

BAB III

OBJEK DAN METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Objek Penelitian

Penelitian ini menganalisis tentang Pengaruh *Servicescape* terhadap *Customer Satisfaction* tamu individu Hotel Aryaduta Bandung. Objek penelitian yang menjadi variabel bebas atau *independent variable* (X) yaitu *servicescape* yang dimana memiliki 2 sub variabel yaitu *Physical dimension* (X1) dan *Social dimension*, kemudian variabel yang terikat atau *dependent variable* (Y) yaitu *Customer Satisfaction* terhadap tamu individu yang menginap di Hotel Aryaduta Bandung. Penelitian ini dilakukan di Hotel Aryaduta Bandung dan objek penelitian adalah tamu individu yang menginap di Hotel Aryaduta Bandung.

Penelitian ini dilakukan pada kurun waktu kurang dari satu tahun, maka metode yang digunakan adalah *cross sectional method*. Penelitian ini memiliki hal yang menjadi alasan mendasar dipilihnya Hotel Aryaduta Bandung sebagai objek penelitian yaitu peneliti ingin mengetahui apakah adanya pengaruh *servicescape* terhadap *customer satisfaction* di Hotel Aryaduta Bandung, untuk lebih jelas, berikut rincian dari penelitian ini :

1. Penelitian : Variabel bebas atau *independent variable* (X) : *Servicescape* (X1 : *Physical Dimension*, X2 : *Social Dimension*)
2. Responden : Tamu individu yang menginap di Hotel Aryaduta Bandung.
3. Objek Penelitian : Hotel Aryaduta Bandung
4. Waktu penelitian : Kurang dari satu tahun dan penyebaran kuisisioner pada responden di lakukan setiap hari.

3.2. Metode Penelitian

3.2.1. Jenis Penelitian dan Metode yang Digunakan

Metode yang digunakan dalam penelitian ini merupakan metode penelitian deskriptif dan verifikatif. Metode ini menjelaskan dan menggambarkan fakta yang ada, nyata dan sedang berlangsung dalam objek penelitian yang dimana menggunakan cara dengan mengumpulkan, menyusun dan menjelaskan data yang diperlukan untuk kemudian dianalisis sesuai teori yang benar adanya.

Menurut Sugiyono (2012:29) metode deskriptif adalah metode yang digunakan untuk menggambarkan atau menganalisis suatu hasil penelitian tetapi tidak digunakan untuk membuat kesimpulan yang lebih luas. Penelitian verifikatif menurut Sugiyono (2012:36) adalah penelitian yang membandingkan keberadaan satu variabel atau lebih pada dua atau lebih sampel yang berbeda, atau pada waktu yang berbeda.

Penelitian deskriptif dalam penelitian ini bertujuan untuk memperoleh gambaran mengenai *servicescape* di Hotel Aryaduta Bandung dan gambaran mengenai *customer satisfaction*. Penelitian verifikatif bertujuan untuk menguji kebenaran dari suatu hipotesis yang dilakukan melalui pengumpulan data di lapangan dimana dalam penelitian ini akan diuji apakah yang dilakukan Hotel Aryaduta Bandung untuk meningkatkan *servicescape* berpengaruh terhadap *customer satisfaction*.

Seluruh metode penelitian ini ditujukan untuk memudahkan peneliti dalam membuat kesimpulan. Metode yang digunakan ini merupakan informasi dari sebagian data yang di dapat dari Hotel Aryaduta Bandung dan tingkat *customer satisfaction*nya dengan tujuan untuk mengetahui pendapat dari sebagian populasi terhadap objek yang sedang diteliti.

3.2.2. Operasionalisasi Variabel

Variabel yang diteliti dalam penelitian ini terdiri dari dua variabel yaitu *independent variable* (X) yaitu *servicescape* yang dimana memiliki 2 sub variabel yaitu *Physical dimension* (X1) dan *Social*

Ilmiana Juarni, 2018
PENGARUH SERVICESCAPE TERHADAP CUSTOMER SATISFACTION
DI HOTEL ARYADUTA BANDUNG

(Survei terhadap Tamu Individu yang Menginap di Hotel
Aryaduta Bandung)

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

dimension (X2), kemudian variabel yang terikat atau *dependent variable* (Y) yaitu *Customer Satisfaction* yang dilakukan pada tamu individu yang menginap di Hotel Aryaduta Bandung.

Pengoperasian variabel dari kedua variabel yang dijadikan objek pada penelitian ini dapat dilihat secara lebih rinci melalui operasionalisasi masing-masing variabel yang ditunjukkan dalam Tabel 3.1. Operasionalisasi Variabel.

TABEL 3.1
OPERASIONALISASI VARIABEL

Variabel/ Sub Variabel	Konsep Variabel/ Sub Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
<i>Servicescape</i> (X)	<i>Servicescape</i> yaitu lingkungan dimana layanan dirakit dan dimana tamu berinteraksi dengan komoditas berwujud yang memfasilitasi kinerja atau komunikasi layanan yang ditawarkan. dalam (Aal & Abbas, 2016)				
<i>1.Physical</i>	<i>Physical dimensions</i>	a. <i>Ambient</i>	1. Tingkat kenyamanan latar	Ordinal	1

Ilmiana Juarni, 2018

**PENGARUH SERVICESCAPE TERHADAP CUSTOMER SATISFACTION
DI HOTEL ARYADUTA BANDUNG**

**(Survei terhadap Tamu Individu yang Menginap di Hotel
Aryaduta Bandung)**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu |

perpustakaan.upi.edu

Dimension	merupakan seluruh komponen yang dibangun, dibuat dan dikendalikan oleh pihak hotel (Aal & Abbas, 2016) atau seluruh rangsangan yang dapat diamati dan atau diukur karena di kontrol oleh karyawan, dalam <i>physical dimension, ambient conditions</i> juga dianggap yang mempengaruhi sensasi yang dirasakan manusia dimana hal tersebut mewakili lingkungan rangsangan (M. Ariffin, Faizah, Hasan, & Rashid, 2014:2)	Conditions	belakang musik yang diputar di <i>public area</i> Hotel.		
			2.Tingkat kenyamanan suhu udara di Hotel	Ordinal	2
			3.Tingkat kenyamanan penerangan yang cukup di Hotel	Ordinal	3
			4.Tingkat kualitas udara di Hotel	Ordinal	4
			5.Tingkat kenyamanan aroma wangi yang digunakan Hotel	Ordinal	5
		b. Spatial Layout	1.Tingkat kemudahan untuk menemukan restoran atau <i>food service</i> dari <i>layout</i> Hotel	Ordinal	6
			2.Tingkat kemudahan untuk menjangkau tempat duduk di area Hotel	Ordinal	7
			3.Tingkat kemenarikan penataan <i>lobby</i> untuk mempertegas tata ruang Hotel	Ordinal	8

Ilmiana Juarni, 2018

PENGARUH SERVICESCAPE TERHADAP CUSTOMER SATISFACTION DI HOTEL ARYADUTA BANDUNG

(Survei terhadap Tamu Individu yang Menginap di Hotel Aryaduta Bandung)

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

			4. Tingkat kesesuaian luas area disetiap fasilitas Hotel	Ordinal	9
		<i>c. Facility Aesthetics</i>	1. Tingkat kemenarikan warna Hotel	Ordinal	10
			2. Tingkat kemenarikan desain interior Hotel	Ordinal	11
			3. Tingkat kemenarikan dekorasi Hotel	Ordinal	12
		<i>d. Sign and symbols</i>	1. Tingkat kemudahan menemukan tanda atau simbol dan petunjuk arah untuk memperjelas suatu tempat atau peraturan di dalam hotel.	Ordinal	13
2. Social Dmension	Hubungan antara tamu dengan pegawai serta mengacu pada bagaimana pelayanan suatu ingkungan disajikan dan diinterpretasikan (Dong & Siu, 2013:3). Atau hubungan sosial,	<i>1. Service Employees</i>	1. Tingkat keramahan pegawai Hotel	Ordinal	14
			2. Tingkat kehangatan pribadi pegawai Hotel saat melayani tamu	Ordinal	15
			3. Tingkat kesopanan pegawai Hotel	Ordinal	16

Ilmiana Juarni, 2018

**PENGARUH SERVICESCAPE TERHADAP CUSTOMER SATISFACTION
DI HOTEL ARYADUTA BANDUNG**

**(Survei terhadap Tamu Individu yang Menginap di Hotel
Aryaduta Bandung)**

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

gaya berkomunikasi, pengaruh dari tamu lain dan hal-hal lain yang mendukung interaksi tamu terjadi dalam suatu lingkungan. (Aal & Abbas, 2016)	4. Tingkat ketersediaan pegawai Hotel dalam memenuhi permintaan tamu	Ordinal	17
	5. Tingkat kesigapan pegawai Hotel dalam memenuhi permintaan tamu	Ordinal	18
	6. Tingkat kerapihan penampilan pegawai Hotel	Ordinal	19
	7. Tingkat kemenarikan seragam pegawai Hotel	Ordinal	20
<i>2. Other Customer</i>	1. Tingkat keramahan tamu lain yang berada di Hotel	Ordinal	21
	2. Tingkat ketersediaan tamu lain yang berada di hotel untuk membantu tamu yang lainnya	Ordinal	22
<i>3. Rapport</i>	1. Tingkat keharmonisan hubungan dan interaksi antara pegawai dan tamu Hotel	Ordinal	23

Ilmiana Juarni, 2018

**PENGARUH SERVICESCAPE TERHADAP CUSTOMER SATISFACTION
DI HOTEL ARYADUTA BANDUNG
(Survei terhadap Tamu Individu yang Menginap di Hotel
Aryaduta Bandung)**

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

Customer Satisfaction (Y)	<i>Customer satisfaction</i> merupakan filosofi bisnis berupa pengukuran suatu perasaan senang atau kecewa dari sikap puas atau tidak puasnya tamu atas pemenuhan kebutuhannya dalam mengevaluasi pasca pembelian yang melibatkan emosional dan psikologisnya berdasarkan perbandingan ekspektasi dan persepsi. (Solomon, 2017)	a.Kepuasan terhadap <i>Ambient Conditions</i>	1.Tingkat kepuasan terhadap kenyamanan latar belakang musik yang diputar di <i>public area</i> Hotel.	Ordinal	24
			2.Tingkat kepuasan terhadap kenyamanan suhu udara di Hotel	Ordinal	25
			3.Tingkat kepuasan terhadap kenyamanan penerangan yang	Ordinal	26

Ilmiana Juarni, 2018

PENGARUH SERVICESCAPE TERHADAP CUSTOMER SATISFACTION DI HOTEL ARYADUTA BANDUNG

(Survei terhadap Tamu Individu yang Menginap di Hotel Aryaduta Bandung)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu |

perpustakaan.upi.edu

	cukup di Hotel		
	4.Tingkat kepuasan terhadap kualitas udara di Hotel	Ordinal	27
	5.Tingkat kepuasan terhadap kenyamanan aroma wangi yang digunakan Hotel	Ordinal	28
b.Kepuasan terhadap <i>Spatial Layout</i>	1.Tingkat kepuasan terhadap kemudahan untuk menemukan restoran atau <i>food service</i> dari <i>layout Hotel</i>	Ordinal	29
	2.Tingkat kepuasan terhadap kemudahan untuk menjangkau tempat duduk di area Hotel	Ordinal	30
	3.Tingkat kepuasan terhadap kemenarikan penataan <i>lobby</i> untuk mempertegas tata ruang Hotel	Ordinal	31
	4. Tingkat kepuasan terhadap kesesuaian luas area disetiap fasilitas Hotel	Ordinal	32

Ilmiana Juarni, 2018

**PENGARUH SERVICESCAPE TERHADAP CUSTOMER SATISFACTION
DI HOTEL ARYADUTA BANDUNG**

**(Survei terhadap Tamu Individu yang Menginap di Hotel
Aryaduta Bandung)**

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

c. Kepuasan terhadap <i>Facility Aesthetics</i>	1.Tingkat kepuasan terhadap kemenarikan warna Hotel	Ordinal	33
	2.Tingkat kepuasan terhadap kemenarikan desain interior Hotel	Ordinal	34
	3.Tingkat kepuasan terhadap kemenarikan dekorasi Hotel	Ordinal	35
d.Kepuasan terhadap <i>Sign and symbols</i>	1.Tingkat kepuasan terhadap kemudahan menemukan tanda atau simbol dan petunjuk arah untuk memperjelas suatu tempat atau peraturan di dalam hotel.	Ordinal	36
1.Kepuasan terhadap <i>Service Employees</i>	1.Tingkat kepuasan terhadap keramahan pegawai Hotel	Ordinal	37
	2.Tingkat kepuasan terhadap kehangatan pribadi pegawai Hotel saat melayani tamu	Ordinal	38

Ilmiana Juarni, 2018

**PENGARUH SERVICESCAPE TERHADAP CUSTOMER SATISFACTION
DI HOTEL ARYADUTA BANDUNG**

**(Survei terhadap Tamu Individu yang Menginap di Hotel
Aryaduta Bandung)**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu |

perpustakaan.upi.edu

	3. Tingkat kepuasan terhadap kesopanan pegawai Hotel	Ordinal	39
	4. Tingkat kepuasan terhadap ketersediaan pegawai Hotel dalam memenuhi permintaan tamu	Ordinal	40
	5. Tingkat kepuasan terhadap kesigapan pegawai Hotel dalam memenuhi permintaan tamu	Ordinal	41
	6. Tingkat kepuasan terhadap kerapihan penampilan pegawai Hotel	Ordinal	42
	7. Tingkat kepuasan terhadap kemenarikan seragam pegawai Hotel	Ordinal	43
2. Kepuasan terhadap <i>Other Customer</i>	1. Tingkat kepuasan terhadap keramahan tamu lain yang berada di Hotel	Ordinal	44
	2. Tingkat kepuasan terhadap ketersediaan tamu lain yang berada di hotel untuk	Ordinal	45

Ilmiana Juarni, 2018

**PENGARUH SERVICESCAPE TERHADAP CUSTOMER SATISFACTION
DI HOTEL ARYADUTA BANDUNG**

**(Survei terhadap Tamu Individu yang Menginap di Hotel
Aryaduta Bandung)**

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

	membantu tamu yang lainnya		
3. Kepuasan terhadap <i>Rapport</i>	1. Tingkat kepuasan terhadap keharmonisan hubungan dan interaksi antara pegawai dan tamu Hotel	Ordinal	46

3.2.3. Jenis dan Sumber Data

Jenis dan sumber data dalam penelitian ini dapat dibedakan menjadi dua, yaitu data primer dan data sekunder. Menurut Sugiyono (2012:401) :

1. Data primer adalah data-data yang diperoleh secara langsung dalam kegiatan penelitian lapangan. Data primer dapat berbentuk isian kuesioner atau langsung dari responden berdasarkan masalah yang sedang dikaji.
2. Data sekunder adalah data-data yang diperoleh secara tidak langsung dalam kegiatan penelitian. Data sekunder dapat diperoleh dari sensus, laporan data, dan statistik yang berasal dari penelitian yang telah dilakukan sebelumnya. Menurut Uma dan Roger (2016) data sekunder adalah data yang sudah ada dan tidak dikumpulkan oleh peneliti secara langsung.

Penggambaran lebih jelas pada Tabel 3.2 Jenis dan Sumber Data yang menjelaskan tentang sumber data yang digunakan dalam penelitian ini, antara lain:

TABEL 3. 2
JENIS DAN SUMBER DATA

No	Data	Jenis Data	Sumber Data
----	------	------------	-------------

Ilmiana Juarni, 2018

**PENGARUH SERVICESCAPE TERHADAP CUSTOMER SATISFACTION
DI HOTEL ARYADUTA BANDUNG**

*(Survei terhadap Tamu Individu yang Menginap di Hotel
Aryaduta Bandung)*

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

1.	Data jumlah akomodasi Hotel menurut klasifikasi di Kota Bandung tahun 2015, 2016 dan 2017	Sekunder	Badan Pusat Statistik Bandung
2.	Data tingkat <i>occupancy</i> kamar di Hotel Aryaduta Bandung bulan Februari 2016-Februari 2018	Sekunder	Hotel Aryaduta Bandung
3.	Data <i>Customer Satisfaction</i> di Aryaduta Bandung	Sekunder	Hotel Aryaduta Bandung
4.	Hal-hal yang berhubungan dengan <i>customer satisfaction</i> dan <i>servicescape</i>	Sekunder	Ebook dan Jurnal
5.	Tanggapan tamu Hotel Aryaduta Bandung mengenai <i>servicescape</i> .	Primer	Tamu yang menginap di Hotel Aryaduta Bandung.
6.	Tanggapan tamu Hotel Aryaduta Bandung mengenai <i>customer satisfaction</i> .	Primer	Tamu yang menginap di Hotel Aryaduta Bandung.

Sumber: Pengolahan data, 2018

3.2.4. Populasi, Sampel dan Teknik Penarikan Sampel

3.2.4.1. Populasi

Peneliti mengambil sebagian dari objek populasi yang telah ditentukan, dengan catatan bagian yang diambil tersebut dapat mewakili yang lainnya karena pada suatu penelitian tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi untuk diteliti karena hal ini disebabkan oleh beberapa faktor diantaranya keterbatasan dana, tenaga dan waktu.

Ilmiana Juarni, 2018

PENGARUH SERVICESCAPE TERHADAP CUSTOMER SATISFACTION DI HOTEL ARYADUTA BANDUNG

(Survei terhadap Tamu Individu yang Menginap di Hotel Aryaduta Bandung)

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

Populasi dalam penelitian ini adalah tamu individual yang menginap di Hotel Aryaduta Bandung karena peneliti ingin mengetahui apakah terdapat pengaruh *servicescape* terhadap *customer Satisfaction*. Langkah awal seorang peneliti harus menentukan mengenai populasi yang menjadi sasaran penelitian secara jelas yang disebut dengan populasi sasaran (*target population*) yaitu populasi yang akan menjadi cakupan kesimpulan penelitian.

Populasi (N) dalam penelitian ini adalah tamu individu yang menginap di Hotel Aryaduta Bandung pada tahun 2017 sebanyak 96355 (sumber: *Front Office Department* Hotel Aryaduta Bandung).

3.2.4.2. Sampel

Agar penelitian lebih mudah untuk dilakukan diperlukan sampel karena dalam penelitian tidak mungkin keseluruhan populasi dapat diteliti karena adanya beberapa keterbatasan, oleh karena itu, peneliti diperkenankan mengambil sebagian dari objek populasi yang ditentukan apabila bagian yang diambil tersebut mewakili yang diteliti, untuk menghitung sampel dilakukan dengan rumus sampel yang dikemukakan oleh Tabachnick dan Fidel, (2013:123), sebagai berikut:

$$N \geq 50 + m$$

atau

$$N \geq 104 + m$$

Keterangan: N = Ukuran sampel

m = Jumlah variabel

Berdasarkan rumus tersebut, maka ukuran sampel pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$N \geq 104 + m$$

Ilmiana Juarni, 2018

**PENGARUH SERVICESCAPE TERHADAP CUSTOMER SATISFACTION
DI HOTEL ARYADUTA BANDUNG**

**(Survei terhadap Tamu Individu yang Menginap di Hotel
Aryaduta Bandung)**

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

$$N \geq 104 + 2$$

$$N \geq 106$$

Berdasarkan perhitungan diatas dengan ukuran populasi yang diambil dari jumlah tamu yang menginap periode Januari – Desember tahun 2017 karena ketentuan harus jumlah dalam satu tahun penuh, maka ukuran sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 106 orang.

3.2.5. Teknik Sampling

Teknik sampling merupakan teknik pengambilan untuk menentukan sampel mana yang akan digunakan dalam penelitian. Sampling adalah proses pemilihan jumlah elemen yang tepat dari populasi, sehingga sampel penelitian dan pemahaman tentang sifat atau karakteristik memungkinkan bagi kita untuk menggeneralisasi sifat atau karakteristik tersebut pada elemen populasi.

Teknik sampling pada dasarnya dapat dikelompokkan menjadi dua yaitu *probability sampling* dan *nonprobability sampling*.

1. *Probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel (Sugiyono, 2014:82). Teknik ini meliputi *simple random sampling*, *systematic random sampling*, *proportionate stratified random sampling*, *disproportionate stratified random sampling*, dan *sampling area (cluster sampling)*.
2. *Nonprobability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sugiyono, 2014:84). Teknik ini meliputi *systematic sampling*, *quota sampling*, *incidental sampling*, *purposive sampling*, *sampling jenuh*, *snowball sampling*

Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *systematic random sampling* yang populasinya dianggap *homogeny*. Metode tersebut dipilih agar peneliti dapat dengan mudah menentukan objek untuk dijadikan sample dengan tetap menerapkan

Ilmiana Juarni, 2018

**PENGARUH SERVICESCAPE TERHADAP CUSTOMER SATISFACTION
DI HOTEL ARYADUTA BANDUNG**

**(Survei terhadap Tamu Individu yang Menginap di Hotel
Aryaduta Bandung)**

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

aturan yang sama. Adapun langkah-langkah dalam teknik pengambilan *systematic random sampling* ini adalah dilakukan sebagai berikut:

1. Menentukan responden yang akan dijadikan penelitian yaitu tamu yang menginap di Hotel Aryaduta Bandung.
2. Menentukan tempat sebagai *check point* pada objek yang akan diteliti, dalam penelitian ini adalah tamu yang menginap di Hotel Aryaduta Bandung.
3. Menentukan waktu yang akan digunakan untuk *sampling*.
 - a. Waktu yang digunakan untuk menentukan *sampling* pada penelitian ini adalah setiap hari pukul 08.00-17.00 WIB.
4. Pada hari yang ditentukan pada *check point*, tamu yang menginap kemungkinan dijadikan sebagai sampel dalam penelitian akan ditanyakan ketersediaannya untuk membantu penelitian ini lalu diberi kuesioner untuk di isi atau peneliti membacakan pertanyaan dalam kuesioner dan tamu menjawab pertanyaanya.
5. Uji coba kuisisioner kepada responden

3.2.6. Teknik Pengumpulan Data

Langkah yang paling strategis dalam penelitian merupakan langkah teknik pengumpulan, karena tujuan penelitian adalah mendapatkan data, oleh karena itu, peneliti perlu mengetahui bagaimana teknik pengumpulan data supaya mendapatkan data yang memenuhi standar yang ditetapkan. Teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti adalah Kuesioner (Angket), berisi pertanyaan mengenai identitas dan pengalaman responden, penilaian responden mengenai *servicescape* Hotel Aryaduta Bandung dan *customer satisfaction* serta didukung oleh studi literatur, dengan pengumpulan data sekunder dengan cara mempelajari buku maupun jurnal-jurnal guna memperoleh informasi yang berhubungan dengan teori-teori dan konsep-konsep yang berkaitan dengan masalah penelitian dan melakukan observasi, peneliti datang langsung ke Hotel Aryaduta Bandung untuk memperoleh data-data yang diperlukan.

Agar lebih jelas, maka penulis menggambarkan dan menyajikan tujuan menggunakan teknik pengumpulan data

Ilmiana Juarni, 2018

**PENGARUH SERVICESCAPE TERHADAP CUSTOMER SATISFACTION
DI HOTEL ARYADUTA BANDUNG**

**(Survei terhadap Tamu Individu yang Menginap di Hotel
Aryaduta Bandung)**

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

menggunakan kuisioner pada Tabel 3.3 Teknik Pengumpulan Data dikaitkan dengan Tujuan Penelitian berikut ini:

TABEL 3. 3
TEKNIK PENGUMPULAN DATA DIKAITKAN DENGAN
TUJUAN PENELITIAN

Sumber Data	Data	Digunakan untuk Tujuan Penelitian	
		T-1	T-2
Tamu Individu yang Menginap di Hotel Aryaduta Bandung	<i>Servicescape (X)</i> di Hotel Aryaduta Bandung	✓	
Hotel Aryaduta Bandung	<i>Customer Satisfaction (Y)</i> di Hotel Aryaduta Bandung		✓

Sumber: Hasil Pengolahan data, 2018

3.2.7. Pengujian Validitas dan Reliabilitas

Setelah data yang diperoleh dari responden melalui kuesioner terkumpul, selanjutnya adalah mengolah dan menafsirkan data sehingga dari hasil tersebut dapat dilihat apakah antara variabel *servicescape (X)* terdapat pengaruh atau tidak terhadap variabel *customer satisfaction (Y)*. Sebelum melakukan analisis data dan juga untuk menguji layak atau tidaknya kuesioner yang disebarakan kepada responden, terlebih dahulu dilakukan Uji Validitas dan Uji Realibilitas untuk melihat tingkat kebenaran serta kualitas data.

3.2.7.1. Pengujian Validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat keandalan atau kesahihan suatu alat ukur. Alat ukur yang kurang valid berarti memiliki validitas rendah dan untuk menguji validitas alat ukur terlebih dahulu dicari harga korelasi antara bagian-bagian dari alat ukur secara keseluruhan dengan cara mengkorelasikan setiap butir alat ukur dengan skor total yang merupakan jumlah tiap skor butir. Hasil

Ilmiana Juarni, 2018

**PENGARUH SERVICESCAPE TERHADAP CUSTOMER SATISFACTION
DI HOTEL ARYADUTA BANDUNG**

**(Survei terhadap Tamu Individu yang Menginap di Hotel
Aryaduta Bandung)**

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

penelitian yang valid yaitu apabila terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek yang diteliti.

Validitas merupakan derajat ketepatan antara data yang terjadi pada obyek penelitian dengan data yang dilaporkan oleh peneliti, dengan demikian, uji validitas dilakukan untuk memastikan seberapa baik suatu instrumen digunakan untuk mengukur konsep yang seharusnya diukur. Instrumen yang baik harus memenuhi dua persyaratan penting yaitu *valid* dan *reliable*. Penelitian ini yang akan diuji adalah validitas dari variabel *servicescape* sebagai instrument variabel X, dan *customer satisfaction* sebagai instrument variabel Y.

Tipe 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. Korelasi antara skor item dengan skor totalnya harus signifikan. Berdasarkan ukuran statistika, bila ternyata skor semua item yang disusun berdasarkan dimensi konsep korelasi skor totalnya, maka dapat dikatakan bahwa alat ukur tersebut mempunyai validitas.

Menurut Uma Sekaran (Sekaran, 2016:201-225) menjelaskan bahwa validitas adalah bukti bahwa instrument, teknik, atau proses yang digunakan untuk mengukur konsep memang mengukur konsep yang dimaksud. Validitas internal atau rasional yaitu bila kriteria yang ada dalam instrumen secara rasional (teoritis) telah mencerminkan apa yang diukur sedangkan “validitas eksternal, bila kriteria di dalam instrumen disusun berdasarkan fakta-fakta empiris yang telah ada”.digunakan untuk menguji validitas adalah rumus Korelasi *Product Moment* sebagai berikut :

1. Mendefinisikan secara operasional suatu konsep yang akan diukur.
2. Melakukan uji coba pengukuran tersebut pada sejumlah responden.
3. Mempersiapkan tabel tabulasi jawaban.
4. Menghitung nilai korelasi antara data pada masing-masing pertanyaan dengan skor total memakai rumus teknik korelasi

Ilmiana Juarni, 2018

**PENGARUH SERVICESCAPE TERHADAP CUSTOMER SATISFACTION
DI HOTEL ARYADUTA BANDUNG**

**(Survei terhadap Tamu Individu yang Menginap di Hotel
Aryaduta Bandung)**

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

Keputusan pengujian valid tidaknya instrument penelitian ini yaitu dengan cara membandingkan:

1. Nilai r dibandingkan dengan r tabel dengan $dk = n-2$ dan taraf signifikansi $\alpha = 0,05$ dengan syarat:
 - a. Item pertanyaan responden penelitian dikatakan valid jika $r_{hitung} \geq r_{tabel}$.
 - b. Item pertanyaan responden penelitian dikatakan tidak valid jika $r_{hitung} < r_{tabel}$.
2. Hasil pengujian validitas pada penelitian ini dilaksanakan dengan menggunakan alat bantu software komputer yaitu program IBM SPSS *Statistic (Statistical Product for Service Solution) 23 for Windows*.

Dengan langkah – langkah sebagai berikut :

1. Distribusi data pada excel copy ke SPSS data view
2. Klik variabel *view* (letaknya dikiri bawah) isi kolom name dengan variabel – variabel penelitian. *Width, decimal, label* (isi dengan nama – nama atas variabel penelitian), *column, align* (*left, center, right, justify*) dan isi juga kolom *measure* (*skala : ordinal*)
3. Pengisian data : pilih data *view* pada SPSS data editor
4. Pengolahan data : pilih *analyze, correlate, bivariate*
5. Pengisian (dari *bivariate correlation*) : masukan skor jawaban dan total ke *variables, correlation, coefficient* pilih *pearson, test of significance* klik *two tailed*
6. Klik Ok untuk mengakhiri perintah.

Uji Validitas dari variabel *servicescape* sebagai instrumen variabel (X) dan *customer satisfaction* (Y) akan diuji dalam penelitian ini .Perhitungan validitas item instrumen dilakukan dengan menggunakan program SPSS *Statistic 23 for windows*. Berikut Tabel 3.4 merupakan hasil pengujian validitas dari item pertanyaan yang diajukan peneliti terhadap responden.

Ilmiana Juarni, 2018

**PENGARUH SERVICESCAPE TERHADAP CUSTOMER SATISFACTION
DI HOTEL ARYADUTA BANDUNG
(Survei terhadap Tamu Individu yang Menginap di Hotel
Aryaduta Bandung)**

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

TABEL 3. 4
HASIL UJI VALIDITAS SERVICESCAPE TERHADAP
CUSTOMER SATISFACTION

No.	Pernyataan	R_{hitung}	R_{tabel}	Keterangan
<i>Servicescape (X)</i>				
<i>Physical Dimension (X₁)</i>				
<i>Ambient Conditions/ Keadaan Sekitar</i>				
1.	Tingkat kenyamanan latar belakang musik yang diputar di <i>public area</i> Hotel.	0,623	0,361	Valid
2.	Tingkat kenyamanan suhu udara di Hotel	0,627	0,361	Valid
3.	Tingkat kenyamanan penerangan yang cukup di Hotel	0,494	0,361	Valid
4.	Tingkat kualitas udara di Hotel	0,546	0,361	Valid
5.	Tingkat kenyamanan aroma wangi yang digunakan Hotel	0,623	0,361	Valid
<i>Spatial Layout/ Tata ruang</i>				
1.	Tingkat kemudahan untuk menemukan restoran atau <i>food service</i> dari <i>layout</i>	0,684	0,361	Valid

Ilmiana Juarni, 2018

**PENGARUH SERVICESCAPE TERHADAP CUSTOMER SATISFACTION
 DI HOTEL ARYADUTA BANDUNG**
*(Survei terhadap Tamu Individu yang Menginap di Hotel
 Aryaduta Bandung)*

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

Hotel

2	Tingkat kemudahan untuk menjangkau tempat duduk di area Hotel	0,625	0,361	Valid
3.	Tingkat kemenarikan penataan <i>lobby</i> untuk mempertegas tata ruang Hotel	0,530	0,361	Valid
4.	Tingkat kesesuaian luas area disetiap fasilitas Hotel	0,453	0,361	Valid

Facility Aesthetics/ Estetika Fasilitas

1.	Tingkat kemenarikan warna Hotel	0,453	0,361	Valid
2.	Tingkat kemenarikan desain interior Hotel	0,572	0,361	Valid
3.	Tingkat kemenarikan dekorasi Hotel	0,659	0,361	Valid

Sign and Symbols/ Tanda dan Petunjuk

1.	Tingkat kemudahan menemukan tanda atau simbol dan petunjuk arah untuk memperjelas suatu tempat atau peraturan di dalam hotel.	0,625	0,361	Valid
----	---	-------	-------	-------

Social Dimension (X₂)

Ilmiana Juarni, 2018
**PENGARUH SERVICESCAPE TERHADAP CUSTOMER SATISFACTION
 DI HOTEL ARYADUTA BANDUNG**
*(Survei terhadap Tamu Individu yang Menginap di Hotel
 Aryaduta Bandung)*

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

<i>Service Employees/ Pelayanan Pegawai</i>				
1.	Tingkat keramahan pegawai Hotel	0,587	0,361	Valid
2.	Tingkat kehangatan pribadi pegawai Hotel saat melayani tamu	0,513	0,361	Valid
3.	Tingkat kesopanan pegawai Hotel	0,665	0,361	Valid
4.	Tingkat ketersediaan pegawai Hotel dalam memenuhi permintaan tamu	0,395	0,361	Valid
5.	Tingkat kesigapan pegawai Hotel dalam memenuhi permintaan tamu	0,609	0,361	Valid
6.	Tingkat kerapihan penampilan pegawai Hotel	0,615	0,361	Valid
7.	Tingkat kemenarikan seragam pegawai Hotel	0,591	0,361	Valid
<i>Other Customers/ Tamu yang lain</i>				
1.	Tingkat keramahan tamu lain yang berada di Hotel	0,641	0,361	Valid
2.	Tingkat ketersediaan tamu lain yang berada di hotel untuk membantu tamu yang lainnya	0,587	0,361	Valid

Ilmiana Juarni, 2018

***PENGARUH SERVICESCAPE TERHADAP CUSTOMER SATISFACTION
DI HOTEL ARYADUTA BANDUNG
(Survei terhadap Tamu Individu yang Menginap di Hotel
Aryaduta Bandung)***

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

Rapport

1.	Tingkat keharmonisan hubungan dan interaksi antara pegawai dan tamu Hotel	0,665	0,361	Valid
----	---	-------	-------	-------

No.	Pernyataan	R_{hitung}	R_{tabel}	Keterangan
-----	------------	--------------	-------------	------------

Customer Satisfaction (Y)

Physical Dimension

Ambient Conditions/ Keadaan Sekitar

1.	Tingkat kepuasan terhadap kenyamanan latar belakang musik yang diputar di <i>public area</i> Hotel.	0,366	0,361	Valid
2.	Tingkat kepuasan terhadap kenyamanan suhu udara di Hotel	0,509	0,361	Valid
3.	Tingkat kepuasan terhadap kenyamanan penerangan yang cukup di Hotel	0,459	0,361	Valid
4.	Tingkat kepuasan terhadap kualitas udara di Hotel	0,478	0,361	Valid
5.	Tingkat kepuasan terhadap kenyamanan aroma wangi	0,877	0,361	Valid

Ilmiana Juarni, 2018

**PENGARUH SERVICESCAPE TERHADAP CUSTOMER SATISFACTION
DI HOTEL ARYADUTA BANDUNG**

**(Survei terhadap Tamu Individu yang Menginap di Hotel
Aryaduta Bandung)**

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

yang digunakan Hotel

Spatial Layout/ Tata ruang

1.	Tingkat kepuasan terhadap kemudahan untuk menemukan restoran atau <i>food service</i> dari <i>layout Hotel</i>	0,431	0,361	Valid
2.	Tingkat kepuasan terhadap kemudahan untuk menjangkau tempat duduk di area Hotel	0,787	0,361	Valid
3.	Tingkat kepuasan terhadap kemenarikan penataan <i>lobby</i> untuk mempertegas tata ruang Hotel	0,520	0,361	Valid
4.	Tingkat kepuasan terhadap kesesuaian luas area disetiap fasilitas Hotel	0,877	0,361	Valid

Facility Aesthetics/ Estetika Fasilitas

1.	Tingkat kepuasan terhadap kemenarikan warna Hotel	0,831	0,361	Valid
2.	Tingkat kepuasan terhadap kemenarikan desain interior Hotel	0,840	0,361	Valid
3.	Tingkat kepuasan terhadap	0,883	0,361	Valid

Ilmiana Juarni, 2018

PENGARUH SERVICESCAPE TERHADAP CUSTOMER SATISFACTION DI HOTEL ARYADUTA BANDUNG

(Survei terhadap Tamu Individu yang Menginap di Hotel Aryaduta Bandung)

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

kemenarikan dekorasi Hotel

Sign and Symbols/ Tanda dan Petunjuk

1.	Tingkat kepuasan terhadap kemudahan menemukan tanda atau simbol dan petunjuk arah untuk memperjelas suatu tempat atau peraturan di dalam hotel.	0,389	0,361	Valid
----	---	-------	-------	-------

Social Dimension

Service Employees/ Pelayanan Pegawai

1.	Tingkat kepuasan terhadap keramahan pegawai Hotel	0,809	0,361	Valid
2.	Tingkat kepuasan terhadap kehangatan pribadi pegawai Hotel saat melayani tamu	0,675	0,361	Valid
3.	Tingkat kepuasan terhadap kesopanan pegawai Hotel	0,625	0,361	Valid
4.	Tingkat kepuasan terhadap ketersediaan pegawai Hotel dalam memenuhi permintaan tamu	0,788	0,361	Valid
5.	Tingkat kepuasan terhadap kesiapan pegawai Hotel dalam memenuhi	0,556	0,361	Valid

Ilmiana Juarni, 2018

***PENGARUH SERVICESCAPE TERHADAP CUSTOMER SATISFACTION
DI HOTEL ARYADUTA BANDUNG***

***(Survei terhadap Tamu Individu yang Menginap di Hotel
Aryaduta Bandung)***

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu |

perpustakaan.upi.edu

	permintaan tamu			
6.	Tingkat kepuasan terhadap kerapihan penampilan pegawai Hotel	0,809	0,361	Valid
7.	Tingkat kepuasan terhadap kemenarikan seragam pegawai Hotel	0,398	0,361	Valid
<i>Other Customers/ Tamu yang lain</i>				
1.	Tingkat kepuasan terhadap keramahan tamu lain yang berada di Hotel	0,832	0,361	Valid
2.	Tingkat kepuasan terhadap ketersediaan tamu lain yang berada di hotel untuk membantu tamu yang lainnya	0,610	0,361	Valid
<i>Rapport</i>				
1.	Tingkat kepuasan terhadap keharmonisan hubungan dan interaksi antara pegawai dan tamu Hotel	0,553	0,361	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2018

Berdasarkan Tabel 3.4 Hasil Uji Validitas *Servicescape* terhadap *Customer Satisfaction* merupakan hasil dari kuisisioner yang di bagikan peneliti terhadap 30 responden yang merupakan tamu individual yang menginap di Hotel Aryaduta Bandung dengan tingkat signifikansi

Ilmiana Juarni, 2018

**PENGARUH SERVICESCAPE TERHADAP CUSTOMER SATISFACTION
DI HOTEL ARYADUTA BANDUNG
(Survei terhadap Tamu Individu yang Menginap di Hotel
Aryaduta Bandung)**

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

5% dan derajat kebebasan (dk) $n-2$ ($30-2=28$), maka diperoleh nilai r_{tabel} sebesar 0,361. Hasil validitas yang didapat dinyatakan valid karena memiliki r_{hitung} lebih besar daripada r_{tabel} . Pengukuran validitas untuk variabel X yaitu *Servicescape* yang terdiri dari 23 item pernyataan dinyatakan valid dengan nilai r_{hitung} tertinggi terdapat pada dimensi *physical dimension (spatial layout)* dengan item pernyataan “Tingkat kemudahan untuk menemukan restoran atau *food service* dari *layout* Hotel” dengan perolehan yang didapat sebesar 0,684 sedangkan nilai terendah yang didapat dari variabel X terdapat pada item pernyataan X_2 *Social Dimension (Service employee)* yaitu “tingkat ketersediaan pegawai Hotel dalam memenuhi permintaan tamu dengan perolehan nilai sebesar 0,395.

Pengukuran validitas untuk variabel Y yaitu *Customer Satisfaction* yang juga terdiri dari 23 pernyataan dinyatakan valid juga dengan nilai r_{hitung} tertinggi terdapat pada dimensi kepuasan *physical dimension (facility aesthetics)* “tingkat kemenarikan dekorasi Hotel” dengan perolehan nilai sebesar 0,883 dan nilai terendah terdapat pada dimensi kepuasan *physical dimension (ambient condition)* “tingkat kenyamanan latar belakang musik yang diputar di *public area* Hotel dengan perolehan nilai sebesar 0,366.

3.2.7.2. Pengujian Realibitas

Selain harus valid, instrumen penelitian juga harus dapat dipercaya (*reliable*). Penelitian dapat dikatakan *reliable* apabila adanya suatu persamaan data dalam waktu yang berbeda. Suatu penelitian dapat mempunyai taraf kepercayaan yang tinggi apabila mengalami perubahan, perubahan tersebut tidak terlalu signifikan. Uji ini dilakukan untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran sehingga dapat dikatakan bahwa reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuisioner yang memberikan hasil pengukuran yang terpercaya. Pengujian realibilitas menggunakan realibilitas internal menggunakan uji *Cronbach*

Ilmiana Juarni, 2018

**PENGARUH SERVICESCAPE TERHADAP CUSTOMER SATISFACTION
DI HOTEL ARYADUTA BANDUNG**

**(Survei terhadap Tamu Individu yang Menginap di Hotel
Aryaduta Bandung)**

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

Alpha karena alternatif jawaban pada instrumen penelitian lebih dari dua. Keputusan uji reliabilitas dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Jika instrumen dikatakan reliabel apabila *Cronbach alpha* > 0,70.
2. Jika instrumen dikatakan tidak reliabel *Cronbach alpha* < 0,70.

Realibilitas dari variabel *servicescape* sebagai instrumen variabel (X) dan *customer satisfaction* (Y) akan diuji dalam penelitian ini. Perhitungan reliabilitas item instrumen dilakukan dengan menggunakan program SPSS *Statistic 23 for windows*. Berikut hasil pengujian realibitas pada Tabel 3.5:

TABEL 3. 5
HASIL UJI RELIABILITAS *CRONBACH'S ALPHA*

No.	Variabel	<i>Ca</i> hitung	<i>Ca</i> minimal	Keterangan
1.	<i>Servicescape</i> (X)	0,897	0,70	<i>Reliable</i>
2.	<i>Customer Satisfaction</i> (Y)	0,775	0,70	<i>Reliable</i>

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2018

Berdasarkan Tabel 3.5 hasil uji reliabilitas *cronbach's alpha*, maka dapat diketahui bahwa pengukuran reliabilitas untuk variabel X yaitu *Servicescape* dan variabel Y yaitu *Customer Satisfaction* dinyatakan *reliable* karena nilai *cronbach's alpha* lebih besar dibandingkan dengan koefisien *cronbach's alpha* yang bernilai 0,70. Variabel yang memiliki nilai tertinggi yaitu variabel *Servicescape* dengan nilai *cronbach's alpha* sebesar 0,897 sedangkan variabel *Customer Satisfaction* memiliki nilai *cronbach's alpha* sebesar 0,775.

3.2.8. Analisis Data

Data yang diperoleh dan dikumpulkan kemudian diolah dan dianalisis. Tujuan pengolahan data adalah untuk memberikan keterangan

Ilmiana Juarni, 2018

PENGARUH *SERVICESCAPE* TERHADAP *CUSTOMER SATISFACTION* DI HOTEL ARYADUTA BANDUNG

(Survei terhadap Tamu Individu yang Menginap di Hotel Aryaduta Bandung)

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

yang berguna, serta menguji hipotesis yang telah dirumuskan dalam penelitian ini, maka dari itu, teknik analisis data diarahkan pada pengujian hipotesis serta menjawab masalah yang diajukan. Alat penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner. Kuesioner ini disusun berdasarkan variabel yang terdapat dalam penelitian.

3.2.8.1. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif yaitu analisis data dengan cara menggambarkan data yang terkumpul dari jawaban responden atas item-item dalam kuesioner. Analisis deskriptif bertujuan untuk mengubah kumpulan data mentah menjadi informasi yang mudah dipahami.

Penelitian ini menggunakan analisis data deskriptif untuk mendeskripsikan variabel-variabel penelitian sebagai berikut:

1. Distribusi frekuensi adalah distribusi matematika dengan tujuan memperoleh hitungan jumlah tanggapan terkait dengan nilai yang berbeda dari satu variabel dan dua variabel mengungkapkan jumlah dalam persentase (Naresh K. Malhotra, 2009:480).
2. Analisis statistik *coss-tabulation* adalah teknik statistik yang menggambarkan dua atau lebih variabel secara bersamaan dan hasil dalam tabel yang mencerminkan bahwa distribusi gabungan dari dua atau lebih variabel yang memiliki sejumlah kategori atau nilai-nilai yang berbeda. Analisis statistik *coss-tabulation* digunakan untuk mengetahui distribusi frekuensi respon dari hubungan antara dua variabel penelitian dalam bentuk baris dan kolom (Naresh K. Malhotra, 2009:493).
3. Perhitungan skor ideal digunakan untuk mengukur tinggi atau rendahnya pengaruh variabel X yang terdapat di objek penelitian. Terdapat lima tahapan perhitungan yaitu:
 - a. Nilai indeks maksimum = skor tertinggi x jumlah item x jumlah responden
 - b. Nilai indeks minimum = skor terendah x jumlah item x jumlah responden

Ilmiana Juarni, 2018

**PENGARUH SERVICESCAPE TERHADAP CUSTOMER SATISFACTION
DI HOTEL ARYADUTA BANDUNG**

**(Survei terhadap Tamu Individu yang Menginap di Hotel
Aryaduta Bandung)**

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

- c. Jenjang variabel = nilai indeks maksimum – nilai indeks minimum
- d. Jarak interval = jenjang banyaknya kelas interval

Analisis deskriptif variabel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Analisis data deskriptif tentang *servicescape* yang terdiri dari *physical dimension* (X1) dan *social dimension* (X2).
2. Analisis deskriptif mengenai kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*) yang terdiri dari *expectation* dan *perception* pada tamu individual yang menginap di Hotel Aryaduta Bandung.

3.2.8.2. Analisis Data Verifikatif

Analisis verifikatif bertujuan untuk menguji hipotesis dengan menggunakan uji statistik. Setelah dilakukannya analisis deskriptif, analisis yang dilakukan selanjutnya yaitu dilakukannya uji keseluruhan data yang diperoleh dari responden telah terkumpul. Teknik analisis data yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini adalah regresi berganda. Analisis regresi dilakukan bila hubungan dua variabel berupa hubungan kausal atau fungsional. Regresi berganda digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh *servicescape* terhadap *customer satisfaction* di hotel Aryaduta Bandung. Adapun yang menjadi variabel bebas ialah *servicescape* yang memiliki dua dimensi yaitu X1 (*physical dimension*) dan X2 (*social dimension*), sedangkan variabel terikatnya adalah *customer satisfaction* yang terdiri dari *expectation* dan *perception*.

Analisis data dilakukan setelah data seluruh responden terkumpul. Berikut langkah-langkah dalam kegiatan analisis data dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. *Method of Successive Interval (MSI)*

Method of Successive Interval (MSI) merupakan metode skala untuk menaikkan skala pengukuran ordinal ke skala pengukuran interval. Jadi, MSI dapat dikatakan mentransformasi data pengukuran ordinal menjadi interval. Langkah-langkah untuk melakukan transformasi data tersebut adalah sebagai berikut:

Ilmiana Juarni, 2018

**PENGARUH SERVICESCAPE TERHADAP CUSTOMER SATISFACTION
DI HOTEL ARYADUTA BANDUNG**

**(Survei terhadap Tamu Individu yang Menginap di Hotel
Aryaduta Bandung)**

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

1. Install add ins *Successive.xla* pada *Microsoft Excel*.
2. Jalankan aplikasi *Microsoft Excel*.
3. Buka data yang akan diolah menjadi MSI.
4. Klik *Toolbar Statistics*.
5. Pilih *Succesive Interval*.
6. Pada Menu *Input* pilih *data range*, lalu drag data yang akan di MSI.
7. Pada Menu *Output* pilih kolom tempat MSI.
8. Pilih *Next*.
9. Pada Menu *Select Variables*, pilih seluruh item yang akan di MSI-kan.
10. Pilih *Next*.
11. Pada Menu *Min Value* isi dengan 1 dan *Max Value* dengan 5.
12. Klik Menu *Display Summary*, lalu *Next*.
13. Klik *Finish*.

Data penelitian yang telah berskala interval selanjutnya akan ditemukan pasangan data *variabel independent* dengan *variabel dependent* serta akan ditemukan persamaan yang berlaku untuk pasangan-pasangan tersebut. Untuk mendapatkan kelima variabel mempunyai hubungan kausal atau tidak, maka harus didasarkan pada teori atau konsep-konsep tentang variabel-variabel tersebut.

2. Analisis Regresi Linier Berganda

Berdasarkan tujuan penelitian, maka variabel yang dianalisis adalah variabel independen (X) *servicescape* yang memiliki dua dimensi yaitu X1 (*physical dimension*) dan X2 (*social dimension*), sedangkan variabel dependen (Y) adalah *customer satisfaction* yang terdiri dari *expectation* dan *perception*.

Persamaan regresi linier berganda tiga variabel bebas tersebut dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

Keterangan : Y = Nilai variabel terikat yang diprediksikan

Ilmiana Juarni, 2018

**PENGARUH SERVICESCAPE TERHADAP CUSTOMER SATISFACTION
DI HOTEL ARYADUTA BANDUNG
(Survei terhadap Tamu Individu yang Menginap di Hotel
Aryaduta Bandung)**

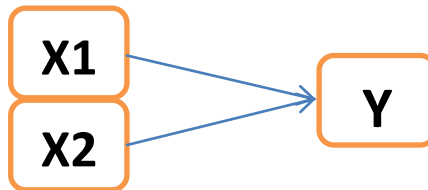
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu |
perpustakaan.upi.edu

a = Konstanta atau bila harga $X = 0$

b = Koefisien regresi, yang menunjukkan angka peningkatan ataupun penurunan variabel terikat yang didasarkan pada variabel bebas. Bila $b (+)$ maka terjadi kenaikan, bila $b (-)$ maka terjadi penurunan.

X = Subyek pada variabel bebas yang mempunyai nilai tertentu X_1 (*physical dimension*) dan X_2 (*social dimension*) merupakan variabel penyebab.

Penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda yang digunakan untuk mengetahui pengaruh antara variabel bebas (X) *servicescape* yang memiliki dua dimensi yaitu X_1 (*physical dimension*) dan X_2 (*Social dimension*), sedangkan variabel terikat (Y) adalah *customer satisfaction* yang terdiri dari *expectation* dan *perception*. Maka terlebih dahulu hipotesis konseptual tersebut digambarkan dalam sebuah paradigma seperti gambar 3.1 berikut:



GAMBAR 3. 1
REGRESI LINEAR BERGANDA

Ilmiana Juarni, 2018
**PENGARUH SERVICESCAPE TERHADAP CUSTOMER SATISFACTION
 DI HOTEL ARYADUTA BANDUNG**
*(Survei terhadap Tamu Individu yang Menginap di Hotel
 Aryaduta Bandung)*

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

Keterangan:

X_1 = *Physical dimension*

X_2 = *Social dimension*

Y = *Customer Satisfaction*

→ = Hubungan Kausalitas

Teknik analisis regresi linear berganda dilakukan dengan prosedur sebagai berikut:

a. Uji Asumsi Normalitas

Uji normalitas adalah untuk melihat apakah nilai residual terdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki nilai residual terdistribusi normal. Syarat pertama untuk melakukan analisis regresi adalah normalitas, yaitu data sampel hendaknya memenuhi persyaratan distribusi normal. Untuk mengetahui apakah data yang digunakan berdistribusi normal atau tidak, dapat menggunakan *normal probability plot*.

b. Uji Asumsi Multikolinieritas

Uji multikolinieritas adalah untuk melihat ada atau tidaknya korelasi yang tinggi antara variabel-variabel bebas dalam suatu model regresi linier berganda. Jika ada korelasi yang tinggi diantara variabel-variabel bebasnya, maka hubungan antara variabel bebas terhadap variabel terikat menjadi terganggu. Parameter yang sering digunakan untuk mendeteksi multikolinieritas adalah nilai VIF (*Variance Inflation Factor*). Suatu regresi dikatakan terdeteksi multikolinieritas apabila nilai VIF menjauhi 1 dan kurang dari 10.

c. Uji Asumsi Autokorelasi

Persamaan regresi yang baik adalah yang tidak memiliki masalah autokorelasi, jika terjadi autokorelasi maka persamaan tersebut tidak layak dipakai prediksi. Masalah autokorelasi baru timbul jika ada

Ilmiana Juarni, 2018

***PENGARUH SERVICESCAPE TERHADAP CUSTOMER SATISFACTION
DI HOTEL ARYADUTA BANDUNG***

***(Survei terhadap Tamu Individu yang Menginap di Hotel
Aryaduta Bandung)***

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

korelasi secara linier antar kesalahan pengganggu periode t (berada) dan kesalahan pengganggu periode $t-1$ (sebelumnya).

d. Uji Asumsi Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas adalah untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap atau disebut homoskedastisitas. Suatu regresi dikatakan tidak terdeteksi heteroskedastisitas apabila diagram pencar residualnya tidak membentuk pola tertentu.

3. Analisis Korelasi (R)

Analisis korelasi bertujuan untuk mencari hubungan antara dua variable atau lebih yang diteliti seperti variabel independen (X_1 dan X_2) terhadap variabel dependen (Y) secara serentak dan menunjukkan seberapa besar hubungan yang terjadi antara kedua variable tersebut. Nilai R yaitu antara 0 sampai 1, maka jika nilai semakin mendekati 1 berarti hubungan yang terjadi semakin kuat, sebaliknya nilai semakin mendekati 0 maka hubungan yang terjadi semakin lemah.

4. Determinasi (R^2)

Analisis determinasi dalam regresi berganda digunakan untuk mengetahui persentase sumbangan pengaruh variabel independen X_1 (*Physical dimension*) dan X_2 (*Social dimension*) secara serentak terhadap variabel dependen Y (*customer satisfaction*). Koefisien ini dimaksudkan untuk mengetahui seberapa besar presentase variasi perubahan dalam satu variabel (dependen) ditentukan oleh perubahan dalam variabel lain (independen). $R^2 = 0$, maka tidak ada sedikitpun presentasi sumbangan pengaruh yang diberikan variabel independen terhadap variabel dependen atau variasi variabel independen yang digunakan dalam model tidak menjelaskan sedikitpun variasi variabel dependen

3.2.9. Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis merupakan langkah terakhir dari analisis data yaitu menguji hipotesis dengan tujuan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan yang cukup jelas dan dapat di percaya antara variabel independen dengan variabel dependen. Data yang diperoleh dari

Ilmiana Juarni, 2018

**PENGARUH SERVICESCAPE TERHADAP CUSTOMER SATISFACTION
DI HOTEL ARYADUTA BANDUNG**

**(Survei terhadap Tamu Individu yang Menginap di Hotel
Aryaduta Bandung)**

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

penelitian ini adalah data ordinal yang merupakan skala yang mengandung unsur kategori atau penamaan juga menunjukkan peringkat atau urutan.

Rancangan hipotesis dalam penelitian ini dilakukan secara simultan dan parsial. Rancangan hipotesis dalam penelitian ini adalah:

1. Secara Simultan

Pengujian secara simultan berfungsi untuk membuktikan bahwa setiap variabel independen (*servicescape*) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen (*customer satisfaction*) secara serentak.

Kriteria pengambilan keputusan untuk hipotesis yang diajukan adalah:

- a. Jika $F_{hitung} \geq F_{tabel}$, maka H_0 ditolak artinya *servicescape* berpengaruh terhadap *customer satisfaction*.
 - b. Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 diterima artinya *servicescape* tidak berpengaruh terhadap *customer satisfaction*.
2. Secara Parsial

Kriteri pengambilan keputusan untuk hipotesis yang diajukan adalah:

- a. Jika $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ dengan tingkat signifikansi $< 0,05$, maka artinya terdapat pengaruh antara *Physical dimension* (X1) terhadap *customer satisfaction* (Y).
Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ dengan tingkat signifikansi $< 0,05$, maka artinya tidak terdapat pengaruh antara *Physical dimension* (X1) terhadap *customer satisfaction* (Y).
- b. Jika $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ dengan tingkat signifikansi $< 0,05$, maka artinya terdapat pengaruh antara *Social dimension* (X2) terhadap *customer satisfaction* (Y).
Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ dengan tingkat signifikansi $< 0,05$, maka artinya tidak terdapat pengaruh antara *Social dimension* (X2) terhadap *customer satisfaction*(Y).

Ilmiana Juarni, 2018

**PENGARUH SERVICESCAPE TERHADAP CUSTOMER SATISFACTION
DI HOTEL ARYADUTA BANDUNG**

**(Survei terhadap Tamu Individu yang Menginap di Hotel
Aryaduta Bandung)**

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