, (2000).

Menurut Sugiyono (2011) metode kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Vika Irvania, 2018

ANALISIS FAKTOR ATRIBUT HOTEL ANTARA BUSINESS TRAVELERS DAN LEISURE TRAVELERS DALAM MEMILIH UPSCALE HOTEL DI KOTA BANDUNG
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu |
perpustakaan.upi.edu

Vika Irvania, 2018

***ANALISIS FAKTOR ATRIBUT HOTEL ANTARA BUSINESS TRAVELERS DAN
LEISURE TRAVELERS DALAM MEMILIH UPSCALE HOTEL DI KOTA BANDUNG***

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

3.2 Gambaran Penelitian

Untuk mendukung keperluan penelitian, peneliti memerlukan sejumlah data dari berbagai sumber, maka berikut langkah-langkah yang peneliti lakukan dalam penelitian ini :

3.2.1 Lokasi Penelitian

Penelitian yang berjudul “**Analisis Faktor Atribut Hotel antara *Business Travelers* dan *Leisure Travelers* dalam Memilih *Upscale Hotel* di Kota Bandung**” ini dilakukan di Kota Bandung, Jawa Barat. Penelitian dilakukan kepada tamu yang pernah menginap di Hotel bintang empat atau hotel bintang lima (*upscale hotel*) di Kota Bandung. Peneliti melakukan penelitian antara dua kelompok wisatawan yang berbeda, yaitu *business travelers* atau tamu yang menginap dengan tujuan melakukan bisnis dan *leisure travelers* yaitu tamu yang menginap dengan tujuan berlibur.

3.2.2 Populasi dan Sampel

3.2.2.1. Populasi

Populasi menurut Sugiyono (2008 : 115), Populasi adalah wilayah generalisasi terdiri dari objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu, di tetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. Sedangkan menurut Nawawi (1985 : 141), Populasi adalah totalitas semua nilai yang mungkin, baik hasil menghitung ataupun pengukuran kuantitatif maupun kualitatif daripada karakteristik tertentu mengenai sekumpulan objek yang lengkap. Jadi populasi merupakan subjek atau objek yang berada pada suatu wilayah dan memenuhi syarat-syarat tertentu berkaitan dengan masalah penelitian. Populasi yang digunakan pada penelitian ini yaitu wisatawan nusantara yang berkunjung ke Kota Bandung. Data tersebut bisa dilihat pada tabel 1.1.

3.2.2.2. Sampel

Menurut Sugiyono (2008 : 116), Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan

Vika Irvania, 2018

ANALISIS FAKTOR ATRIBUT HOTEL ANTARA BUSINESS TRAVELERS DAN LEISURE TRAVELERS DALAM MEMILIH UPSCALE HOTEL DI KOTA BANDUNG
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu |
perpustakaan.upi.edu

waktu, maka peneliti akan mengambil sampel dari populasi itu. Apa yang dipelajari dari sampel itu, kesimpulannya akan diberlakukan untuk populasi. Oleh karena itu sampel yang diambil dari populasi harus bersifat representatif. Suharsimi Arikunto (1998 : 117) mengatakan bahwa sampel adalah bagian dari populasi (sebagian atau wakil dari populasi yang diteliti). Jadi, sampel penelitian merupakan sebagian populasi yang diambil sebagai sumber data dan dapat mewakili seluruh populasi. Sampel pada penelitian ini yaitu tamu yang pernah menginap di *Upscale* Hotel yang ada di Kota Bandung dengan tujuan berbisnis (*business travelers*) dan berlibur (*leisure travelers*). Dalam penelitian kali ini, peneliti menggunakan teknik *non probability sampling*, yaitu teknik yang tidak memberikan peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Ada beberapa teknik yang termasuk dalam *non probability sampling*, peneliti menggunakan teknik *convenience sampling* dalam menentukan sampel, yaitu teknik pengambilan sampel didasarkan pada ketersediaan elemen dan kemudahan untuk mendapatkannya. Sampel diambil atau terpilih karena sampel tersebut ada pada tempat dan waktu yang tepat. Dalam *Convenience Sampling* peneliti memilih partisipan karena mereka mau dan bersedia diteliti. Kriteria pengambilan sampel pada penelitian ini yaitu wisatawan nusantara yang pernah menginap di *upscale* hotel Kota Bandung dengan tujuan untuk berbisnis dan berlibur.

Pada tabel 1.1 mengenai Jumlah Wisatawan Kota Bandung, Wisatawan Nusantara yang berkunjung ke Kota Bandung selama lima tahun terakhir berjumlah 26.801.048 orang, sehingga dapat disimpulkan rata-rata wisatawan nusantara yang berkunjung ke Kota Bandung selama setahun yaitu sebanyak 5.360.209 orang. Maka penentuan sampel pada penelitian ini menggunakan rumus slovin, yaitu sebagai berikut :

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

Keterangan :

- n : Ukuran Sampel
N : Ukuran Populasi

Vika Irvania, 2018

ANALISIS FAKTOR ATRIBUT HOTEL ANTARA BUSINESS TRAVELERS DAN LEISURE TRAVELERS DALAM MEMILIH UPSCALE HOTEL DI KOTA BANDUNG
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu |
perpustakaan.upi.edu

e : Batas toleransi kesalahan (*error tolerance*)

Berdasarkan rumus diatas maka dapat ditarik kesimpulan bahwa sampel yang akan diteliti untuk penelitian kali ini adalah :

$$n = \frac{5.360.209}{1 + 5.360.209 (0.1)^2}$$

$$n = \frac{5.360.209}{1 + 53.602,09}$$

$$= 99,998 \approx 100$$

Dengan demikian, sampel yang dibutuhkan pada penelitian ini yaitu berjumlah 100 orang. Dalam penelitian ini, terdapat dua kelompok responden yang berbeda yang akan diteliti yaitu *business travelers* dan *leisure travelers*, sehingga sampel yang dibutuhkan sebanyak 200 sampel, yang terdiri dari 100 orang *business travelers*, dan 100 orang dari *leisure travelers*.

3.3 Definisi Operasional

Definisi operasional adalah suatu definisi yang didasarkan pada karakteristik yang dapat diobservasi dari apa yang sedang didefinisikan atau mengubah konsep-konsep yang berupa konstruk dengan kata-kata yang menggambarkan perilaku atau gejala yang dapat diamati dan yang dapat diuji dan ditentukan kebenarannya oleh orang lain, maka dapat disimpulkan bahwa definisi operasional harus bisa diukur dan spesifikasi serta dapat dipahami oleh orang lain.

Maka definisi operasional dari judul penelitian “**Analisis Faktor Atribut Hotel antara Business Travelers dan Leisure Travelers dalam Memilih Upscale Hotel di Kota Bandung**” adalah sebagai berikut : Atribut yang dimaksud pada penelitian ini yaitu atribut hotel. Menurut KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia), Atribut merupakan tanda kelengkapan atau sifat yang menjadi ciri khas (suatu benda atau orang). Sedangkan hotel menurut KBBI adalah bangunan berkamar banyak yang disewakan sebagai tempat untuk menginap dan tempat makan orang yang sedang dalam perjalanan, bentuk akomodasi yang dikelola secara komersial, disediakan bagi setiap orang untuk memperoleh pelayanan, penginapan, makan dan minum. Sehingga jika digabungkan menjadi **Atribut Hotel** yaitu kelengkapan dan ciri

Vika Irvania, 2018

ANALISIS FAKTOR ATRIBUT HOTEL ANTARA BUSINESS TRAVELERS DAN LEISURE TRAVELERS DALAM MEMILIH UPSCALE HOTEL DI KOTA BANDUNG
 Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu |
 perpustakaan.upi.edu

khas dari suatu hotel atau akomodasi yang disewakan untuk setiap orang yang ingin memperoleh pelayanan, penginapan, serta makan dan minum. Atribut Hotel juga dapat diartikan sebagai suatu kelengkapan dan ciri khas suatu hotel untuk memenuhi dan memuaskan kebutuhan tamu ketika menginap di hotel. Atribut Hotel yang dimaksud disini yaitu Atribut hotel bintang empat atau bintang lima. Definisi operasional lainnya pada penelitian ini yaitu *Business Travelers* atau Wisatawan Bisnis. Menurut KBBI Wisatawan adalah orang yang berwisata atau turis, sedangkan bisnis adalah usaha komersial dalam bidang perdagangan atau bidang usaha. Jadi, wisatawan bisnis yaitu orang yang sedang berwisata dan memiliki tujuan lain yaitu melakukan bidang usaha perdagangan. Sedangkan *leisure travelers* merupakan orang yang sedang melakukan wisata atau berlibur dengan tujuan untuk bersenang-senang. Jadi berdasarkan definisi operasional variabel tersebut penelitian ini membahas tentang analisis perbandingan dimensi mengenai atribut yang menjadi ciri khas antara wisatawan yang menginap dengan tujuan berbisnis dan wisatawan yang menginap dengan tujuan berlibur dalam memilih *upscale* hotel di Kota Bandung.

3.4 Operasional Variabel

Definisi operasional variabel adalah pengertian variabel (yang diungkap dalam definisi konsep) tersebut, secara operasional, secara praktik, secara nyata dalam lingkup obyek penelitian/obyek yang diteliti. Menurut Suharsimi Arikunto (2010:161) variabel adalah obyek penelitian atau apa yang menjadi titik perhatian dalam penelitian. Menurut Sugiyono (2010:38), variabel penelitian adalah suatu atribut, sifat, atau nilai dari orang, objek, atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan.

Di dalam penelitian ini tidak ada variabel bebas dan terikat karena menggunakan teknik analisis data dengan menggunakan analisis faktor yang termasuk pada *Independence Technique*. Untuk lebih jelasnya variabel operasional akan dijelaskan pada Tabel 3.1.

Tabel 3. 1 Operasional Variabel

Vika Irvania, 2018

ANALISIS FAKTOR ATRIBUT HOTEL ANTARA BUSINESS TRAVELERS DAN LEISURE TRAVELERS DALAM MEMILIH UPSCALE HOTEL DI KOTA BANDUNG
 Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu |
 perpustakaan.upi.edu

Variabel	Sub-Variabel	Indikator	Skala	No. Item
Atribut Hotel	<i>Room Amenities</i>	Fasilitas di dalam kamar lengkap	Ordinal	1
		Fasilitas di dalam kamar (Lampu, TV, AC, dll) dapat berfungsi dengan baik	Ordinal	2
	<i>Business Facilities</i>	Kelengkapan fasilitas ruang rapat/ ruang pertemuan	Ordinal	3
		Fasilitas <i>Wifi</i>	Ordinal	4
		Tersedianya fasilitas <i>business center</i> (<i>fotocopy</i> , <i>print</i> , dll)		5
	<i>Leisure Facilities</i>	Hotel memiliki fasilitas <i>leisure</i> (<i>Spa & Massage</i> , dll)	Ordinal	6
		Tersedianya tempat hiburan	Ordinal	7
	<i>Food & Beverage</i>	Fasilitas <i>Food & Beverage</i> di hotel (<i>restoran</i> , <i>coffee shop</i> , dll) beragam dan berkualitas tinggi	Ordinal	8
	<i>Exercise Facilities</i>	Tersedianya fasilitas olahraga dan <i>Fitness Center</i>	Ordinal	9

Vika Irvania, 2018

ANALISIS FAKTOR ATRIBUT HOTEL ANTARA BUSINESS TRAVELERS DAN LEISURE TRAVELERS DALAM MEMILIH UPSCALE HOTEL DI KOTA BANDUNG
 Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu |
 perpustakaan.upi.edu

		<i>Swimming Pool</i> yang luas dan bersih	Ordinal	10
Aksesibilitas		Lokasi hotel yang strategis	Ordinal	11
		Kondisi jalan menuju hotel bagus	Ordinal	12
		Akses menuju hotel mudah	Ordinal	13
Kualitas Pelayanan/ <i>Service Quality</i>		Pelayanan dari karyawan yang ramah dan sopan	Ordinal	14
		Efisiensi proses <i>check in/ check out</i>	Ordinal	15
		Kecepatan dan ketepatan dari pelayanan karyawan	Ordinal	16
		Kemudahan melakukan proses reservasi	Ordinal	17
Suasana yang Menarik		Desain <i>Exterior</i> yang menarik	Ordinal	18
		Desain <i>Interior</i> yang menarik	Ordinal	19
Kebersihan dan Kenyamanan		Kebersihan dari ruang kamar	Ordinal	20
		Kebersihan dari kamar mandi	Ordinal	21
		Ruangan yang nyaman dan tenang	Ordinal	22

Vika Irvania, 2018

ANALISIS FAKTOR ATRIBUT HOTEL ANTARA BUSINESS TRAVELERS DAN LEISURE TRAVELERS DALAM MEMILIH UPSCALE HOTEL DI KOTA BANDUNG
 Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu |
 perpustakaan.upi.edu

		Hotel memberikan suasana yang nyaman	Ordinal	23
	<i>Value of Money</i>	Harga kamar hotel sesuai dengan fasilitas	Ordinal	24
		Harga makanan dan minuman sesuai dengan kualitas	Ordinal	25
	<i>Security/ Safety</i>	Keamanan dan keselamatan saat menginap di Hotel	Ordinal	26
		Alarm kebakaran dapat di andalkan	Ordinal	27
		Petugas keamanan dapat bertanggung jawab		28

3.5 Jenis Pengumpulan Data

Pengumpulan data merupakan kegiatan peneliti dalam upaya mengumpulkan sejumlah data lapangan yang diperlukan untuk menjawab pertanyaan penelitian. Jenis pengumpulan data berdasarkan cara memperolehnya yaitu ada dua jenis :

3.2.5.1 Data Primer

Data primer adalah data dalam bentuk verbal atau kata-kata yang diucapkan secara lisan, gerak-gerik, atau perilaku yang dilakukan oleh subjek yang dapat dipercaya, yakni subjek penelitian atau informan yang berkenaan dengan variabel yang diteliti atau data yang diperoleh dari responden secara langsung (Arikunto, 2010:22) . Adapun data primer yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah data tentang profil tamu yang pernah menginap di *upscale* hotel di Kota Bandung baik *business travelers* maupun *leisure travelers*. Metode pengumpulan data primer yang dilakukan oleh peneliti adalah dengan cara menyebar kuesioner ke wisatawan domestik yang pernah menginap di *upscale* hotel di Kota Bandung.

Vika Irvania, 2018

ANALISIS FAKTOR ATRIBUT HOTEL ANTARA BUSINESS TRAVELERS DAN LEISURE TRAVELERS DALAM MEMILIH UPSCALE HOTEL DI KOTA BANDUNG

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

3.2.5.2 Data Sekunder

Menurut Arikunto (2010:22) data sekunder adalah data yang diperoleh dari teknik pengumpulan data yang menunjang data primer. Data sekunder adalah sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data (Sugiono : 2008 : 402). Data sekunder ini merupakan data yang sifatnya mendukung keperluan data primer seperti buku-buku, literatur dan internet. Dalam penelitian ini diperoleh dari hasil pengumpulan data beberapa sumber serta dari studi pustaka. Data sekunder yang diperlukan dalam penelitian ini adalah data mengenai atribut hotel, definisi *business travelers* dan *leisure travelers*, serta gambaran umum mengenai *upscale* hotel.

3.6. Membuat Kuesioner

Setelah mengumpulkan beberapa literatur yang terkait dengan penelitian yaitu mengenai atribut dalam pemilihan hotel berdasarkan persepsi *business travelers* dan *leisure travelers*, kemudian peneliti menetapkan 28 indikator dari atribut hotel yang didapat dan dikumpulkan dari beberapa literatur sebelumnya. Kuesioner adalah sejumlah pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden dalam arti laporan tentang pribadinya, atau hal-hal yang ia ketahui (Arikunto, 2002). Menurut Sugiyono (2015 : 142) mengemukakan bahwa kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab.

3.6.1. Instrumen Penelitian

Menurut Sugiyono (2012:148) Instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan untuk mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati. Pengumpulan data dilakukan untuk membuktikan hipotesis yang sudah ditentukan sebelumnya. Alat yang digunakan dalam melakukan penelitian ini adalah kuesioner. Adapun tipe skala pengukuran yang dibuat dalam kuesioner ini adalah menggunakan pendekatan skala *likert*. Menurut Sugiyono (2012:93) skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok tentang fenomena sosial. Setiap instrumen yang berupa pertanyaan maupun pernyataan

Vika Irvania, 2018

ANALISIS FAKTOR ATRIBUT HOTEL ANTARA BUSINESS TRAVELERS DAN LEISURE TRAVELERS DALAM MEMILIH UPSCALE HOTEL DI KOTA BANDUNG
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu |
perpustakaan.upi.edu

memiliki jawaban yang mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif. Dimana jawaban tersebut diberi nilai atau tolak ukur untuk membedakan bobot seperti pada tabel dibawah ini :

Tabel 3. 2 Tolak Ukur Skala *Likert*

No	Pernyataan	Tolak Ukur
1	Sangat Penting	5
2	Penting	4
3	Cukup Penting	3
4	Tidak Penting	2
5	Sangat Tidak Penting	1

Sumber: Data diolah Peneliti (2018)

3.6.2 Menyebarkan Kuesioner

Kuesioner pada penelitian ini akan disebar kepada tamu yang merupakan wisatawan nusantara yang pernah menginap di *upscale* hotel di Kota Bandung untuk mengisi beberapa pertanyaan dan pernyataan yang telah dibuat peneliti. Kuesioner yang digunakan pada penelitian ini adalah jenis kuesioner langsung yang tertutup, karena jawabannya telah disediakan oleh peneliti, responden hanya akan memilih jawaban dari pernyataan yang dianggap Sangat Tidak Penting sampai Sangat Penting.

Setelah mendapatkan hasil data kuesioner dari responden berdasarkan sampel penelitian maka tahap selanjutnya yaitu memeriksa dan mengelompokkan hasil pernyataan responden ke dalam skor yang telah ditentukan. Selanjutnya dilakukan uji validitas dan reliabilitas pada data tersebut karena hasil data skala *likert* merupakan data ordinal. Pertanyaan yang berisi tentang persepsi tamu mengenai 28 indikator Atribut hotel tersebut nantinya akan di analisis dan dikelompokkan menjadi beberapa faktor.

Vika Irvania, 2018

ANALISIS FAKTOR ATRIBUT HOTEL ANTARA BUSINESS TRAVELERS DAN LEISURE TRAVELERS DALAM MEMILIH UPSCALE HOTEL DI KOTA BANDUNG
 Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu |
 perpustakaan.upi.edu

3.7 Uji Pengembangan Instrumen

3.7.1 Uji Validitas

Validitas berasal dari kata *validity* yang berarti sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsi ukurannya (Azwar 1986). Selain itu validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan bahwa variabel yang diukur memang benar-benar variabel yang hendak diteliti oleh peneliti (Cooper dan Schindler, dalam Zulganef, 2006). Ghazali (2009) menyatakan bahwa uji validitas digunakan untuk mengukur sah, atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Berikut merupakan rumus untuk menentukan validitas instrumen dengan teknik *product moment* :

$$r_{xy} = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{(N \sum x^2 - (\sum x^2))(N \sum y^2 - (\sum y^2))}}$$

Keterangan :

- r = Koefisien korelasi suatu butir atau item
- XY = Jumlah perkalian item dengan total item
- N = Banyaknya responden (sampel) dari variabel x, y, dan hasil kuesioner
- X = Jumlah skor untuk indikator x
- Y = Jumlah skor untuk indikator y

Uji coba instrumen penelitian ini dilakukan terhadap 30 responden, dimana r hitung dibandingkan dengan r tabel dimana df (*degree of freedom*) = n-2 dengan alpha 0,05. Pertanyaan dianggap valid jika $r_{hitung} \geq r_{tabel}$, dan dinyatakan tidak valid jika $r_{hitung} < r_{tabel}$. Uji validitas ini dilakukan terhadap tiap butir pertanyaan dengan bantuan aplikasi *SPSS 24.00*. Berikut merupakan hasil uji validitas pada atribut hotel dapat dilihat dalam tabel 3.3.

Tabel 3. 3 Validitas Atribut Hotel

Vika Irvania, 2018

ANALISIS FAKTOR ATRIBUT HOTEL ANTARA BUSINESS TRAVELERS DAN LEISURE TRAVELERS DALAM MEMILIH UPSCALE HOTEL DI KOTA BANDUNG
 Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu |
 perpustakaan.upi.edu

Ukuran	r hitung	r tabel	Keterangan
Fasilitas di dalam kamar lengkap	5.165718	2.763262	Valid
Fasilitas di dalam kamar (Lampu, TV, AC, dll) dapat berfungsi dengan baik	8.837123	2.763262	Valid
Kelengkapan fasilitas ruang rapat/ ruang pertemuan	2.863064	2.763262	Valid
Fasilitas Wifi	5.77991	2.763262	Valid
Tersedianya fasilitas untuk <i>business center</i> (<i>fotocopy</i> , <i>print</i> , dll)	3.345633	2.763262	Valid
Hotel memiliki fasilitas <i>leisure</i> (<i>Spa & Massage</i> , dll)	3.320827	2.763262	Valid
Tersedianya tempat hiburan	4.594788	2.763262	Valid
Fasilitas <i>Food & Beverage</i> di hotel (<i>restoran</i> , <i>coffee shop</i> , dll) beragam dan berkualitas tinggi	3.952161	2.763262	Valid
Tersedianya fasilitas olahraga dan <i>Fitness Center</i>	3.31692	2.763262	Valid
<i>Swimming Pool</i> yang luas dan bersih	2.881643	2.763262	Valid
Lokasi hotel yang strategis	4.769817	2.763262	Valid
Kondisi jalan menuju hotel bagus	5.915633	2.763262	Valid
Akses menuju hotel mudah	4.898705	2.763262	Valid
Pelayanan dari karyawan yang ramah dan sopan	3.285341	2.763262	Valid
Efisiensi proses <i>check in/ check out</i>	5.029257	2.763262	Valid
Kecepatan dan Ketepatan dari Pelayanan karyawan	5.572982	2.763262	Valid
Kemudahan melakukan proses reservasi	5.34744	2.763262	Valid
Desain Exterior yang menarik	3.115542	2.763262	Valid

Vika Irvania, 2018

ANALISIS FAKTOR ATRIBUT HOTEL ANTARA BUSINESS TRAVELERS DAN LEISURE TRAVELERS DALAM MEMILIH UPSCALE HOTEL DI KOTA BANDUNG
 Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu |
 perpustakaan.upi.edu

Desain Interior yang menarik	3.816826	2.763262	Valid
Kebersihan dari ruang kamar	4.442315	2.763262	Valid
Kebersihan dari kamar mandi	5.347989	2.763262	Valid
Ruangan yang nyaman dan tenang	7.487642	2.763262	Valid
Hotel memberikan suasana yang nyaman	4.815383	2.763262	Valid
Harga kamar hotel sesuai dengan fasilitas	5.862032	2.763262	Valid
Harga makanan dan minuman sesuai dengan kualitas	4.77031	2.763262	Valid
Keamanan dan keselamatan saat menginap di Hotel	5.541327	2.763262	Valid
Alarm kebakaran dapat di andalkan	4.378938	2.763262	Valid
Petugas keamanan dapat bertanggung jawab	5.182818	2.763262	Valid

Sumber : Hasil Pengolahan data peneliti (2018)

Dari tabel 3.3 diatas validitas aribut hotel dapat diketahui bahwa semua item pertanyaan memenuhi kriteria dimana r hitung $>$ dari r tabel. Dengan demikian seluruh item pertanyaan dinyatakan valid dan dapat digunakan dalam penelitian selanjutnya.

3.7.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas berasal dari kata *Reliability*. Sugiharto dan Situnjak (2006) menyatakan bahwa reliabilitas menunjuk pada suatu pengertian bahwa instrumen yang digunakan dalam penelitian untuk memperoleh informasi yang digunakan dapat di percaya sebagai alat pengumpulan data dan mampu mengungkapkan informasi yang sebenarnya di lapangan. Ghozali (2009) menyatakan bahwa reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari perubahan atau konstruk. Tinggi rendahnya reliabilitas, secara empirik ditunjukkan oleh suatu angka yang disebut nilai koefisien reliabilitas. Reliabilitas yang tinggi ditunjukkan dengan nilai r_{xx} mendekati angka 1. Kesepakatan secara umum

Vika Irvania, 2018

ANALISIS FAKTOR ATRIBUT HOTEL ANTARA BUSINESS TRAVELERS DAN LEISURE TRAVELERS DALAM MEMILIH UPSCALE HOTEL DI KOTA BANDUNG
 Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu |
 perpustakaan.upi.edu

reliabilitas yang dianggap sudah cukup memuaskan jika ≥ 0.700 .

Pengujian reliabilitas instrumen dengan menggunakan rumus *Alpha Cronbach* karena instrumen penelitian ini berbentuk angket dan skala *likert* dari satu sampai lima. Rumus *Alpha Cronbach* adalah sebagai berikut:

$$r_{11} = \frac{k}{k-1} \times \left\{ 1 - \frac{\sum S_i}{S_t} \right\}$$

Keterangan:

- r_{11} = Nilai reliabilitas
 $\sum S_i$ = Jumlah varians skor tiap-tiap item
 S_t = Varians total
 k = Jumlah item

Keputusan uji reliabilitas ditentukan dengan ketentuan sebagai berikut:

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

Robert M. Kaplan (1993, hlm. 126) mengemukakan bahwa kelompok item dalam suatu dimensi dinyatakan reliabel jika koefisien reliabilitasnya tidak lebih rendah dari 0,70. Bila koefisien reliabilitas telah dihitung, maka menentukan keeratan hubungan bisa digunakan kriteria Guilford (1956), yaitu:

- Kurang dari 0,20 : Hubungan sangat kecil dan bisa diabaikan
 0,20 - < 0,40 : Hubungan yang kecil (tidak erat)
 0,40 - < 0,70 : Hubungan yang cukup erat
 0,70 - < 0,90 : Hubungan yang erat (reliabel)
 0,90 - < 1,00 : Hubungan yang sangat erat
 1,00 : Hubungan yang sempurna

Uji reabilitas dilakukan menggunakan SPSS 24.0 terhadap seluruh butir pertanyaan yang valid secara bersama-sama. Seluruh butir pertanyaan yang berjumlah 28 diuji secara

Vika Irvania, 2018

ANALISIS FAKTOR ATRIBUT HOTEL ANTARA BUSINESS TRAVELERS DAN LEISURE TRAVELERS DALAM MEMILIH UPSCALE HOTEL DI KOTA BANDUNG
 Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu |
 perpustakaan.upi.edu

bersama-sama. Nilai *Cronbach Alpha* > 0,70 maka dinyatakan reliabel.

Tabel 3. 4 *Case Processing Summary*

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0
a. <i>Listwise deletion based on all variables in the procedure</i>			

Sumber : Pengolahan Data oleh Peneliti dengan SPSS 24.0, 2018.

Berdasarkan Tabel 3.4 *Case Processing Summary*, Pada 28 butir pertanyaan dapat diketahui bahwa tingkat validitasi seluruh butir pertanyaan adalah 100%. Tabel 3.5 berikut ini merupakan tabel *Reliability Statistic*.

Tabel 3. 5 *Reliability Statistic*

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.754	.955	29

Sumber : Pengolahan Data oleh Peneliti dengan SPSS 24.0, 2018

Berdasarkan Tabel 3.5 *Reliability Statistic* pada 28 pertanyaan, menunjukkan bahwa semua pernyataan tersebut *reliable*. Nilai *Cronbach Alpha* menunjukkan lebih dari 0,70 yaitu 0,754.

3.7.3 *Method of Successive Interval (MSI)*

Hasil data dari penelitian ini merupakan data ordinal, seperti yang telah dijelaskan dalam operasional variabel.

Vika Irvania, 2018

ANALISIS FAKTOR ATRIBUT HOTEL ANTARA BUSINESS TRAVELERS DAN LEISURE TRAVELERS DALAM MEMILIH UPSCALE HOTEL DI KOTA BANDUNG
 Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu |
 perpustakaan.upi.edu

Dimana data yang terkumpul perlu diubah terlebih dahulu ke dalam data interval dengan menggunakan *Method of Successive Interval* (MSI). Penelitian ini akan menggunakan model analisis faktor untuk mereduksi faktor-faktor yang saling terkait. Langkah-langkah untuk melakukan transformasi data tersebut menurut Al-Rasyid (1994 : 131) adalah sebagai berikut:

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

$$Scale\ Value = \frac{(DensityAtLowerLimit) - (DensityAtUpperLimit)}{(AreaBelowUpperLimit) - (AreaBelowLowerLimit)}$$
- 6) Menghitung nilai hasil transformasi setiap pilihan jawaban melalui rumus persamaan sebagai berikut:

$$Nilai\ hasil\ transformasi : score = scale\ value_{minimum} + 1$$

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

3.8 Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan teknik analisis data yaitu dengan analisis faktor. Analisis faktor adalah analisis yang bertujuan mencari faktor-faktor utama yang paling dominan dalam mempengaruhi variabel dari serangkaian uji yang dilakukan dengan variabel independen sebagai faktornya. Variabel baru yang disebut faktor dengan jumlah lebih sedikit

dari jumlah variabel asli dengan mereduksi variabel-variabel tersebut.

3.8.1. Definisi Analisis Faktor

Analisis faktor adalah sebuah model dimana tidak terdapat variabel bebas dan terikat. Analisis faktor tidak mengklasifikasi variabel ke dalam kategori variabel bebas dan terikat melainkan mencari hubungan interdependensi antar variabel agar dapat mengidentifikasi dimensi-dimensi atau faktor-faktor yang menyusunnya. Analisis faktor pertama kali dilakukan oleh Charles Spearman dengan tujuan utama analisis faktor yaitu menjelaskan hubungan diantara banyak variabel dalam bentuk beberapa faktor, faktor-faktor tersebut merupakan besaran acak (*random quantities*) yang dapat diamati atau diukur secara langsung.

Sedangkan menurut Wibisono (2003 : 239-240) mengemukakan bahwa analisis faktor digunakan untuk menjamin bahwa item-item pertanyaan dalam kuesioner dapat mempresentasikan dengan baik variabel yang diselidiki. Metode ini menyederhanakan hubungan yang kompleks dan beragam diantara sekumpulan variabel penelitian yang sama.

3.8.2 Tujuan dan Fungsi Analisis Faktor

Analisis faktor digunakan untuk mengidentifikasi sejumlah faktor yang relatif kecil yang dapat digunakan untuk menjelaskan sejumlah besar variabel yang saling berhubungan. Hasil yang didapat adalah variabel-variabel dalam satu faktor mempunyai korelasi tinggi, sedangkan korelasi pada faktor lainnya relatif rendah. Wijaya (2010: 101-102) mengungkapkan bahwa analisis faktor memiliki dua fungsi, yaitu *exploratory* (mengelompokkan faktor yang acak) dan *confirmatory* (konfirmasi kesesuaian faktor). Tujuan analisis faktor menurut Santoso (2006 : 12) adalah :

- a) Data *Summarization*, yaitu mengidentifikasi adanya hubungan antarvariabel dengan melakukan uji korelasi. Jika korelasi dilakukan antar variabel (dalam pengertian SPSS adalah kolom), analisis tersebut dinamakan *R Factor Analysis*.

Vika Irvania, 2018

ANALISIS FAKTOR ATRIBUT HOTEL ANTARA BUSINESS TRAVELERS DAN LEISURE TRAVELERS DALAM MEMILIH UPSCALE HOTEL DI KOTA BANDUNG
 Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu |
 perpustakaan.upi.edu

- b) Data *Reduction*, yaitu proses berikutnya setelah proses *data summarization*. Membuat variabel set baru yang dinamakan faktor untuk menggantikan sejumlah variabel tertentu.

3.8.3. Asumsi Analisis Faktor

Menurut Santoso (2006 : 13) mengungkapkan bahwa pada analisis faktor, sejumlah asumsi berikut harus dipenuhi, yaitu sebagai berikut :

- a) Korelasi Antar variabel Independen. Besar korelasi atau korelasi antar independen variabel harus cukup kuat, misalnya di atas 0,5.
- b) Korelasi Parsial. Besar korelasi parsial, korelasi antar dua variabel dengan menganggap tetap variabel yang lain, justru harus kecil. Pada SPSS deteksi terhadap korelasi parsial diberikan lewat pilihan *Anti-Image Correlation*.
- c) Pengujian seluruh matriks korelasi (korelasi antar variabel) yang diukur dengan besaran *Bartlett Test of Sphericity* atau *Measure Sampling Adequacy* (MSA). Pengujian ini mengharuskan adanya korelasi yang signifikan diantara paling sedikit beberapa variabel.
- d) Pada beberapa kasus, asumsi normalitas dari variabel-variabel atau faktor yang terjadi sebaiknya dipenuhi.

3.8.4. Model Analisis Faktor

Wibisono (2003 : 238) mengemukakan bahwa terdapat beberapa teknik analisis interdependensi variabel yang dapat dikelompokkan ke dalam analisis faktor, yaitu :

- a) Analisis Komponen Utama
Merupakan teknik reduksi data yang bertujuan untuk membentuk suatu kombinasi linier dari variabel awal dengan memperhitungkan sebanyak mungkin jumlah variasi variabel awal.
- b) Analisis Faktor Umum
Merupakan model faktor yang digunakan untuk mengidentifikasi sejumlah item dalam faktor yang tidak mudah untuk dikenali. Tujuan utamanya adalah

mengidentifikasi dimensi laten yang dipresentasikan dalam himpunan variabel asal.

3.8.5. Tahap Analisis Faktor

Menurut Wijaya (2010 : 103-109) proses dasar analisis faktor meliputi hal-hal sebagai berikut:

- a) Menentukan faktor apa saja yang akan dianalisis.
- b) Menguji variabel yang telah ditentukan dengan metode *Bartlett's Test of Sphericity* serta pengukuran MSA (*Measure of Sampling Adequacy*). Pada tahap ini dilakukan penyaringan terhadap sejumlah variabel hingga didapat variabel yang memenuhi syarat untuk dianalisis. Untuk melihat ada tidaknya korelasi, dapat dilihat pada uji *Kaisert Meyer Oikin (KMO) Measure of Sampling Adequacy* yang merupakan suatu indeks yang dipergunakan untuk meneliti ketepatan analisis faktor. Nilai tinggi antara 0,5 – 1,0 berarti analisis faktor tepat, apabila kurang dari 0,5 analisis faktor dikatakan tidak tepat.
- c) Proses pemfaktoran (*factoring*) dilakukan ekstraksi terhadap sekumpulan variabel yang ada sehingga terbentuk satu atau lebih faktor. Dari proses ini akan muncul tabel *communalities* yang pada dasarnya menunjukkan jumlah faktor atau variansi (bisa dalam persentase) dari suatu variabel yang mula-mula dapat dijelaskan oleh faktor yang ada. Nilai ekstrim *communalities* antara 0,0 (variabel tidak berkorelasi dengan variabel lain) sampai 1,0 (variansi variabel secara sempurna disebabkan oleh sejumlah faktor bersama). Tabel berikutnya yang muncul adalah Tabel *Total Variance Explained* yang menampilkan *eigenvalues* masing-masing faktor. Semakin besar *eigenvalue* setiap faktor, maka faktor tersebut semakin reliabel untuk mewakili sekelompok variabel.
- d) Proses rotasi dilakukan untuk mereduksi beberapa faktor ambigu. Rotasi paling sederhana adalah *orthogonal rotation*, dimana sumbu dipertahankan 90°. Metode rotasi faktor yang digunakan adalah *Varimax* yang hasilnya dapat dilakukan dalam satu literasi. Metode *varimax* banyak

variabel dapat memiliki loading tinggi atau mendekati tinggi pada faktor yang sama.

- e) Interpretasi faktor yang telah terbentuk, khususnya memberi nama atas faktor yang telah terbentuk yang dianggap dapat mewakili variabel tersebut.

Pada penelitian ini, proses analisis dilakukan sampai pada langkah interpretasi faktor dan memberikan nama pada faktor yang terbentuk karena pada penelitian ini hanya menganalisis faktor-faktor yang akan terbentuk dan mengkomparasi faktor atribut hotel antara *business travelers* dan *leisure travelers*. Kemudian akan terlihat faktor atribut hotel apa saja yang menjadi pilihan berdasarkan persepsi *business travelers* dan *leisure travelers* dalam memilih *upscale* hotel di Kota Bandung.