BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Objek penelitian merupakan suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variabel tertentu yang ditetapkan untuk dipelajari dan ditarik kesimpulan.

Penelitian ini menganalisis pengaruh *Resource Capabilities* terhadap *Customer Loyalty* Banana Inn Hotel & Spa Bandung. Variabel bebas atau *independent variabel* adalah *Resource Capabilities* (X) yang terdiri dari lima dimensi yaitu *Cleanliness* (X1)*, Room Quality* (X2)*,* dan *Family Friendliness* (X3), *Customer Service* (X4)*, Value for Money* (X5). Sedangkan objek penelitian yang menjadi variabel terikat atau *dependent variable* yaitu *Customer Loyalty* (Y) yang terdiri dari dua dimensi yaitu *Stay Again and Recommend to Friend.*

Objek penelitian yang dijadikan responden adalah tamu *convention* yang melakukan kegiatan *fullboard meeting package* di Banana Inn Hotel & Spa Bandung. Penelitian ini dilakukan dalam kurun waktu kurang dari satu tahun dengan menggunakan metode *cross sectional*. *Cross sectional method* adalah metode penelitian yang mempelajari objek dalam kurun waktu tertentu (tidak berkesinambungan dalam jangka waktu panjang).

3.2 Metode Penelitian

Menurut Sugiyono (2013:2), metode penelitian merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Cara ilmiah berarti kegiatan penelitian itu didasarkan pada ciri-ciri keilmuan, yaitu rasional, empiris, dan sistematis. Rasional berarti kegiatan penelitian itu digunakan dengan cara-cara yang masuk akal, sehingga terjangkau oleh penalaran manusia. Empiris berarti cara-cara yang dilakukan itu dapat diamati oleh indera manusia, sehingga orang lain dapat mengamati dan mengetahui cara-cara yang digunakan. Sistematis artinya proses yang digunakan dalam penelitian itu menggunakan langkah-langkah tertentu yang bersifat logis. Data yang diperoleh melalui penelitian itu adalah data empiris (teramati) yang mempunyai kriteria tertentu yaitu valid. Valid menunjukan derajad ketepatan antara data sesungguhnya terjadi pada obyek dengan data yang dapat dikumpulkan oleh peneliti.

3.2.1 Jenis Penelitian dan Metode yang Digunakan

Berdasarkan variabel-variabel yang diteliti maka jenis suatu penelitian dari penelitian ini yaitu penelitian deskriptif dan penelitian verifikatif. Sugiyono (2013:147) berpendapat bahwa,

> Penelitian deskriptif adalah statistik 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.

Melalui jenis penelitian deskriptif ini maka dapat di peroleh deskripsi mengenai pengaruh *resource capabilities* terhadap *customer loyalty* Banana Inn Hotel & Spa Bandung.

Selain penelitian deskriptif terdapat jenis penelitian verifikatif yaitu penelitian yang menguji kebenaran suatu hipotesis dengan melakukan pengumpulan data di lapangan. Penelitian ini akan menguji mengenai kebenaran hipotesis melalui pengumpulan data dilapangan dengan menggunakan metode survey. Menurut Sugiyono (2013:6) metode *survey* digunakan untuk mendapatkan data dari tempat tertentu yang alamiah (bukan buatan), tetapi peneliti melakukan perlakuan dalam pengumpulan data misalnya dengan mengedarkan kuisioner, test, wawancara terstruktur dan sebagainya (perlakuan tidak seperti dalam eksperimen). Metode survey ini bertujuan untuk menjelaskan hubungan antara variabel-variabel melalui pengujian hipotesis terhadap tamu loyal yang datang menginap di Banana Inn Hotel & Spa guna mengetahui sejauh mana pengaruh *resource capabilities* terhadap *customer loyalty* pada pelanggan *fullboard meeting package* di Banana Inn Hotel & Spa.

3.2.2 Operasionalisasi Variabel

Penelitian ini terdiri dari dua varibel inti, yaitu variabel bebas/independen dan variabel terikat/dependen. Variabel bebas adalah merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Sugiyono (2012:64) mengungkapkan variabel independen merupakan variabel yang sering disebut sebagai variabel *stimulus, prediktor, antecedent.* Sedangkan variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Menurut Sugiyono (2012:64) mengungkapkan variabel dependen merupakan variabel *output,* kriteria, konsekuen. Sugiyono (2010:81) mengungkapkan bahwa *operasional variabel*

adalah "suatu definisi yang diberikan kepada suatu variabel dengan memberi arti atau menspesifikasikan kegiatan atau membenarkan suatu operasional yang diperlukan untuk mengukur variabel tersebut".

Variabel bebas atau *independent variable* adalah *Resource Capabilities* (X) yang terdiri dari *Cleanliness* (X1)*, Room Quality* (X2)*, Family Friendliness* (X3), *Customer Service* (X4) dan *Value for Money* (X5). Sedangkan objek penelitian yang menjadi variabel terikat atau *dependent variable* yaitu *Customer Loyalty* (Y) yang terdiri dari dua dimensi yaitu *Stay Again and Recommend to Friend.* Pengaruh diantara variabel-variabel tersebut akan dianalisis melalui pengukuran variabel-variabel penelitian yang dijelaskan dalam tabel 3.1 operasionalisasi variabel berikut:

TABEL 3.1
OPERASIONALISASI VARIABEL PENELITIAN

Variabel	Sub Variabel	Konsep Variabel dan Sub Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
Resource Capabilities (X)	*Resource capabilities* sekumpulan faktor berupa aset-aset yang dimiliki perusahaan dan dikelola secara efektif dalam memanfaatkan sumber daya secara maksimal guna bernilai lebih tinggi dari perusahaan lain dalam menghasilkan produk dan jasa yang sejenis. Ramanathan (2013:410)					
	***Cleanliness* ()**	Kebersihan setiap ruangan/*public area* yang berada pada semua bagian hotel/departemen juga kebersihan pada pegawai. Ramanathan (2013:410)	Bersih	Tingkat kebersihan ruangan di setiap bagian hotel/ *departement office* Banana Inn Hotel dan juga kebersihan pegawai.	Ordinal	C.1.1
			Rapi	Tingkat kerapihan segala *furniture* dan juga peralatan yang terdapat di setiap	Ordinal	C.1.2

				bagian hotel/ *departement office* Hotel dan juga kerapian pegawai.		
			Wangi	Tingkat keharuman dalam setiap ruangan Banana Inn Hotel.	Ordinal	C.1.3
	Room Quality)	Berkaitan dengan kualitas ruangan yang meliputi luas kamar, *furniture* yang digunakan, suasana yang tercipta, penerangan yang memadai dan fasilitas yang terdapat di dalamnya. Ramanathan (2013:410)	Luas Kamar	Tingkat keluasan pada kamar maupun ruangan yang berada di Banana Inn Hotel.	Ordinal	C.2.1
Sa			*Furniture*	Tingkat kesesuaian *furniture* yang digunakan pada setiap ruangan.	Ordinal	C.2.2
			Suasana	Tingkat kenyamanan suasana yang tercipta pada setiap ruangan di Banana Inn Hotel.	Ordinal	C.2.3
			Cahaya	Tingkat penerangan ruangan di area Banana Inn Hotel.	Ordinal	C.2.4
			Ketersediaan Fasilitas	Tingkat ketersediaan fasilitas yang dibutuhkan para tamu.	Ordinal	C.2.5
	Family Friendliness)	Mengenai bagaimana hubungan yang tercipta antara semua pegawai yang bekerja di hotel dengan para tamu terjalin dengan sangat	Ramah	Tingkat keramahan para staf baik berkomunikasi secara langsung maupun via telepon.	Ordinal	C.3.1
			Akrab	Tingkat keakraban antara staf hotel dengan para tamu.	Ordinal	C.3.2

		baik ketika terjadi proses transaksi maupun setelah transaksi tersebut selesai sepeti hubungan keluarga. Ramanathan (2013:410)	Empati	Tingkat empati para staf hotel kepada para tamu.	Ordinal	C.3.3
	Customer Service	*Customer Service* adalah pihak hotel yang disediakan khusus guna membantu para tamu yang ingin bertanya baik seputar informasi tentang *event* apa yang sedang terjadi juga informasi mengenai kamar dan fasilitas lainnya. Ramanathan (2013:410)	Jelas	Tingkat kejelasan informasi kamar dan fasilitas lainnya yang diberikan kepada para tamu.	Ordinal	C.4.1
			Komunikatif	Tingkat kemampuan para staf hotel dalam berkomunikasi juga pengetahuan yang dimiliki guna menunjang pembicaraaan dengan para tamu.	Ordinal	C.4.2
Sam			Kemudahan	Tingkat kemudahan para tamu dalam mendapatkan informasi tentang hotel.	Ordinal	C.4.3
	Value for Money	Merupakan segala fasilitas produk dan jasa yang akan kita dapatkan pada sebuah hotel sebagai pengganti dengan mengeluarkan sejumlah uang yang telah	Kesesuaian Produk/Jasa	Tingkat kesesuaian produk/jasa yang didapatkan dengan harga yang ditawarkan.	Ordinal	C.5.1
			Kualitas Produk/Jasa	Tingkat kualitas produk/jasa yang didapatkan dengan harga yang ditawarkan.	Ordinal	C.5.2

		disepakati. Ramanathan (2013:410)				
Customer Loyalty **(Y)**	Loyalitas adalah keputusan pelanggan untuk secara suka rela terus berlangganan dengan perusahaan tertentu dalam jangka waktu yang lama. Loyalitas kaan berlanjut sepanjang pelanggan merasakan nilai yang lebih baik dibandingkan jika beralih ke penyedia jasa lain. Lovelock and Wirtz (2011:338)					
	Stay Again	Ketika tamu merasa puas terhadap produk atau jasa yang diterima dari suatu perusahaan, maka tamu cenderung akan menggunakannya disaat membutuhkan di masa yang akan datang.	Frekuensi Pembelian	Tingkat frekuensi pembelian ulang yang dilakukan.	Ordinal	D.1.1
			Pembelian di Masa Depan	Tingkat frekuensi pembelian di masa depan.	Ordinal	D.1.2
			Pembelian Fasilitas lainnya	Tingkat frekuensi pembelian fasilitas lainnya yang tersedia di Banana Inn hotel.	Ordinal	D.1.3
	Recommend to Friend	Disaat tamu sudah merasa puas dan akhirnya loyal terhadap suatu perusahaan maka tamu tersebut tidak mudah tergoda oleh perusahaan sejenis lain juga cenderung merekomendasikan dan berbicara hal-hal yang positif tentang perusahaan tersebut baik kepada keluarga juga rekan-rekannya.	Melakukan Rekomendasi	Tingkat dalam melakukan rekomendasi produk/jasa hotel kepada teman.	Ordinal	D.2.1
				Tingkat dalam melakukan rekomendasi produk/jasa hotel kepada perusahaan/ instansi lain.	Ordinal	D.2.2
				Tingkat dalam melakukan rekomendasi produk/jasa hotel kepada keluarga.	Ordinal	D.2.3

Sambu

Sumber: Modifikasi peneliti dari berbagai literatur 2014

3.2.3 Jenis dan Sumber Data

Pengumpulan data dapat dilakukan dalam berbagai setting, berbagai sumber, dan berbagai cara. Bila dilihat dari *setting*-nya, data dapat dikumpulkan pada *setting* alamiah *(natural setting),* pada laboratorium dengan metode eksperimen, di rumah dengan berbagai responden, pada suatu seminar, diskusi, di jalan, dll. Bila dilihat dari sumber datanya, maka pengumpulan data dapat menggunakan sumber primer dan sumber sekunder. Menurut Sugiyono (2013:225) sumber primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data, dan sumber sekunder merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen.

TABEL 3.2
JENIS DAN SUMBER DATA

No	Data	Jenis Data	Sumber Data
1.	Karakteristik tamu loyal konvensi yang menginap di Banana Inn Hotel 2013	Primer	Tamu konvensi
2.	Tanggapan Tamu Terhadap *Resource Capabilities* yang diimplementasikan oleh Banana Inn Hotel	Primer	Tamu Bisnis yang Menggunakan *Fullboard Meeting Package*
3.	Tanggapan Tamu Mengenai *Fullboard Meeting Package* Banana Inn Hotel	Primer	Tamu konvensi
4.	Jumlah Kunjungan Wisatawan Mancanegara ke Indonesia Tahun 2010-2012	Sekunder	BPS dan Kemenbudpar 2013
5.	Klasifikasi Hotel Berbintang di bandung Tahun 2010-2012	Sekunder	Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Bandung 2013
6.	Daftar Nama Hotel bintang 4 di kota Bandung 2013	Sekunder	Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota

			Bandung Sept 2014
7.	Daftar Harga *Meeting Package* Banana Inn Hotel & Spa 2013	Sekunder	*Sales and Marketing* Banana Inn Hotel 2014
8.	*Market Segment* Banana Inn Hotel & Spa bandung 2013	Sekunder	*Sales and Marketing* Banana Inn Hotel 2014
9.	*Room Available, Room Sold, Room Occupancy* Banana Inn Hotel & Spa 2010-2013	Sekunder	*Front Office Dept.* Banana Inn Hotel 2014
10.	Data Tamu Bisnis Perusahaan *Corporate* dan *Government* yang Menggunakan *Meeting Package* di Banana Inn Hotel 2011-2013	Sekunder	*Front Office Dept.* Banana Inn Hotel 2014
11.	Strategi *Resource Capabilities* Banana Inn Hotel & Spa 2013	Sekunder	*Sales and Marketing* Banana Inn Hotel 2014

Sumber : Hasil Pengolahan Data dan Referensi 2014

3.2.4 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

3.2.4.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2013:80), populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Jadi populasi bukan hanya orang, tetapi juga obyek dan benda-benda alam yang lain.

Berdasarkan pengertian tersebut, tabel 3.3 berikut merupakan jumlah instansi atau perusahaan loyal yang menggunakan kembali *meeting package* Banana Inn Hotel Bandung pada tahun 2013 yaitu sebagai berikut:

TABEL 3.3
POPULASI TAMU *CONVENTION* YANG MENGGUNAKAN *FULLBOARD MEETING PACKAGE* DI BANANA INN HOTEL TAHUN 2013

Tahun	Pengguna *Meeting Package*	Populasi

2013	***Coorporate***	***Goverment***	38
	19	19	

Sumber: *Sales & Marketing Department* Banana Inn Hotel Bandung 2014

Dalam tabel 3.3 tersebut maka pada penelitian ini populasi yang akan dijadikan responden adalah pengambil keputusan untuk menggunakan *meeting package* pada 38 perusahan.

3.2.4.2 Sampel

Sugiyono (2013:81) berpendapat bahwa sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi dikarenakan keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Apa yang dipelajari dari sampel itu, kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus benar-benar representatif (mewakili).

Sampel yang akan diteliti dalam penelitian ini merupakan instansi atau perusahaan loyal yang melaksanakan *convention* di Banana Inn Hotel. Dikarenakan populasi pada penelitian ini berjumlah sedikit, yaitu 38 maka total populasi tersebut dijadikan sampel berupa 38 perusahaan loyal yang melaksanakan *convention* di Banana Inn Hotel.

3.2.4.3 Teknik Sampling

Sugiyono (2013:81) berpendapat bahwa teknik sampling adalah merupakan teknik pengambilan sampel. Untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian, terdapat berbagai teknik sampling yang digunakan. Teknik sampling pada dasarnya dapat dikelompokkan menjadi dua yaitu *Probability Sampling* yang meliputi *simple random sampling, proportionate stratified random, disproportionate stratified random,* dan *sampling area (cluster) sampling.* Sedangkan *Nonprobability Sampling* meliputi *sampling sistematis, sampling kuota, sampling aksidental, sampling purposive, sampling jenuh, dan snowball sampling.*

Pada penelitian ini, teknik sampling yang digunakan yaitu sampling jenuh. Menurut Sugiyono (2013:122) "Sampling jenuh adalah tehnik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel". Hal ini sering dilakukan bila jumlah populasi relatif kecil, atau penelitian yang ingin membuat generalisasi dengan kesalahan yang sangat kecil. Istilah lain sampel jenuh adalah sensus, dimana semua anggota populasi dijadikan sampel.

Jadi jumlah sampel yang diteliti untuk setiap subpopulasi adalah sebanyak 19 responden untuk karakteristik tamu *corporate* dan 19 responden untuk karakteristik tamu *government*.

3.2.5 Teknik Pengumpulan Data

Terdapat dua hal utama yang mempengaruhi kualitas data hasil penelitian yaitu, kualitas instrumen penelitian, dan kualitas pengumpulan data. Kualitas

instrumen penelitian berkenaan dengan validitas dan reliabilitas instrumen dan kualitas pengumpulan data berkenaan dengan ketepatan cara-cara yang digunakan untuk mengumpulkan data. Oleh karena itu instrumen yang telah teruji validitas dan realiabilitasnya, belum tentu dapat menghasilkan data yang valid dan reliabel, apabila instrumen tersebut tidak digunakan secara tepat dalam pengumpulan datanya. Pengumpulan data dapat dilakukan dalam berbagai *setting,* berbagai sumber dan berbagai cara. Menurut Sugiyono (2013:137) terdapat tiga jenis pengumpulan data berdasarkan tekniknya yaitu:

1. Interview (wawancara)

Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data, apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit/kecil. Teknik pengumpulan data ini mendasarkan diri pada laporan tentang diri sendiri atau *self-report,* atau setidak-tidaknya pada pengetahuan dan atau keyakinan pribadi.

Interview ini dilakukan pada *Front Office Manager, Supervisor, Night Audit, Director of Sales, Sales Executive, Sales Admin,* dan *Human Resource Manager* Banana Inn Hotel Bandung. Wawancara ini dilakukan untuk memperoleh data mengenai profil perusahaan, *room occupancy*, *sold, available*, strategi yang digunakan, dan yang lainnya.

Wawancara dapat dilakukan secara terstruktur maupun tidak struktur, dan dapat dilakukan melalui tatap muka (*face to face*) maupun dengan menggunakan telepon.

a. Wawancara Terstruktur

Wawancara terstruktur digunakan sebagai teknik pengumpulan data, bila peneliti atau pengumpul data telah mengetahui dengan pasti tentang informasi apa yang akan diperoleh. Oleh karena itu dalam melakukan wawancara, pengumpul data telah menyiapkan instrumen penelitian berupa pertanyaan-pertanyaan tertulis yang alternatif jawabannya pun telah disediakan. Dengan wawancara terstruktur ini setiap responden diberi pertanyaan yang sama, dan pengumpul data mencatatnya. Dengan wawancara terstruktur ini pula, pengumpulan data dapat menggunakan beberapa pewawancara sebagai pengumpul data.

b. Wawancara Tidak Terstruktur

Wawancara tidak terstruktur adalah wawancara yang bebas dimana peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara yang telah tersusun secara sistematis dan lengkap untuk pengumpulan datanya. Pedoman wawancara yang digunakan hanya berupa garis-garis besar permasalahan yang akan ditanyakan. Wawancara tidak terstruktur atau terbuka, sering digunakan dalam penelitian pendahuluan atau malahan untuk penelitian yang kebih mendalam tentang responden.

2. Kuisioner (Angket)

Kuisioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuisioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden. Selain itu, kuisioner juga cocok digunakan bila jumlah responden cukup besar dan tersebar di wilayah yang luas. Kuisioner dapat berupa pertanyaan/pernyataan tertutup atau terbuka, dapat diberikan kepada responden secara langsung atau dikirim melalui pos atau internet.

Kuesioner tersebut berisi pertanyaan dan pernyataan mengenai karakteristik responden, pengalaman pelanggan yang dirasakan responden hotel, respon mengenai strategi *resource capabilities* yang diimplementasikan oleh pihak hotel, dan juga bagaimana *customer loyalty* di Banana Inn Hotel Bandung.

3. Observasi

Observasi sebagai teknik pengumpulan data mempunyai ciri yang spesifik bila dibandingkan dengan teknik yang lain, yaitu wawancara dan kuisioner. Jika wawancara selalu berkomunikasi dengan orang, maka observasi tidak terbatas pada orang, tetapi juga obyek-obyek alam yang lain.

Observasi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari pelbagai proses biologis dan psikologis. Dua diantara yang terpenting adalah proses-proses pengamatan dan ingatan. Teknik pengumpulan data dengan observasi digunakan bila, penelitian berkenaan dengan perilaku manusia, proses kerja, gejala-gejala alam dan bila responden yang diamati tidak terlalu besar.

Observasi yang dilakukan dengan cara meninjau serta melakukan pengamatan langsung terhadap objek yang di teliti yaitu Banana Inn Hotel Bandung mengenai strategi *resource capabilities* dan juga *customer loyalty* tamu bisnis yang menggunakan *fulboard meeting package* di Banana Inn Hotel.

Selanjutnya dari segi instrumentasi yang digunakan, maka observasi yang dilakukan penulis adalah Observasi terstruktur yaitu observasi yang telah dirancang secara sistematis, tentang apa yang akan diamati yaitu sejauh mana pengaruh *resource capabilities* terhadap *customer loyalty* yang terjadi pada tamu *convention*, di mana tempatnya yaitu Banana Inn Hotel. Jadi observasi terstruktur apabila peneliti telah tahu dengan pasti variabel apa yang akan diamati. Dalam melakukan pengamatan, peneliti menggunakan instrumen penelitian yang telah teruji validitas dan reliabilitasnya.

4. Studi Literatur

Studi literatur merupakan usaha pengumpulan informasi yang berhubungan dengan teori-teori yang berkaitan dengan masalah variabel

yang diteliti yang terdiri dari pengaruh *resource capabilities* dan *customer loyalty*. Studi literatur dapat dilakukan dengan mempelajari buku maupun jurnal pemasaran yang mempelajari atau meneliti kedua variabel tersebut.

3.2.6 Pengujian Validitas dan Realibitas

Pada suatu penelitian, data mempunyai kedudukan paling tinggi, karena data merupakan gambaran dari variabel yang diteliti dan fungsinya sebagai pembentukan hipotesis. Oleh karena itu benar tidaknya data akan sangat menentukan mutu hasil penelitian. Sedangkan benar tidaknya data tergantung dari baik tidaknya instrumen pengumpulan data. Instrumen yang baik harus memenuhi dua persyaratan penting yaitu valid dan *reliable*. Penelitian ini menggunakan data ordinal. Oleh karena itu, semua data ordinal yang terkumpul terlebih dahulu ditransformasi menjadi skala interval dengan menggunakan *method of successive interval* (MSI). Pengujian validitas dan realibilitas pada penelitian ini dilakukan dengan bantuan SPSS 20 *for windows*.

3.2.6.1 Pengujian Validitas

Sugiyono (2013:267) berpendapat bahwa validitas merupakan derajad ketepatan antara data yang terjadi pada objek penelitian. Dengan demikian data yang valid adalah data "yang tidak berbeda" antar data yang dilaporkan oleh penelitian dengan data yang sesungguhnya terjadi pada obyek penelitian.

Data mempunyai kedudukan paling tinggi karena data merupakan penggambaran variabel yang diteliti dan fungsinya sebagai pembentukan hipotesis. Oleh karena itu, benar tidaknya data sangat menentukan mutu hasil

penelitian. Sedangkan benar tidaknya data tergantung dari baik tidaknya instrument pengumpulan data. Instrumen yang baik harus memenuhi dua persyaratan penting yaitu valid dan *reliable*. Sugiyono (2013:121) berpendapat bahwa:

> Instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur itu valid). Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Instrumen yang valid harus memiliki validitas internal dan eksternal.

Dengan menggunakan instrumen yang valid dan reliabel dalam pengumpulan data, maka diharapkan hasil penelitian akan menjadi valid dan reliabel yang merupakan syarat mutlak dalam suatu penelitian. Dalam penelitian ini, dilakukan uji validitas untuk mengukur bahwa terdapat kesamaan antara data yang ada dengan yang sesungguhnya terjadi pada objek penelitian. Jenis validitas yang digunakan adalah validitas konstruk yang menentukan validitas dengan cara mengkorelasikan antara skor yang diperoleh dari masing-masing item berupa pertanyaan dengan skor totalnya. Skor total ini merupakan nilai yang diperoleh dari penjumlahan semua skor item. Berdasarkan ukuran statistik, bila ternyata skor semua item yang disusun menurut dimensi konsep berkorelasi dengan skor totalnya, maka dapat dikatakan bahwa alat ukur tersebut mempunyai validitas.

Rumus yang digunakan untuk menguji validitas menggunakan nilai korelasi skor total yang memakai teknik *Korelasi Product Moment.* Adapun rumus yang digunakan untuk menghitung kevalidan dari suatu instrumen rumus *Korelasi Product Moment,* yang dikemuka oleh Pearson sebagai berikut:

$$r = \frac{N\sum XY - \left(\sum X\right)\left(\sum Y\right)}{\sqrt{\left\{\left(N\sum X^2\right) - \left(\sum X\right)^2\right\}\left\{N\sum Y^2 - \left(\sum Y\right)^2\right\}}}$$ Sugiyono (2013:183)

Keterangan :

r	=	Koefisien validitas item yang dicari
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

Dalam penelitian ini yang akan diuji adalah validitas dari variabel *cleanliness, room quality, family friendliness, customer service* dan *value for money* sebagai instrumen variabel X dan *customer loyalty* sebagai variabel Y.

Peneliti dapat memberi interprestasi terhadap kuatnya suatu hubungan dengan melihat besarnya koefisien korelasi. Berikut ini tabel pedoman untuk memberikan interprestasi koefisien korelasi dapat dilihat pada Tabel 3.4:

TABEL 3.4
PEDOMAN UNTUK MEMBERIKAN INTERPRESTASI KOEFISIEN KORELASI

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 - 0,199	Sangat Rendah
0,20 - 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat Kuat

Sumber: Sugiyono (2013:184)

Setelah melakukan analisis faktor dengan cara mengkorelasikan jumlah skor faktor dengan skor total, maka langkah selanjutnya adalah melakukan perbandingan antara r_{hitung} dengan $r_{tabel.}$ Keputusan pengujian validitas item instrumen adalah sebagai berikut:

1. Nilai r dibandingkan dengan nilai r_{tabel} dengan rumus dk = n-2 dan taraf signifikansi $\alpha = 0,1$
2. Item pertanyaan yang diteliti dikatakan valid jika $r_{hitung} > r_{tabel.}$
3. Item pertanyaan yang diteliti dikatakan tidak valid jika $r_{hitung} < r_{tabel}$

Berdasarkan hasil perhitungan validitas item instrumen dengan bantuan program SPSS 20, menunjukan bahwa item pertanyaan dalam kuisioner valid karena $r_{hitung} > r_{tabel}$ yang bernilai 0,270. Berikut merupakan tabel hasil uji validitas instrumen penelitian:

TABEL 3.5

HASIL UJI VALIDITAS INSTRUMEN PENELITIAN

No	Instrumen	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
	***Resource Capabilities* (X)**			
Cleanliness				
1	Kebersihan ruangan di setiap bagian hotel/ *departement office* Banana Inn Hotel dan juga kebersihan pegawai.	0,782	0,270	**VALID**
2	Kerapihan segala *furniture* dan juga peralatan yang terdapat di setiap bagian hotel/ *departement office* Hotel dan juga kerapian pegawai.	0,765	0,270	**VALID**
3	Keharuman dalam setiap ruangan Banana Inn Hotel.	0,379	0,270	**VALID**
Room Quality				
1	Keluasan pada kamar maupun ruangan yang berada di Banana Inn Hotel	0, 641	0,270	**VALID**
2	Kesesuaian *furniture* yang digunakan pada setiap ruangan.	0,782	0,270	**VALID**
3	Kenyamanan suasana yang tercipta pada setiap	0,364	0,270	**VALID**

	ruangan di Banana Inn Hotel.			
4	Penerangan ruangan di area Banana Inn Hotel.	0,694	0,270	**VALID**
5	Ketersediaan fasilitas yang dibutuhkan para tamu.	0,595	0,270	**VALID**
Family Friendliness				
1	Keramahan para staf baik berkomunikasi secara langsung maupun via telepon.	0, 850	0,270	**VALID**
2	Keakraban antara staf hotel dengan para tamu.	0,879	0,270	**VALID**
3	Empati para staf hotel kepada para tamu.	0,777	0,270	**VALID**
Customer Service				
1	Kejelasan informasi kamar dan fasilitas lainnya yang diberikan kepada para tamu.	0,832	0,270	**VALID**
2	Kemampuan para staf hotel dalam berkomunikasi juga pengetahuan yang dimiliki guna menunjang pembicaraaan dengan para tamu.	0,800	0,270	**VALID**
3	Kemudahan para tamu dalam mendapatkan informasi tentang hotel.	0,709	0,270	**VALID**
Value for Money				
1	Kesesuaian produk/jasa yang didapatkan dengan harga yang ditawarkan.	0,869	0,270	**VALID**
2	Kualitas produk/jasa didapatkan dengan harga yang ditawarkan.	0,753	0,270	**VALID**
Customer Loyalty (X)				
Stay Again				
1	Frekuensi pembelian ulang yang dilakukan.	0,477	0,270	**VALID**
2	Frekuensi pembelian di masa depan.	0,573	0,270	**VALID**
3	Frekuensi pembelian fasilitas lainnya yang tersedia di Banana Inn hotel.	0,354	0,270	**VALID**
Recommend to Friend				
1	Melakukan rekomendasi produk/jasa hotel kepada keluarga.	0,433	0,270	**VALID**
2	Melakukan rekomendasi produk/jasa hotel kepada perusahaan/instansi lain	0,696	0,270	**VALID**
3	Melakukan rekomendasi produk/jasa hotel kepada teman.	0,513	0,270	**VALID**

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2014

Tabel 3.5 hasil pengolahan data diatas menunjukan pengujian validitas dari sub variabel *resource capabilities* dan *customer loyalty* yang dilakukan dengan jumlah responden 38 perusahaan. Berdasarkan tabel diatas, item-item pernyataan dalam kuisioner adalah valid, karena $r_{hitung} > r_{tabel}$ yang bernilai 0,270.

Pengukuran validitas terhadap *cleanliness,* nilai tertinggi sebesar 0,782 pada item nomor 1 untuk pernyataan "kebersihan ruangan di setiap bagian hotel dan juga kebersihan pegawai", sedangkan nilai terendah yaitu pada item nomor 3 yaitu " keharuman dalam setiap ruangan hotel". Pengukuran validitas terhadap *room quality,* nilai tertinggi sebesar 0,782 pada item nomor 2 untuk pernyataan "kesesuaian *furniture* yang digunakan pada setiap ruangan", sedangkan nilai terendah yaitu pada item nomor 3 yaitu "kenyamanan suasana yang tercipta pada setiap ruangan di hotel". Pengukuran validitas terhadap *family friendliness*, nilai tertinggi sebesar 0,879 pada item nomor 2 untuk pernyataan "keakraban antara staff hotel dengan para tamu", sedangkan nilai terendah yaitu pada item nomor 3 yaitu "empati para staff hotel kepada para tamu". Pengukuran validitas tamu terhadap *customer service*, nilai tertinggi sebesar 0,832 pada item nomor 1 untuk pernyataan "kejelasan informasi kamar dan fasilitas lainnya yang diberikan kepada para tamu", sedangkan nilai terendah yaitu pada item nomor 3 yaitu "kemudahan para tamu dalam mendapatkan informasi tentang hotel". Pengukuran validitas tamu terhadap *value for money,* nilai tertinggi sebesar 0,832 pada item nomor 1 untuk pernyataan "kesesuaiann produk/jasa yang didapatkan dengan harga yang ditawarkan", sedangkan nilai terendah yaitu pada item nomor 2 yaitu "kualitas produk/jasayang didapatkan dengan harga yang ditawarkan".

Pada pengujian validitas untuk variabel *customer loyalty,* pengukuran validitas tamu terhadap *stay again,* nilai tertinggi sebesar 0,573 pada item nomor 2 untuk pernyataan "frekuensi pembelian di masa depan", sedangkan nilai terendah yaitu pada item nomor 3 yaitu "frekuensi pembelian fasilitas lainnya

yang tersedia di Banana Inn Hotel". Pengukuran validitas tamu terhadap *recommend to friend,* nilai tertinggi sebesar 0,696 pada item nomor 2 untuk pernyataan "melakukann rekomendasi produk/jasa hotel kepada perusahaan/instansi lain", sedangkan nilai terendah yaitu pada item nomor 1 yaitu "melakukann rekomendasi produk/jasa hotel kepada keluarga".

3.2.6.2 Pengujian Reliabilitas

Reliabilitas adalah suatu nilai yang menunjukan konsistensi suatu alat pengukur didalam mengukur gejala yang sama. Reliabilitas juga dapat diartikan sebagai suatu karakteristik terkait dengan keakuratan, ketelitian dan kekonsistenan. Pengujian reliabilitas menjelaskan bahwa suatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data, karena instrumen tersebut sudah baik. Instrumen yang sudah dapat dipercaya, yang reliabel akan menghasilkan data yang dapat dipercaya juga. Reliabilitas berkenaan dengan derajat konsistensi dan stabilitas data atau temuan. Sugiyono (2013:268) berpendapat bahwa:

> Reliabilitas berkenaan dengan derajat konsistensi dan stabilitas data atau temuan. Dalam pandangan positivistik, suatu data dinyatakan reliabel apabila dua atau lebih penelitian sama dalam waktu berbeda menghasilkan data yang sama, atau sekelompok data bila dipecah menjadi dua menunjukan data yang tidak berbeda.

Pada penelitian ini, untuk pengujian reliabilitas menggunakan rumus *Cronbach`s alpha* (α), yaitu:

$$r11 = \left\{\frac{k}{k-1}\right\}\left\{1-\frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_1^2}\right\}$$ (Suharsini Arikunto, 2008:171)

Keterangan :

r11 = reliabilitas instrumen
k = banyaknya butir pertanyaan
σ_1^2 = variasi total
$\sum \sigma_b^2$ = jumlah varians total

Jumlah varian butir dapat dicari dengan cara mencari nilai varians tiap butir, kemudian jumlahkan seperti berikut ini :

$$\sigma^2 = \frac{\sum x^2 - \frac{\left(\sum x\right)^2}{n}}{n}$$

Keterangan :

n = jumlah sample
σ^2 = nilai variansi
x = nilai skor yang dipilih (total nilai dari nomor-nomor butiran pertanyaan)

Keputusan uji reliabilitas ditentukan dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Jika koefisien internal seluruh item $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ dengan tingkat signifikansi 10% maka item pertanyaan dikatakan reliabel.
2. Jika koefisien internal seluruh item $r_{hitung} \leq r_{tabel}$ dengan tingkat signifikansi 10% maka item pertanyaan dikatakan tidak reliabel.

Perhitungan uji reliabilitas dilakukan menggunakan alat bantu software SPSS (*Statistical Product For Service Solution*) 20 dan instrumen pertanyaan kuisioner yang dipakai menggunakan skala 1 sampai 5. Dasar pengambilan keputusan reliabilitas alat ukur pada penelitian ini adalah sebagai berikut (Wijaya, 2012:116):

a. Cronbach's Alpha > 0,7 data dinyatakan *reliable*

b. Cronbach's Alpha < 0,7 data dinyatakan tidak *reliable*

Pengujian reliabilitas pada penelitian ini menggunakan SPSS 20 dengan hasil sebagai berikut:

TABEL 3.6
HASIL UJI RELIABILITAS INSTRUMEN PENELITIAN

No.	Variabel	Alpha Cronbach	Keterangan
1	*Resource Capabilities*	0,948	**Reliabel**
2	*Customer Loyalty*	0,763	**Reliabel**

Sumber: Hasil Pengolahan Data 2014

Berdasarkan Tabel 3.6 diatas, pengujian reliabilitas antara *resource capabilities* dan *customer loyalty* terlihat dari nilai alpha cronbach yaitu jauh lebih besar daripada 0,7 yang menunjukan bahwa relianilitas penelitian pada kedua variabel ini tinggi.

3.2.7 Rancangan Teknik Analisis Data dan Pengujian Hipotesis

Teknik analisis data merupakan suatu cara untuk mengukur, mengelola dan menganalisis data tersebut. Tujuan pengolahan data adalah untuk memberikan keterangan yang berguna, serta untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan dalam penelitian ini. Dengan demikian, teknik analisis data diarahkan pada pengujian hipotesis serta jawaban masalah yang diajukan.

Alat penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner. Kuesioner disusun oleh peneliti berdasarkan variabel yang terdapat dalam penelitian, yaitu memberikan keterangan dan data mengenai *resource capabilities* yang mempengaruhi *customer loyalty* di Banana Inn Hotel & Spa Bandung. Adapun yang menjadi variabel bebas atau variabel X adalah *resource capabilities*

yang memiliki lima sub dimensi yaitu *cleanliness*, *room quality*, *family friendliness*, *customer service* dan *value for money* objek yang merupakan variabel terikat atau variabel Y adalah *customer loyalty* Banana Inn Hotel & Spa Bandung.

3.2.7.1 Rancangan Analisis Data Deskriptif

Teknik analisis data dalam penelitian kuantitatif menggunakan statistik. Menurut Sugiono (2013:147) statistik deskriptif adalah statistik yang digunakanan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi. Analisis deskriptif dapat digunakan untuk mencari kuatnya hubungan antara variabel melalui analisis korelasi dan membuat perbandingan dengan membandingkan rata-rata data sampel atau populasi tanpa diuji signifikasinya. Analisis deskriptif dapat 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.

Penelitian ini menggunakan deskriptif untuk mendeskripsikan variabel-variabel penelitian antara lain:

1. Analisis deskriptif tentang program *resource capabilities* di Banana Inn Hotel & Spa Bandung yang terdiri dari *cleanliness, room quality, family friendliness, customer service* dan *value for money.*
2. Analisis deskriptif tentang *customer loyalty* di Banana Inn Hotel Bandung yang terdiridari *stay again* dan *recommend to friend.*

3.2.7.2 Analisis Data Verifikatif

Analisis verifikatif bertujuan untuk menguji hipotesis dengan menggunakan uji statistik. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah *multiple regression* (regresi berganda). Regresi berganda digunakan untuk melihat atau hubungan atau pengaruh fungsional ataupun kausal program *resource capabilities* (X) yang terdiri dari *cleanliness* (X1), *room quality* (X2), *family friendliness* (X3), *customer service* (X4) dan *value for money* (X5) terhadap *customer loyalty* tamu bisnis yang menggunakan *meeting package* di Banana Inn Hotel Bandung.

Kegiatan analisis data dalam penelitian ini dilakukan dengan tahap berikut

1. Menyusun Data

   Kegiatan seleksi data ditujukan untuk mengecek kelengkapan identitas responden, kelengkapan data serta isi data yang sesuai dengan tujuan penelitian.

   Untuk mengetahui karakteristik responden yang digunakan yaitu dengan menggunakan rumus presentase sebagai berikut:

   $$\% = \frac{n}{N} \text{ X } 100$$

   Keterangan:

   n = nilai yang diperoleh
   N = Jumlah seluruh nilai
   100 = Konstanta

2. Tabulasi Data

a) Memberi skor pada setiap item. Salah satu persyaratan dalam menggunakan skala ordinal adalah peringkat jawaban diberikan skor antara 1 sampai dengan 5. Setiap variabel yang dinilai oleh responden, diklasifikasikan kedalam lima alternatif jawaban, dimana setiap option terdiri dari lima kriteria skor sebagai berikut:

TABEL 3.7
SKOR ALTERNATIF JAWABAN

Alternatif Jawaban	**Sangat Tinggi**	**Tinggi**	**CukupTinggi**	**TidakTinggi**	**Sangat Tidak Tinggi**
Positif	5	4	3	2	1

Sumber: Modifikasi Uma Sekaran (2006:51)

b) Menjumlahkan skor pada setiap item

c) Menyusun rangking pada setiap variabel penelitian

3. *Method of Succesive Internal* (MSI)

Skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah *ordinal scale* yaitu skala yang berbentuk peringkat yang menunjukkan suatu urutan preferensi/penilaian. Skala ordinal ini perlu ditransformasi menjadi skala interval dengan menggunakan *Method Successive Interval*. Langkah-langkah untuk melakukan transformasi data tersebut adalah sebagai berikut:

a. Menghitung frekuensi (f) pada setiap pilihan jawaban berdasarkan hasil jawaban responden pada setiap pertanyaan.

b. Berdasarkan frekuensi yang diperoleh untuk setiap pertanyaan, dilakukan perhitungan proporsi (p) setiap pilihan jawaban dengan cara membagi frekuensi dengan jumlah responden.

c. Berdasarkan proporsi tersebut, selanjutnya dilakukan perhitungan proporsi kumulatif untuk setiap pilihan jawaban.

d. Menentukan nilai batas Z (tabel normal) untuk setiap pertanyaan dan setiap pilihan jawaban.

e. Menentukan nilai interval rata-rata untuk setiap pilihan jawaban melalui persamaan sebagai berikut:

$$Scale\ Value = \frac{(Den\,c\,ity\ at\ Lower\ Limit) - (Dencity\ at\ Upper\ Limit)}{(Are\ Bellow\ Upper\ Limit) - (Are\ Bellow\ Lower\ Limit)}$$

f. Data penelitian yang telah berskala interval selanjutnya akan ditentukan pasangan data variabel independent dengan variabel dependent serta akan ditentukan persamaan yang berlaku untuk pasangan–pasangan tersebut.

4. Menganalisis Data

Menganalisis data yaitu proses pengolahan data dengan menggunakan rumus-rumus statistik, menginterpretasikan data agar diperoleh suatu kesimpulan.

5. Pengujian Hipotesis

Proses pengujian hipotesis pada penelitian ini adalah dengan menggunakan metode verifikatif.

3.2.7.3 Teknik Analisis Korelasi Sederhana dan Berganda

3.2.7.3.1 Analisis Korelasi Sederhana

Menurut Sugiyono (2013:149), kegunaan analisis korelasi sederhana untuk mengetahui derajat hubungan antara variable bebas X (*dependent)* dengan variabel terikat Y (*independent)*.

Adapun rumus korelasi sederhana yaitu :

$$r_{xy} = \frac{N\sum XY - \left(\sum X\right)\left(\sum Y\right)}{\sqrt{\left\{\left(N\sum X^2\right) - \left(\sum X\right)^2\right\}\left\{N\sum Y^2 - \left(\sum Y\right)^2\right\}}}$$ Sugiyono (2013:183)

Keterangan :

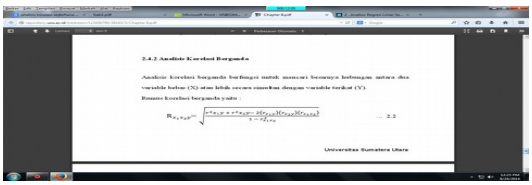
r	=	Koefisien validitas item yang dicari
X	=	Skor yang diperoleh subjek dari seluruh item
Y	=	Skor total
$\sum X$	=	Jumlah skor dalam distribusi X
$\sum Y$	=	Jumlah skor dalam distribusi Y
$\sum X^2$	=	Jumlah Kuadrat dalam skor distribusi X
$\sum Y^2$	=	Jumlah Kuadrat dalam skor distribusi Y
n	=	Banyaknya responden

Koefisien korelasi sederhana dilambangkan (r) adalah suatu ukuran arah dan kekuatan hubungan linear antara dua variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y) dengan ketentuan nilai r berkisar ($-1 \leq r \leq +1$). Apabila nilai r=-1 artinya korelasinya negatif sempurna (menyatakan antara hubungan x dan y adalah negatif dan sangat kuat), r=0 artinya tidak ada korelasi, r = 1 berarti korelasinya sangat kuat dengan arah positif.

3.2.7.3.2 Analisis Korelasi Berganda

Menurut Sugiyono (2013:149), Analisis korelasi berganda berfungsi untuk mencari besarnya hubungan antara dua variabel bebas (X) atau lebih secara simultan dengan variael terikat (Y).

Adapun rumus korelasi berganda yaitu :



2.4.3 Analisis Korelasi Berganda

Analisis korelasi berganda berfungsi untuk mencari besarnya hubungan antara dua variable bebas (X) atau lebih secara simultan dengan variable terikat (Y).

Rumus korelasi berganda yaitu :

$$R_{x_1 x_2 y} = \sqrt{\frac{r^2_{x_1 y} + r^2_{x_2 y} - 2r_{x_1 y} r_{x_2 y} r_{x_1 x_2}}{1 - r^2_{x_1 x_2}}} \quad \ldots 2.2$$

Universitas Sumatera Utara

Keterangan:

R = Koefisien korelasi berganda
X = Skor Yang Diperloeh Subjek Darri Seluruh Item
Y = Skor Total total yang diperoleh subjek dari seluruh item
r = Koefisien validitas item yang dicari

3.2.7.4 Koefisien Determinasi (KD)

Adapun pengujian Koefisien Determinasi adalah kuadrat koefisien korelasi. Dalam penggunaan koefisien determinasi dinyatakan dalam persen sehingga harus dilakukan 100%. Koefisien determinasi ini digunakan untuk mengukur besarnya hubungan dan mengetahui presentase pengaruh yang terjadi dari variabel X terhadap variabel Y dengan rumus berikut:

$$KD = r^2 \text{ x } 100\%$$

(Buchari Alma , 2007:81)

Keterangan :

KD = Nilai Koefisien Determinasi
r^2 = Nilai Koefisien Korelasi

3.2.7.5 Rancangan Analisis Regresi Berganda

Rancangan regresi bertujuan menganalisis besarnya pengaruh variabel bebas *(independent)* terhadap variabel terikat *(dependent.* Regresi dikelompokan menjadi dua kelompok yaitu regresi linier sederhana dan linier berganda. Perbedaan ini berdasarkan jumlah variabel bebasnya, jika variabel bebasnya lebih dari satu makan disebut linier berganda (Wijaya, 2012:97).

Teknik analisis regresi yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah regresi berganda. Teknik analisis regresi dilakukan dengan prosedur kerja sebagai berikut :

1. Uji Asumsi Normalitas

Pengujian asumsi normalitas untuk menguji data variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y) pada persamaan regresi yang dihasilkan, apakah berdistribusi normal atau berdistribusi tidak normal. Jika distribusi data normal, maka analisis data dan pengujian hipotesis digunakan statistik parametrik. untuk mendeteksi apakah data yang digunakan berdistribusi normal atau tidak dilakukan dengan menggunakan *normal probability plot*. Suatu model regresi memiliki data berdistribusi normal apabila sebaran datanya terletak disekitar garis diagonal pada *normal probability plot* yaitu dari kiri bawah ke kanan atas berarti berdistribusi normal. Langkah untuk pengolahan data dapat dilakukan dengan bantuan SPSS 20 *for windows*, yang menurut Duwi Priyatno (2011:278) dilakukan sebagai berikut:

a) Buka file analisis regresi, Analyze — regression — linear

b) Masukan variabel Y pada kotak *dependent* dan variabel X pada kotak *independent*

c) Pada kotak *plots*, pada Y diisi *DEPENDENT*, pada Y diisi *ZRESID*

d) Beri contreng pada *Normal Probability Plot*

e) Abaikan pilihan lain — OK

2. Uji Asumsi Multikolonearitas

Uji multikolinearitas adalah untuk melihat ada atau tidaknya korelasi koefesien (r) yang tinggi antara variabel-variabel bebas dalam suatu model regresi linear berganda. Dua parameter yang paling sering digunakan untuk mendeteksi multikolinearitas adalah nilai *tolerance* dan nilai VIF (*variance inflation factor*). Suatu regresi dikatakan terdeteksi multikolinearitas apabila nilai VIF menjauh 1 atau nilai *tolerance* menjauhi 1. Untuk mengetahu adanya multikolonearitas dapat dilakukan dengan bantuan SPSS 20 *for windows* menurut Duwi Priyanto (2011:288):

a) Buka file analisis regresi, Analyze — regression — linear

b) Masukan variabel Y pada kotak *dependent* dan variabel X pada kotak *independent*

c) Beri contreng pada *Collinearity Diagnostics*. Kemudian klik tombol *Continue*. Pada kotak dialog sebelumnya klik tombil OK.

3. Uji Asumsi Heteroskedasititas

Heteroskedasititas merupakan adanya varian variabel dalam model yang tidak sama (konstan). Untuk mengetahui adanya heteroskedasitas dapat dilakukan dengan bantuan SPSS 20 *for windows* menurut Duwi Priyanto (2011:292):

a) Buka file analisis regresi, Analyze ___ regression ___ linear
b) Masukan variabel Y pada kotak *dependent* dan variabel X pada kotak *independent*
c) Pada kotak save klik unstandardized
d) Abaikan yang lain klik OK.

Analisis regresi bertujuan menganalisis besarnya pengaruh variabel bebas *(independent)* terhadap variabel terikat *(dependent).* Regresi linier dikelompokkan menjadi 2 yaitu regresi linier sederhana dan berganda. Perbedaan ini berdasarkan jumlah variabel bebasnya, jika variabel bebasnya hanya 1 maka disebut linier sederhana, jika variabel bebasnya lebih dari 1 maka disebut linier berganda (Wijaya, 2012:97). Berikut merupakan rumus regresi umum dan regresi berganda:

Rumus umum regresi sebagai berikut:

$$\hat{Y} = a + bX$$

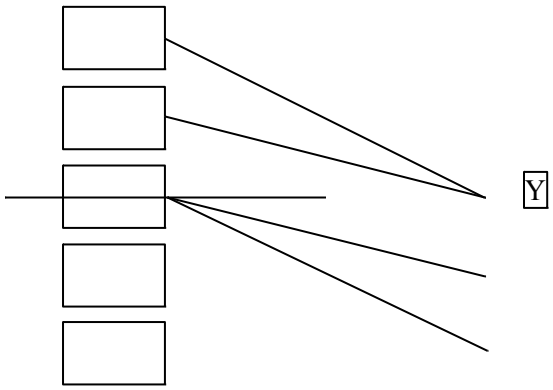
Rumus regresi linier berganda sebagai berikut:

$$\hat{Y} = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5$$

Keterangan:

$\hat{Y}$	= Variabel terikat (*dependent*)
A	= Konstanta/ nilai baku/ tetap
b_1, b_1, b_1, b_1	= Koefisien regresi variabel bebas
$X_1\ X_2\ X_3\ X_4\ X_5$	= Variabel bebas (*independent*)

Menerjemahkan ke dalam beberapa sub hipotesis yang menyatakan pengaruh sub variabel independen yang paling dominan terhadap variabel dependen, lebih jelasnya dapat dilihat pada Gambar 3.1 berikut:



GAMBAR 3.1
REGRESI LINIER BERGANDA

Keterangan:

X_1 = *cleanliness*
X_2 = *room quality*
X_3 = *family friendliness*
X_4 = *customer service*
X_5 = *value for money*
Y = *customer loyalty*

3.2.7.6 Rancangan Pengujian Hipotesis

Langkah terakhir dari analisis data yaitu menguji hipotesis dengan tujuan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan yang cukup jelas dan dapat dipercaya antara variabel independen dengan variabel dependen, yang pada akhirnya akan diambil suatu kesimpulan Ho ditolak atau Ha diterima dari hipotesis yang telah dirumuskan. Rancangan hipotesis penelitian ini yaitu:

1. Pengujian Secara Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah semua variabel independen mampu menjelaskan variabel dependennya, oleh karena itu dilakukan uji hipotesis secara simultan dengan menggunakan uji statistik F. Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat.

Mencari F hitung dengan cara :

$$F_h = \frac{R^2/k}{(1-R^2)/(n-k-1)}$$ (Sugiono, 2012:235)

Keterangan:

F_h= Nilai Korelasi
K = Jumlah variabel independen
N = Jumlah anggota sampel

Harga F_h selanjutnya dikonsultasikan dengan F tabel (F_t) dengan pembilang = k dan dk penyebut = (n-k-1) dan taraf yang ditetapkan adalah 10%. Dalam hal ini berlaku ketentuan sebagai berikut:

1. Bila F_h lebih besar dari F_t(F_h> F_t), maka koefisien korelasi yang diuji adalah signifikan, yaitu diberlakukan untuk seluruh populasi,
2. Bila F_h lebih kecil dari F_t($F_{h<¿¿}$ F_t), maka koefisien korelasi yang diuji adalah tidak signifikasi yaitu tidak berlaku untuk seluruh populasi.

2. Pengujian secara Parsial (Uji t)

Pengujian secara individual untuk melihat pengaruh masing-masing variabel sebab terhadap variabel akibat. Pengujian hipotesis secara parsial dilakukan dengan membandingkan t_{hitung} dan t_{tabel} yaitu dengan menggunakan rumus uji t adalah :

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$ (Sugiono, 2010:250)

Keterangan:

t : t hitung yang selanjutnya dikonsultasikan dengan t tabel
r : koefisien korelasi
n: jumlah responden

Secara statistik hipotesis yang akan diuji berada pada taraf kesalahan 0,1 dengan derajat kebebasan dk (n-2) serta pada uji satu pihak, yaitu pihak kanan. Kriteria penerimaan atau penolakan hipotesis utama pada penelitian ini dapat ditulis sebagai berikut:

1. H_0 : b_1 = 0, artinya tidak ada pengaruh yang positif *antara resource capabilities* yang terdiri dari *cleanliness* terhadap *customer loyalty* Banana Inn Hotel & Spa Bandung.

   H_a : $b_1 \neq 0$, artinya terdapat pengaruh yang positif antara *resource capabilities* yang terdiri dari *cleanliness* terhadap *customer loyalty* Banana Inn Hotel & Spa Bandung.
2. H_0 : b_2 = 0, artinya tidak ada pengaruh yang positif antara *antara resource capabilities* yang terdiri dari *room quality* terhadap *customer loyalty* Banana Inn Hotel & Spa Bandung.

H_a : $b_2 \neq 0$, artinya terdapat pengaruh yang positif antara *antara resource capabilities* yang terdiri dari *room quality* terhadap *customer loyalty* Banana Inn Hotel & Spa Bandung.

3. H_0 : $b_3 = 0$, artinya tidak ada pengaruh yang positif *antara resource capabilities* yang terdiri dari *family friendliness* terhadap *customer loyalty* Banana Inn Hotel & Spa Bandung.

   H_a : $b_3 \neq 0$, artinya terdapat pengaruh yang positif antara *resource capabilities* yang terdiri dari *family friendliness* terhadap *customer loyalty* Banana Inn Hotel & Spa Bandung.

4. H_0 : $b_4 = 0$, artinya tidak ada pengaruh yang positif antara *resource capabilities* yang terdiri dari *customer service* terhadap *customer loyalty* Banana Inn Hotel & Spa Bandung.

   H_a : $b_4 \neq 0$, artinya terdapat pengaruh yang positif antara *resource capabilities* yang terdiri dari *customer service* terhadap *customer loyalty* Banana Inn Hotel & Spa Bandung.

5. H_0 : $b_5 = 0$, artinya tidak ada pengaruh yang positif antara *resource capabilities* yang terdiri dari *value for money* terhadap *customer loyalty* Banana Inn Hotel & Spa Bandung.

   H_a : $b_5 \neq 0$, artinya terdapat pengaruh yang positif antara *resource capabilities* yang terdiri dari *value for money* terhadap *customer loyalty* Banana Inn Hotel & Spa Bandung.