BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini berada di kawasan kota Bandung. Kota Bandung merupakan ibu kota provinsi Jawa Barat. Dipilihnya kota Bandung sebagai tempat penelitian karena dilihat dari semakin banyaknya kawasan wisata di kota Bandung maka akan semakin banyak juga wisatawan yang datang ke kota Bandung. Berdasarkan data kunjungan wisatawan yang diperoleh dari Badan Pusat Statistika kota Bandung, setiap tahunnya mengalami kenaikan maka dari itu diperlukannya hotel sebagai sarana akomodasi untuk menunjang kebutuhan wisatawan di kota Bandung. Sehingga jumlah hotel di kota Bandung pun semakin banyak dan perlu adanya penelitian untuk melihat faktor apa yang berpengaruh pada loyalitas konsumen di hotel yang ada di kota Bandung.

Populasi hotel dibagi menjadi 3 kelompok menurut Zhang dan Ye (2011) yaitu hotel bintang 1, 1.5, 2, 2.5 dikategorikan sebagai economy segment, bintang 3 dan 3.5 dikategorikan sebagai midscale segment, dan yang terakhir bintang 4, 4.5, dan 5 dikategorikan sebagai luxury segment. Pada penelitian ini hotel yang dijadikan tempat penelitian yaitu midscale hotel yang ada di Bandung. Midscale hotel sendiri adalah hotel skala bintang tiga dan bintang tiga setengah yang diharapkan akan merebut pasar. Posisi bintang tiga direpresentasikan dari penempatan rate harga. Setelah dua tahun industri perhotelan di Indonesia didominasi oleh perkembangan pesat budget hotel, kini giliran midscale hotel yang diprediksi akan mengambil peran. Hal tersebut disampaikan Regional Director Prime Plaza Hotels & Resorts (PPHR) Yusak Anshori usai opening PrimeBiz Hotel Surabaya (2017) dalam jpnn.com. Selain itu juga menurut kepala BPS Jabar Dody Herlando di Bandung bahwa hotel bintang dua dan tiga ternyata paling banyak diminati dengan persentase 60%. Di posisi kedua adalah hotel bintang lima sebesar 57% dan hotel bintang empat sebesar 49%. Okupansi terendah adalah hotel bintang satu dengan hunian 36%. (Budianto, A. 2017. Hotel Kecil di Bandung Makin Sepi Peminat. https://ekbis.sindonews.com/read/1244814/179/hotel-kecil-di-bandung-makinsepi-peminat-1506943858; diakses tanggal 2 Oktober 2017). Maka dari itu lokasi penelitian ini akan dilakukan pada hotel bintang tiga yang ada di kota Bandung.

3.2 Metode Penelitian

Dari jenis masalah yang ingin dikaji, metode penelitian yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Menurut Sugiyono (2012) metode kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivism, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sample tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistic, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah di tetapkan.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Menurut Arikunto (2006:106), populasi adalah keseluruhan subjek penelitian. Sedangkan menurut Sugiyono (2008: 55) menyatakan bahwa populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Dari pengertian tersebut populasi penelitian ini adalah merupakan tamu yang pernah menginap di hotel bintang tiga di kota Bandung.

3.3.2 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 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 representative. Penelitian ini menggunakan *simple random*

sampling. Simple random sampling adalah pengambilan sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata tertentu. Jadi sampel pada penelitian ini yaitu konsumen yang pernah menginap di midscale hotel atau hotel kelas bintang tiga.

3.3.3 Teknik Sampling

Teknik sampling merupakan teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian. Untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian, terdapat berbagai teknik sampling yang digunakan. Teknik sampling dikelompokan menjadi 2 macam yaitu:

- a. *Probability sampling* dalah suatu teknik sampling yang memberikan peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel.
- b. *Non-probability sampling* adalah teknik yang tidak memberikan peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel.

Penulis menggunakan *Non-probability sampling* sebagai teknik sampling dengan metode *Convenience Sampling*. Menurut Sugiarto (2001) *convenience sampling* adalah pengambilan sampel didasarkan pada ketersediaan elemen dan kemudahan untuk mendapatkannya. Sampel diambil/terpilih karena sampel tersebut ada pada tempat dan waktu yang tepat. Pada elemen ini sepenuhnya bergantung pada penilaian peneliti sehingga peneliti bebas menentukan elemen yang paling mudah. Maka dalam penelitian ini akan diambil sampel secara bebas tanpa memberikan kesulitan hanya berdasarkan kemudahan dan ketersediaan elemen yang ada. Penulis akan memanfaatkan sosial media seperti *Line, Whatsapp*, dan *Instagram* untuk mencari calon responden dengan menyebarkan kuesioner selama kurang lebih 3 minggu dengan target 200 responden. Menurut Likert sampel diambil paling sedikit 30, 50 75, 100 atau kelipatannya (Riduwan, 2008:45)

3.4 Variabel Penelitian

Menurut Sugiyono (2012) pengertian variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk mempelajari variasi tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Secara teoritis variabel dapat didefinisikan sebagai atribut seseorang, atau obyek, yang mempunyai variasi antara satu orang dengan yang lainnya atau suatu obyek dengan obyek lainnya. Variabel yang diteliti dalam penelitian ini dibedakan kedalam dua kategori, yaitu:

- a. Variable bebas atau *independent variable* adalah Citra Hotel yang diberi simbol X_1 dan Kepuasan yang diberi simbol X_2 .
- b. Variable terikat atau *dependent variable* yaitu Loyalitas Tamu yang diberi simbol Y.

Secara lebih rinci operasional masing-masing variabel dapat dilihat pada tabel 3.1:

Tabel 3. 1
Operasional Variabel

No	Variabel	Sub Variabel	Indikator	Skala
1	Citra (X ₁) Citra hotel merupakan kesan secara menyeluruh dari suatu organisasi atau perusahaan/hotel yang dibangun dari hasil pengalaman, dari mulut ke mulut dan iklan. (Kandampully, J., Juwaheer, T. D., Hsin-Hui (Sunny) Hu 2011)	Citra Atribut Citra Holistik	 Lokasi Fasilitas fisik Interior Design Harga Kualitas dari Hotel Staff performance Akses internet Suasana hotel Reputasi External apperance 	Ordinal Ordinal
2	Kepuasan (X ₂)	Kepuasan dari reception	Kemudahan dalam proses reservasi	Ordinal
	Kepuasan pelanggan		Kesediaan dan	

	adalah tingkat		kemampuan untuk memberikan	
	perasaan seseorang setelah		pelayanan	
	membandingkan		Tampilan fisik	
	kinerja (atau hasil)		area reception	
	yang ia persepsikan		 Suasana area 	
	dibandingkan		reception	
	harapannya. (<i>Tjiptono</i> ,	Kepuasan dari	Kesediaan dan	
	2008: 169)	food and	kemampuan untuk	
	,	beverage	memberikan	
			pelayanan	
			Suasana dari	Ordinal
			restaurant atau	
			bar	
			Kualitas makanan	
			dan minuman	
		Kepuasan dari	Kebersihan kamar	
		Housekeeping	 Kenyamanan 	Ordinal
			kamar	
			• room amenities	
3	Loyalitas (Y)	Pembelian	Berkunjung kembali	Ordinal
		berulang		Orainai
	loyalitas pelanggan	Perekomendasian	Mandanat	
	sebagai komitmen	Perekomendasian	Mendapat rekomendasi dari	
	pelanggan terhadap		orang lain yang sudah	
	suatu merek, toko,		pernah berkunjung ke	
	pemasok berdasarkan		tempat tersebut	Ordinal
	sikap yang sangat		sebelumnya dan	
	positif dan tercermin		memberikan informasi	
	dalam pembelian		positif kepada orang	
	ulang yang konsisten. (<i>Tjiptono2008:110</i>)		lain	
	(1)tptono2008:110)			

Sumber: Hasil Olahan Penulis (2018)

3.5 Jenis dan Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder, yaitu:

3.5.1 Data primer

Data primer merupakan sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data atau informasi dari tangan pertama atau responden. Penelitian ini mengambil data primer melalui penyebaran kuesioner. Kuesioner adalah daftar pertanyaan yang akan diajukan pada responden untuk diisi sendiri oleh responden. Yang menjadi responden dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah menginap di hotel bintang tiga di kota Bandung.

3.5.2 Data sekunder

Data sekunder adalah data yang dikumpulkan guna membantu dan memperkuat data primer yang telah didapatkan. Data sekunder merupakan data yang berasal dari sumber kedua setelah sampel dan objek penelitian, dan berasal dari berbagai macam sumber yang dapat ditemukan dengan lebih mudah dan cepat. Data sekunder ini bisa berasal dari studi dokumentasi dari internet dan penelitian-penelitian sebelumnya terkait penelitian ini.

Dalam penelitian ini teknik pengumpulan data sekunder yang digunakan adalah:

- 1) Studi pustaka; studi pustaka yang diperoleh berasal dari penelitian-penelitian sebelumnya yang berkaitan baik berupa buku, skripsi, jurnal, maupun tesis.
- Pencarian data di internet; untuk melengkapi, mendukung dan memperkuat data dalam menganalisis masalah yang sedang diteliti.

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data merupakan tahapan yang harus direncanakan untuk mendapatkan suatu hasil yang optimal sesuai dengan tujuan dan sasaran penelitian. Terdapat beberapa macam teknik pengumpulan data, yaitu:

1. Mengumpulkan berbagai literatur

Hal yang pertama dilakukan adalah mencari berbagai literatur dari internet dan beberapa sumber buku yang berkaitan dengan semua aspek atau variabel yang berkaitan dan berguna untuk penelitian. Dalam mencari berbagai literatur yang bersumber dari internet, peneliti menggunakan google scholar dengan beberapa kata kunci, yaitu "customer loyalty", "customer satisfaction", dan "hotel image". Kemudian akan muncul banyaknya literatur yang berkaitan dengan kata kunci tersebut dengan berbagai tempat penelitian. Dari sekian banyaknya literatur yang ada, peneliti memilih beberapa literatur yang dijadikan panduan dalam penelitian ini, salah satunya yaitu jurnal yang berjudul "Customer loyalty in the hotel industry: the role of customer satisfaction and image" (Kandampully & Suhartanto 2000) dan "The Influence of a Hotel Firm's, Quality of Service and its Effect on Tourism Customer Loyalty" (Kandampully, J., Juwaheer, T. D., Hsin-Hui (Sunny) Hu. (2011)

2. Kuesioner

Menurut Sugiyono (2008) angket adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab, teknik ini merupakan teknik yang efisien jika peneliti tahu pasti dengan variabel yang akan diukur dan tahu apa yang tidak bisa diharapkan dari responden. Kuesioner yang akan disebarkan peneliti yaitu kepada konsumen yang pernah menginap pada hotel bintang tiga yang ada di Kota Bandung. Kuesioner ini bersifat tertutup karena jawabannya telah disediakan oleh peneliti, responden hanya akan memilih jawaban yang dianggap paling sesuai berdasarkan penilaian responden.

Cara penyebaran kuesioner yang di lakukan oleh penulis yaitu dengan membuat terlebih dahulu kuesioner di *google form* lalu akan mendapatan *link* dari *google form* ini yang isinya berupa kuesioner yang telah penulis buat lalu disebar melalui sosial media seperti *Line*, *Whatsapp* dan *direct message* di *Instagram* kepada konsumen

yang pernah menginap di hotel bintang tiga di kota Bandung. Sistem yang penulis lakukan yaitu dengan cara mencari calon responden yang pernah menginap di hotel bintang tiga di kota Bandung melalui *hashtag* dan *location* nama-nama hotel pada *Instagram* dan juga melalui jejaring sosial maupun organisasi penulis.

Adapun tipe skala pengukuran yang dibuat dalam kuisioner ini adalah menggunakan pendekatan Skala Likert. Menurut Sarwono (2006:15) skala Likert digunakan untuk mengukur sikap dalam suatu penelitian, yang dimaksud dengan sikap ialah 1) pengaruh atau penolakan, 2) penilaian, 3) suka atau tidak suka, 4) kepositifan dan kenegatifan terhadap suatu obyek psikologis. Biasanya sikap dalam skala Likert diekspresikan mulai dari yang paling negatif, netral sampai ke paling positif. Untuk melakukan kuantifikasi maka skala tersebut kemudian diberi angka-angka sebagai simbol agar dapat dilakukan perhtungan. Menurut Sugiyono (2012) skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial.

Sesuai dengan pernyataan diatas, setiap instrument yang berupa pertanyaan ataupun pernyataan memiliki jawaban yang diekspresikan mulai dari paling negatif sampai ke paling positif. Jawaban tersebut diberi nilai untuk membedakan bobot dari jawaban tersebut sesuai tabel 3.2 dibawah ini:

Tabel 3. 2
Kriteria Bobot Nilai Alternatif

Jawaban	Nilai / Skor
Sangat setuju	5
Setuju	4
Cukup setuju	3
Tidak setuju	2
Sangat tidak setuju	1

26

Sumber: Sugiyono, 2012

Karena hasil dari data yang menggunakan skala Likert

merupakan data ordinal sedangkan analisis data menggunakan

regresi yang membutuhkan data interval. Maka perlu dikonversikan

terlebih dahulu. Data ordinal yang telah didapat dikonversikan

menjadi dua interval melalui alat yaitu Method Success Interval

(MSI).

3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah mencari dan mengumpulkan data mengenai

hal-hal berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, notulen,

rapot, agenda, dan sebagainya (Arikunto, 2006:231). Pada dasarnya,

dokumen digunakan untuk memperkuat penelitian agar bisa lebih di

percaya.

3.7 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

3.7.1 Uji Validitas

Uji validitas adalah suatu ukuran yang menunjukan tingkat-tingkat

kevalidan dan kesahihan suatu instrumen (Arikunto, 2006). Dalam

penelitian ini untuk menguji validitas menggunakan korelasi pearson

product momen dimana rhitung > rtabel maka data dinyatakan valid.

Dimana skor r tabel pada jumlah responden 50 adalah r = 0.361 Keputusan

pengujian validitas responden dengan menggunakan taraf signifikan

sebagai berikut:

1. Item pertanyaan yang diteliti dikatakan valid jika t hitung > t tabel

2. Item pertanyaan yang diteliti dikatakan tidak valid jika t hitung <

t tabel

Perhitungan validitas instrumen dilakukan dengan bantuan software

IBM SPSS Statistics 25 for Windows. Berikut ini adalah hasil dari

perhitungan uji validitas yang dapat dilihat dalam tabel 3.3 sebagai

berikut:

Tabel 3. 3 Hasil Uji Validitas

No	Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
1	Lokasi hotel mudah dijangkau	0.670	0.361	Valid
2	Hotel memiliki fasilitas yang lengkap	0.658	0.361	Valid
3	Hotel memiliki lahan parkir yang memadai	0.710	0.361	Valid
4	Desain interior hotel sangat menarik	0.766	0.361	Valid
5	Harga sesuai dengan apa yang diharapkan	0.653	0.361	Valid
6	Kualitas yang diberikan oleh hotel selalu terjaga pada tingkat kualitas yang baik	0.681	0.361	Valid
7	Karyawan hotel bertindak cepat dalam melayani tamu	0.596	0.361	Valid
8	Akses internet di area hotel cepat	0.661	0.361	Valid
9	Suasana hotel sangat nyaman dan tenang	0.734	0.361	Valid
10	Hotel memiliki reputasi yang sangat baik	0.758	0.361	Valid
11	Area Hotel memiliki pemandangan yang sangat indah	0.741	0.361	Valid
12	Bentuk arsitektur bangunan memiliki desain yang unik	0.596	0.361	Valid
13	Saya merasa puas dengan kemudahan proses reservasi (walk- in / OTA)	0.748	0.361	Valid
14	Saya merasa puas dengan kinerja karyawan saat proses <i>check-in</i> dan <i>check-out</i>	0.787	0.361	Valid
15	Saya merasa puas dengan tampilan area <i>lobby</i> yang memiliki interior	0.811	0.361	Valid

	dan desain yang menarik			
16	Saya merasa puas dengan suasana lobby yang nyaman dan tenang	0.736	0.361	Valid
17	Saya merasa puas dengan kinerja waiters saat melayani tamu di restoran	0.636	0.361	Valid
18	Saya merasa puas dengan suasana restoran yang sangat nyaman	0.770	0.361	Valid
19	Saya merasa puas dengan pilihan makanan dan minuman yang ditawarkan	0.645	0.361	Valid
20	Saya merasa puas dengan kualitas rasa dari makanan dan minuman	0.563	0.361	Valid
21	Saya merasa puas dengan kebersihan kamar	0.561	0.361	Valid
22	Saya merasa puas dengan kenyaman kamar	0.640	0.361	Valid
23	Saya merasa puas dengan kamar yang memiliki <i>room amenities</i> yang lengkap	0.608	0.361	Valid
24	Ketika saya berkunjung ke kota Bandung lagi, saya akan menginap di Hotel yang sama	0.588	0.361	Valid
25	Saya akan merekomendasikan hotel ini kepada orang sekitar	0.749	0.361	Valid
26	Saya akan memberikan informasi yang positif tentang hotel ini kepada orang lain	0.788	0.361	Valid

Sumber: Hasil Olahan Penulis (2018)

Berdasarkan tabel 3.3 mengenai hasil uji validitas variabel, terdapat 26 item pernyataan yang bernilai positif dan dinyatakan valid. Hal ini berdasarkan dari nilai r hitung yang hasilnya lebih besar dari nilai r tabel = 0,361 sehingga 26 item pernyataan tersebut dinyatakan layak dan dapat dijadikan sebagai instrumen penelitian.

3.7.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas menunjukan suatu pengertian bahwa instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpulan data karena instrumen tersebut sudah baik (Arikunto, 2006). Uji reliabilitas berkenaan dengan derajat konsistensi dan stabilitas data atau temuan (Sugiyono, 2010:268). Dalam pandangan positivistic (kuantitatif), suatu data dinyatakan reliable apabila dua atau lebih peneliti dalam objek yang sama menghasilkan data yang sama atau peneliti sama dalam waktu berbeda menghasilkan data yang sama atau sekelompok data bila dipecahkan menjadi dua menunjukan data yang tidak berbeda.

Berdasarkan penjelasan diatas maka dapat disimpulkan bahwa instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpulan data dan apabila instrumen sudah dapat dipercaya maka akan dapat menghasilkan data yang dapat dipercaya. Pada penelitian kali ini untuk menguji reliabilitas menggunakan rumus alpha atau cronbach's alpha (α), karena pada penelitian kali ini pertanyaan kuesioner meggunakan skala semantik maka dapat menggunakan rumus alpha atau cronbach's alpha (Husein Umar, 2010). Rumus tersebut dapat dilihat

$$r \, 11 = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum_{\sigma_b^2}}{\sigma_t^2} \right]$$

sebagai berikut:

Keterangan:

r11 = Reliabilitas instrumen

k = Banyak butir pertanyaan

 $\sigma t2$ = Varian total

 $\Sigma \sigma b2$ = Jumlah varian butir pertanyaan.

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

Pengujian reliabilitas instrumen pada penelitian kali ini menggukan bantuan *software IBM SPSS Statistics 25 for Windows*. Hasil uji reliabilitas dapat dilihat pada tabel 3.4 berikut :

Tabel 3. 4 Hasil Uji Reliabilitas

Jumlah no item	Variabel	Cσ hitung	С о minimal	Keterangan
26	Pengaruh citra hotel dan kepuasan terhadap loyalitas	0.953	0,70	Reliabel

Sumber: Hasil Olahan Penulis, 2018

Berdasarkan tabel 3.4 diatas, dapat diketahui bahwa nilai alpha adalah 0,953. Hal ini menunjukan bahwa variabel tersebut reliabel, dimana nilai alpha lebih besar dari koefisien reliabilitas minimal dan sesuai kriteria guilford dimana nilai 0,953 termasuk dalam rentang hubungan yang reliabel.

3.8 Teknik Analisis Data

3.8.1 Analisis Data Deskriptif

Menurut Sugiyono (2010, hlm. 147-148) yang menyatakan bahwa analisis deskriptif adalah analisis yang digunakan untuk menganalisa data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi. Analisis data deskriptif dilakukan untuk mengetahui gambaran umum karakteristik responden yang meliputi asal daerah, jenis kelamin, pendidikan, pekerjaan,

penghasilan, lama menginap, pengetahuan tentang hotel, dan juga tujuan menginap. Data-data yang disajikan meliputi frekuensi, proporsi dan rasio, ukuran-ukuran kecenderungan pusat (rata-rata hitung, median, modus) maupun ukuran-ukuran variasi seperti simpangan baku, variansi, rentang dan kuartil. (Nursalam, 2008). Pada penelitian ini dilakukan pembahasan mengenai pengaruh citra hotel dan kepuasan terhadap loyalitas tamu pada hotel bintang tiga di kota Bandung dan analisis data deskriptif yang digunakan untuk mendeskripsikan variabel-variabel penelitian yaitu diantaranya adalah:

- a. Analisis deskriptif tanggapan responden mengenai citra hotel bintang tiga di kota Bandung.
- b. Analisis deskriptif tanggapan responden mengenai kepuasan menginap di hotel bintang tiga di kota Bandung.

3.8.2 Analisis Data Verifikatif

Teknik analisis data verifikatif digunakan untuk membahas data kuantitatif. Analisis verifikatif dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda. Penelitian ini menggunakan skala ordial seperti yang dijelaskan dalam operasional variabel, maka dari itu data terlebih dahulu di transformasikan menjadi data interval untuk memenuhi persyaratan prosedur-prosedur analisis data selanjutnya. Semua data ordial yang sudah terkumpul terlebih dahulu perlu diubah menjadi skala interval dengan menggunakan *Method of Successive Interval* (MSI). Menurut Jonathan Sarwono (2012, hlm. 250), metode suksesif interval merupakan proses mengubah data ordinal menjadi data interval, kualitatif atau bukan angka sebenarnya. Data ordinal menggunakan angka sebagai simbol data kualitatif. Dalam contoh dibawah ini, misalnya:

- 1) Angka 1 mewakili "sangat rendah"
- 2) Angka 2 mewakili "rendah"
- 3) Angka 3 mewakili "netral"
- 4) Angka 4 mewakili "tinggi"
- 5) Angka 5 mewakili "sangat tinggi"

Menurut Harun Al-Rasyid (1994, hlm. 131) untuk melakukan transformasi data tersebut dilakukan dengan cara sebagi berikut :

- 1) Menghitung frekuensi (f) setiap pilihan jawaban berdasarkan hasil jawaban responden pada setiap pertanyaan.
- 2) Berdasarkan frekuensi yang diperoleh untuk setiap pertanyaan dilakuakan perhitungan proporsi (ρ) 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

- = (Decinty At Lower Limit) (Decinty At Upper Limit) (Area Below Upper Limit) – (Area Below Lower Limit)
- 6) Menghitung nilai hasil transformasi setiap pilihan jawaban melalui rumusan persamaan sebagai berikut :

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

3.8.3 Uji Asumsi Klasik

Asumsi Klasik merupakan salah satu pengujian prasyarat pada regresi linear berganda. Menurut Kuncoro (2013), Suatu model regresi yang valid harus memenuhi kriteria BLUE (*Best, Linear, Unbiased, and Estimated*). Untuk dapat mengetahui apakah model regresi yang kita gunakan dalam penelitian telah memenuhi kriteria BLUE, maka dilakukan uji prasyarat regresi linear berganda, yaitu uji Asumsi Klasik. Maka model regresi yang diajukan harus memenuhi persyaratan uji normalitas, uji asumsi *heteroskedastisitas*, uji asumsi multikolinieritas, dan uji hipotesis.

3.8.1.1 Uji Normalitas

33

Salah satu syarat utama untuk melakukan analisis regresi adalah uji normalitas. Data yang mengandung data ekstrim biasanya tidak memenuhi asumsi normalitas. Jika sebaran data mengikuti sebaran normal, maka populasi dari mana data diambil berdistribusi normal dan akan dianalisis menggunakan analisis parametrik. Data dinyatakan berdistribusi normal apabila signifikansinya lebih besar dari 0.05. dan jika lebih kecil dari 0,05 maka data residual terdistribusi tidak normal.

3.8.1.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel (Ghozali, 2001).

Untuk dapat menentukan apakah terdapat multikolinearitas dalam model regresi pada penelitian ini adalah dengan melihat nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) dan *tolerance* serta menganalisis matrix korelasi variabel-variabel bebas.

Dasar pengambilan keputusan dalam melihat nilai tolerance adalah:

- 1) Jika nilai tolarance lebih besar dari 0,10 maka artinya tidak terjadi multikolinearitas terhadap data yang di uji.
- Jika nilai tolarance lebih kecil dari 0,10 maka artinya terjadi multikolinearitas terhadap data yang di uji.

Dasar pengambilan keputusan dalam memelihat nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) adalah:

- Jika nilai VIF lebih kecil dari 0,10 maka artinya tidak terjadi multikolinearitas terhadap data yang di uji.
- 2) Jika nilai VIF lebih besar dari 10,00 maka artinya terjadi multikolinearitas terhadap data yang di uji.

3.8.1.3 Uji Heteroskedastisitas

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

34

lain, jika varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap disebut *homoskedastisitas*, untuk menguji ada tidaknya *heteroskedastisitas* dilakukan dengan cara mengkorelasikan setiap variabel bebas dengan nilai mutlak residualnya.

Model regresi yang baik adalah jika dalam hasil pengujian ini dinyatakan homogen atau homoskedastisitas. Karena jika homogen maka data sesuai dengan apa yang dibahas dalam penelitian ini. Uji heteroskedastisitas dengan uji Gletser bertujuan untuk menguji apakah dalam metode regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Dasar pengambilan keputusan uji heteroskedastisitas adalah:

- 1) Tidak terjadi *heteroskedastisitas*, jika nilai thitung lebih kecil dari ttabel dan nilai signifikansi lebih besar dari 0,05
- 2) Terjadi *heteroskedastisitas*, jika nilai thitung lebih besar dari ttabel dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0.05.

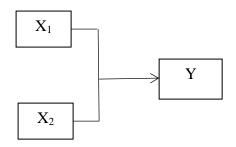
3.8.1.4 Uji Regresi Linear Berganda

Dalam upaya menjawab permasalahan dalam penelitian ini maka digunakan analisis regresi linear berganda (*Multiple Regression*). Analisis regresi pada dasarnya adalah studi mengenai ketergantungan variabel *dependen* (terikat) dengan satu atau lebih variabel *independen* (variabel penjelas/bebas), dengan tujuan untuk mengestimasi dan/atau memprediksi rata-rata populasi atau nilai-nilai variabel *dependen* berdasarkan nilai variabel *independen* yang diketahui (Ghozali, 2001).

Untuk regresi yang variabel independennya terdiri atas dua atau lebih, regresinya disebut juga regresi berganda. Oleh karena variabel *independen* diatas mempunyai variabel yang lebih dari dua, maka regresi dalam penelitian ini disebut regresi linear berganda.

Persamaan Regresi dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel *independen* atau bebas yaitu Citra Hotel (X_1) dan Kepuasan (X_2) terhadap variabel *dependen* atau terikat yaitu Loyalitas Tamu (Y).

Adapun desain penelitian yang digunakan adalah sebagai berikut:



Keterangan:

 $X_1 = citra hotel$

 $X_2 = kepuasan$

Y = loyalitas tamu

Rumus matemastis dari regresi berganda yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

$$\mathbf{Y} = \mathbf{a} + \mathbf{b}_1 \mathbf{X}_1 + \mathbf{b}_2 \ \mathbf{X}_2$$

Keterangan:

Y = Loyalitas Tamu

 X_1 = Citra Hotel

 X_2 = Kepuasan

 $\mathbf{a} = constanta$

 $\mathbf{b_1}$ = koefisien regresi antara citra hotel dengan loyalitas tamu

b₂ = koefisien regresi antara kepuasan dengan loyalitas tamu

3.8.1.5 Uji Hipotesis

Uji hipotesis merupakan metode untuk pengambilan keputusan berdasarkan suatu pernyataan atau dugaan sementara.

3.8.1.5.1 Uji F

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui secara serentak atau bersama-sama (simultan) variabel *independen* berpengaruh secara signifikan atau tidak terhadap variabel *dependen* (Djarwanto PS dan Pangestu S,1998:42). Dengan hipotesa:

Ho : $\beta = 0$ artinya, tidak ada pengaruh antara variabel bebas secara simultan terhadap loyalitas.

Ha : $\beta > 0$ artinya, ada pengaruh antara variabel bebas secara simultan terhadap loyalitas.

$$F = R_2 (n - (K - 1))$$

 $(1 - R)(K)$

Keterangan:

R = Koefisien korelasi berganda

K = Jumlah variabel bebas

n = Jumlah sampel

Dengan tingkat signifikansi (α) yang digunakan adalah 5%, distribusi F dengan derajat kebebasan (α; K-1, n-K).

Kriteria pengujian:

F Hitung < F Tabel = Ho diterima, artinya variabel independen secara serentak atau bersamaan tidak mempengaruhi variabel dependen secara signifikan.

F Hitung > F Tabel = Ho ditolak, artinya variabel independen secara serentak atau bersama-sama mempengaruhi variabel dependen secara signifikan.

3.8.1.5.2 Uji Parsial (Uji T)

Uji T pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel independen (Ghozali, 2001). Langkah-langkah uji hipotesis untuk koefisien regresi adalah:

1) Perumusan hipotesis Nihil (H_0) dan Hipotesis Alternatif (H_1)

$$H_0: \beta_1 = 0$$

Tidak ada pengaruh yang signifikan dari masing-masing variabel bebas (X_1, X_2) terhadap variabel terikat (Y).

$$H_1: \beta_0 \neq 0$$

Ada pengaruh yang signifikan dari masing-masing variabel bebas (X_1, X_2) terhadap variabel terikat (Y).

2) Penentuan harga t tabel berdasarkan taraf signifikansi dan taraf derajat kebebasan

- Taraf signifikansi = 5% (0,05)
- Derajat kebebasan = (n-1-k)
- 3) H_0 diterima dan H_1 ditolak jika nilai t hitung < dari t tabel atau jika nilai sig > dari 0,05

 H_0 ditolak dan H_1 diterima jika nilai t hitung > dari t tabel atau jika nilai sig < dari 0.05

3.8.1.6 Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien determinasi (R²) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel independen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R² yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen (Ghozali, 2001).

Rumus koefisien determinasi (kd) yaitu:

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

Keterangan:

KD = Koefisien determinasi

r = Koefisien korelasi

Adapun tabel tentang pedoman koefisien determinasi yang dapat dilihat pada table 3.5 dibawah ini :

Tabel 1.5
Pedoman Koefisien Determinasi

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

Sumber : Sugiyono (2012)