

BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1. Objek Penelitian

Penelitian ini meneliti mengenai analisis dari *perceived risk* dalam menciptakan keputusan menginap tamu di Hotel Holiday Inn Bandung dengan pendekatan ilmu manajemen pemasaran. Penelitian ini menggunakan dua variabel, menurut Sugiyono (2014:39), variabel penelitian merupakan suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulannya.

Variabel yang terdapat dalam penelitian ini, yaitu *Independent variable* (variabel bebas) dan *Dependent variable* (variabel terikat). *Independent variable* atau variabel bebas menurut Sugiyono (2014:39) merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Variabel bebas (X) dalam penelitian ini adalah *perceived risk* yang terdiri dari *financial risk*, *functional risk*, *psychological risk*, *physical risk* dan *social risk*. Menurut Sugiyono (2014:39) *dependent variable* atau variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Variabel terikat (Y) dalam penelitian ini adalah keputusan menginap yang terdiri dari pilihan produk, pilihan merek, pilihan saluran pembelian, penentuan waktu pembelian, jumlah pembelian, dan metode pembayaran.

Unit analisis dari penelitian ini adalah tamu individu yang menginap di Hotel Holiday Inn Bandung. Berdasarkan objek penelitian tersebut, diteliti mengenai pengaruh *perceived risk* dalam menciptakan keputusan menginap tamu di Hotel Holiday Inn Bandung. Penelitian ini membutuhkan waktu kurang dari satu tahun. Oleh sebab itu, metode penelitian yang digunakan adalah *cross sectional*. Menurut Uma Sekaran (2013:106) mengemukakan bahwa *cross sectional study* adalah sebuah penelitian di mana data dikumpulkan hanya sekali, mungkin selama beberapa hari atau minggu atau bulan, untuk menjawab pertanyaan penelitian. Penelitian ini difokuskan

Fitri Fauziyyah Ulfah, 2019
PENGARUH PERCEIVED RISK TERHADAP KEPUTUSAN MENGINAP TAMU HOTEL HOLIDAY INN BANDUNG

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

pada penelitian tentang pengaruh *perceived risk* yang berdampak pada keputusan menginap.

3.2 Metode Penelitian

3.2.1 Jenis Penelitian dan Metode yang Digunakan

3.2.1.1 Jenis Penelitian

Berdasarkan penjabaran diatas, maka penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif dan kausalitas (verifikatif). Menurut Uma Sekaran (2013:100) penelitian deskriptif adalah jenis penelitian konklusif yang memiliki tujuan utama untuk mendeskripsikan sesuatu biasanya penjelasan mengenai karakteristik pasar atau fungsi. Melalui jenis penelitian deskriptif maka dapat diperoleh deskripsi mengenai gambaran *perceived risk*, dan gambaran keputusan menginap. Sedangkan penelitian verifikatif menurut Sugiyono (2012:55) merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih. Dalam hal ini dilakukan uji hipotesis dilapangan terhadap tamu individu yang menginap di Hotel Holiday Inn Bandung untuk mengetahui pengaruh *perceived risk* terhadap keputusan menginap.

3.2.1.2 Metodologi Penelitian

Noor (2013:22) mengemukakan, metode penelitian adalah suatu proses atau prosedur yang sistematis berdasarkan prinsip dan teknik ilmiah yang dipakai oleh disiplin (ilmu) untuk mencapai satu tujuan. Jenis penelitian yang digunakan, yakni deskriptif dan kausalitas (verifikatif), maka metode penelitian yang akan digunakan adalah metode penelitian kuantitatif dan metode *explanatory survey*. Menurut Sugiyono (2014:8) mendefinisikan metode penelitian kuantitatif sebagai berikut:

Metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Metode *explanatory survey* menurut Sugiyono (2012:11) mendefinisikan metode *explanatory survey* merupakan metode penelitian yang dilakukan pada

populasi besar maupun kecil, tetapi data yang dipelajari adalah data dari sampel yang diambil dari populasi tersebut. Sehingga ditemukan kejadian-kejadian relatif, distribusi dan hubungan-hubungan antar variabel sosiologis maupun psikologis. Berdasarkan penelitian tersebut yang menggunakan metode tersebut, informasi dari sebagian populasi dikumpulkan langsung di tempat kejadian secara empirik dengan tujuan untuk mengetahui pendapat dari sebagian populasi terhadap objek yang sedang diteliti.

3.2.2. Operasional Variabel

Operasional variabel menurut Sugiyono (2012:58) yaitu segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya. Variabel yang dikaji dan dianalisis dalam penelitian ini meliputi: *independent variable* yaitu *social media(X)* yang memiliki lima dimensi yaitu *financial risk*, *functional risk*, *psychological risk*, *physical risk* dan *social risk*. Sedangkan keputusan menginap (Y) sebagai *dependent variable* memiliki faktor-faktor yang terdiri dari pilihan produk, pilihan merek, pilihan saluran pemesanan, penentuan waktu pemesanan, jumlah pemesanan, dan metode pembayaran.

TABEL 3.1
OPERATIONAL VARIABLE PENELITIAN

Variabel/ Sub Variabel	Konsep variabel dan sub variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
1	2	3	4	5	6
<i>Perceived Risk</i>	<i>Perceived Risk</i> risiko yang dirasakan didefinisikan sebagai rasa ketidakpastian mengenai konsekuensi negatif yang mungkin menggunakan produk atau jasa, akibatnya, motivasi konsumen untuk menghindari kesalahan lebih besar dari keinginan mereka untuk memaksimalkan utilitas dalam pembelian. Hong-sheng Chang (2008)				

<i>Financial Risk</i> (X1)	Melibatkan pengeluaran terkait dengan harga pembelian produk maupaun fasilitas yang digunakan serta harga pembelian menjadikan bahan pertimbangan bagi konsumen.	Biaya Tambahan yang Dikeluarkan untuk <i>Laundry</i>	Tingkat persepsi risiko biaya tambahan yang dikeluarkan saat penggunaan fasilitas <i>laundry</i> di Hotel Holiday Inn Bandung	<i>Ordinal</i>	III.A.1
		Biaya Tambahan yang Dikeluarkan untuk Kamar	Tingkat persepsi risiko untuk mengeluarkan biaya tambahan yang dikeluarkan untuk kamar selama menginap di Hotel Holiday Inn Bandung	<i>Ordinal</i>	III.A.2
		Biaya Tambahan yang Dikeluarkan untuk <i>Food & Beverage</i>	Tingkat persepsi risiko untuk biaya tambahan yang dikeluarkan untuk membeli produk <i>food & beverage</i> Hotel Holiday Inn Bandung	<i>Ordinal</i>	III.A.3
<i>Functional Risk</i> (X2)	Merupakan suatu nilai fungsional untuk konsumen yang berkaitan dengan atribut suatu produk serta merupakan ciri khas suatu produk.	Ukuran Kamar	Tingkat persepsi risiko untuk ukuran kamar di Hotel Holiday Inn Bandung	<i>Ordinal</i>	III.B.1
		Kenyamanan Tata Ruang Kamar	Tingkat persepsi risiko untuk kenyamanan tata ruang kamar selama menginap di Hotel Holiday Inn Bandung	<i>Ordinal</i>	III.B.2

		Pelayanan Kamar	Tingkat persepsi risiko untuk pelayanan kamar selama menginap di Hotel Holiday Inn Bandung	<i>Ordinal</i>	III.B.3
<i>Psychological Risk</i> (X3)	Mengacu pada fakta bahwa ketika konsumen merasa bahwa sebuah layanan tidak memenuhi standar yang diharapkan, persepsi diri konsumen atau persepsi diri dipengaruhi, menimbulkan persepsi negatif atau ketidak sengajaan untuk mengkonsumsi produk atau layanan.	Waktu Tunggu	Tingkat persepsi risiko waktu tunggu saat <i>check in</i> dan <i>check out</i> di Hotel Holiday Inn Bandung	<i>Ordinal</i>	III.C.1
		Tersebarnya Informasi Pribadi	Tingkat persepsi risiko mengenai tersebarny informasi pribadi di Hotel Holiday Inn Bandung	<i>Ordinal</i>	III.C.2
		Menangani Komplain	Tingkat persepsi risiko dalam menangani komplain di Hotel Holiday Inn Bandung	<i>Ordinal</i>	III.C.3
<i>Physical Risk</i> (X4)	Berpotensi melibatkan keamanan fisik saat membeli maupun setelah menggunakan produk.	Proses saat <i>check in</i> dan <i>check out</i> yang lama melibatkan kenyamanan fisik	Tingkat persepsi risiko mengenai proses saat <i>check in</i> dan <i>check out</i> yang lama melibatkan kenyamanan fisik di Hotel Holiday Inn Bandung	<i>Ordinal</i>	III.D.1
		Kenyamanan untuk Fasilitas Pendukung	Tingkat persepsi risiko mengenai kenyamanan untuk fasilitas pendukung di Holiday Inn Bandung	<i>Ordinal</i>	III.D.2

<i>Social Risk (X5)</i>	Mempengaruhi cara pandang orang lain karena kurangnya potensi penerimaan serta berpotensi suatu kerugian <i>image</i> atau status yang dirasakan ketika membeli atau menggunakan produk atau merek tertentu	Pengakuan di lingkungan sekitar	Tingkat persepsi risiko mengenai pengakuan di lingkungan sekitar anda saat menginap di Hotel Holiday Inn Bandung	<i>Ordinal</i>	III.E.1
		Tanggapan	Tingkat persepsi risiko mengenai tanggapan orang lain apabila anda menginap di Hotel Holiday Inn Bandung	<i>Ordinal</i>	III.E.2
Keputusan Menginap (Y)	<i>Consumer buying behavior refers to the buying behavior of final customers-individuals and households who buy goods and services for personal consumption.</i>				
	Perilaku pembelian konsumen merupakan perilaku pembelian dari individual yaitu konsumen akhir yang membeli barang dan jasa untuk konsumsi pribadi. (Kotler, Bowen, dan Makens 2014:167)				
			Tingkat keunggulan arsitektur dan desain hotel dibandingkan dengan akomodasi lainnya	<i>Ordinal</i>	IV.1
		Pilihan produk	Tingkat variasi jenis kamar yang tersedia dibandingkan dengan akomodasi lainnya	<i>Ordinal</i>	IV.2
		Tingkat keragaman produk yang dimiliki oleh Hotel Holiday Inn Bandung.	<i>Ordinal</i>	IV.3	
	Pilihan Merek	Keputusan tamu untuk menginap berdasarkan	<i>Ordinal</i>	IV.4	

	popularitas Hotel Holiday Inn Bandung.		
	Keputusan tamu untuk menginap berdasarkan citra Hotel Holiday Inn Bandung.	<i>Ordinal</i>	IV.5
	Tingkat kemudahan pemesanan kamar melalui <i>walk in..</i>	<i>Ordinal</i>	IV.6
Pemilihan Penyalur	Tingkat kemudahan pemesanan kamar melalui telepon	<i>Ordinal</i>	IV.7
	Tingkat kemudahan pemesanan kamar melalui <i>online booking.</i>	<i>Ordinal</i>	IV.8
	Tingkat frekuensi menginap pada saat <i>weekday</i> di Hotel Holiday Inn Bandung.	<i>Ordinal</i>	IV.9
Waktu Menginap	Tingkat frekuensi menginap pada saat <i>weekend</i> di Hotel Holiday Inn Bandung.	<i>Ordinal</i>	IV.10
	Tingkat frekuensi menginap pada saat hari libur di Hotel Holiday Inn Bandung	<i>Ordinal</i>	IV.11
Lama menginap	Tingkat frekuensi menginap dalam setiap kunjungan	<i>Ordinal</i>	IV.12

Sumber: Modifikasi dari berbagai sumber, 2017

3.2.3. Jenis dan Sumber Data

Fitri Fauziyyah Ulfah, 2019

PENGARUH PERCEIVED RISK TERHADAP KEPUTUSAN MENGINAP TAMU HOTEL HOLIDAY INN BANDUNG

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

Pada sebuah penelitian tentu perlu didukung dengan data. Dapat dibedakan menjadi dua yaitu data primer dan data sekunder. Menurut Uma Sekaran (2013:113) data primer mengacu pada informasi yang diperoleh dari tangan pertama oleh peneliti pada variabel minat untuk tujuan khusus penelitian. Sedangkan data sekunder mengacu pada informasi yang dikumpulkan dari sumber-sumber yang sudah ada. Untuk secara jelas mengenai data, jenis data dan sumber data yang dipergunakan dalam penelitian ini, maka penulis mengumpulkan dan menyajikannya dalam Tabel 3.2 berikut:

TABEL 3.2
JENIS DAN SUMBER DATA PENELITIAN

NO	JENIS DATA	SUMBER DATA
Data Sekunder		
1	Data Kunjungan Wisatawan Mancanegara ke Indonesia, 2012-2015	Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Barat, 2015
2	Data TPK di Jawa Barat, 2012- Juli 2016	Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Barat
3	Data Tingkat Room Night dan Occupancy Holiday Inn Bandung Berdasarkan Segmentasi Pasar Tahun 2014 - 2016	Departement Sales & Marketing Holiday Inn Bandung, 2017
Data Primer		
	Karakteristik Responden	Penyebaran Kuesioner pada Tamu individu Individu Hotel Holiday Inn Bandung Dago
	Tanggapan Tamu individu Mengenai <i>Perceived Risk</i> di Hotel Holiday Inn Bandung Dago	Penyebaran Kuesioner pada Tamu individu Individu Hotel Holiday Inn Bandung Dago
	Tanggapan Tamu individu Mengenai Keputusan Menginap	Penyebaran Kuesioner pada Tamu individu Individu Hotel Holiday Inn Bandung Dago

Fitri Fauziyyah Ulfah, 2019

PENGARUH PERCEIVED RISK TERHADAP KEPUTUSAN MENGINAP TAMU HOTEL HOLIDAY INN BANDUNG

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

NO	JENIS DATA	SUMBER DATA
	di Hotel Holiday Inn Bandung Dago	

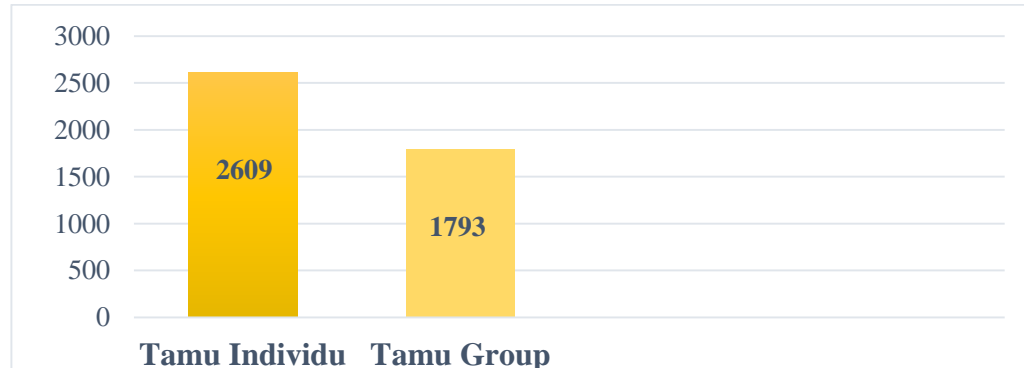
Sumber: Hasil Pengolahan Data 2017

3.2.4 Populasi, Sampel, dan Teknik Sampel

3.2.4.1 Populasi

Menurut Uma Sekaran (2013:240), Populasi mengacu pada seluruh kelompok orang, peristiwa, atau hal-hal menarik yang ingin diteliti oleh seorang peneliti.. Dari pengertian tersebut, populasi merupakan obyek atau subyek pada suatu wilayah dan memenuhi syarat tertentu yang berkaitan dengan masalah dalam penelitian yang meliputi seluruh karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh subjek atau objek tersebut.

Pengertian populasi tersebut, maka yang menjadi populasi pada penelitian ini adalah tamu individu yang menginap di Hotel Holiday Inn Bandung dengan jumlah sebagai berikut ini :



Sumber: Modifikasi *Sales & Marketing* Holiday Inn Bandung, 2017

GAMBAR 3.1
POPULASI TAMU HOTEL HOLIDAY INN BANDUNG 2016

Gambar 3.1 populasi dalam penelitian ini adalah semua tamu individu hotel yang menginap di Hotel Holiday Inn Bandung. Jumlah keseluruhan tamu individu

dimana menjadi populasi pada penelitian ini sebanyak 2.609 tamu berdasarkan data yang didapat dari *Sales & Marketing* Hotel Holiday Inn Bandung.

3.2.4.2 Sampel

Sampel menurut Sugiyono (2014:81) berpendapat sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Ini terdiri dari beberapa anggota yang dipilih dari populasi. Untuk menentukan besarnya sampel tersebut bisa dilakukan secara statistik maupun berdasarkan estimasi penelitian, selain itu juga perlu diperhatikan bahwa sampel yang dipilih harus *representative* artinya segala karakteristik populasi hendaknya tercermin dalam sampel yang dipilih.

Penjabaran mengenai sampel diatas, dapat disimpulkan bahwa sampel dalam penelitian ini adalah sebagian dari populasi penelitian, yaitu sebagian dari jumlah tamu yang melakukan pemesanan kamar di Hotel Holiday Inn Bandung.

Menentukan sampel dari populasi yang telah ditetapkan perlu dilakukan pengukuran yang dapat menghasilkan jumlah, maka digunakan rumus Tabachnick dan Fidel (2013:123) mengemukakan pengukuran tersebut yaitu dengan rumus:

$$N \geq 50 + 8m$$

atau

$$N \geq 104 + m$$

Keterangan:

N = jumlah sampel

m = jumlah variabel

Berikut perhitungan rumus :

$$N \geq 104 + m$$

$$N \geq 104 + 6$$

$$N \geq 110$$

Fitri Fauziyyah Ulfah, 2019

PENGARUH PERCEIVED RISK TERHADAP KEPUTUSAN MENGINAP TAMU HOTEL HOLIDAY INN BANDUNG

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

Maka menurut perhitungan diatas, dalam penelitian ini ukuran sampel minimal 110 responden.

3.2.4.3 Teknik *Sampling*

Teknik sampling merupakan teknik pengambilan sampel untuk menentukan sampel mana yang akan digunakan dalam penelitian. Menurut Sekaran (2013:244) 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 yang digunakan dalam penelitian ini adalah *systematic random sampling* dikarenakan populasinya sejenis (homogen) dan dapat dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi tersebut. Metode tersebut dipilih agar peneliti dapat dengan mudah menentukan objek untuk dijadikan sampel dengan tetap menerapkan aturan yang mana pada setiap elemen dalam populasi memiliki peluang yang sama.

Systematic random sampling merupakan teknik *probability sampling* yang akan digunakan karena populasinya dianggap *homogeny* dan dapat digunakan tanpa pengetahuan bingkai. Berikut langkah-langkah yang dilakukan dalam melaksanakan *systematic random sampling*:

1. Tentukan populasi sasaran. Dalam penelitian ini yang menjadi populasi sasaran adalah tamu individu yang menginap di Hotel Holiday Inn Bandung.
2. Tentukan sebuah tempat tertentu sebagai *checkpoint*, dalam penelitian ini yang menjadi tempat checkpoint adalah Hotel Holiday Inn Bandung.
3. Tentukan waktu yang akan digunakan untuk menentukan sampling. Waktu dalam penelitian ini yang digunakan oleh peneliti adalah pukul 13.00-21.00 (rentang waktu datangnya pengunjung)
4. Lakukan orientasi lapangan, terutama pada checkpoint di Hotel Holiday Inn Bandung. Sampel minimal sebesar 110 orang responden. Maka berdasarkan

penghitungan menggunakan rumus tabachnick di atas, sampel penelitian ini berjumlah 110 orang, pada tamu yang menginap di Hotel Holiday Inn Bandung.

5. Tentukan ukuran sampel (n) pengunjung yang akan disurvei. Berdasarkan jumlah sampel maka dalam satu hari (selama 7 hari) kuisisioner yang harus diberikan sebanyak $110/7 = 15.71 = 15$ responden.

3.2.5. Teknik Pengumpulan Data

Menurut Uma Sekaran (2013:116), teknik pengumpulan data merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari desain penelitian. Untuk mendapatkan data yang berhubungan dengan objek yang sedang diteliti dan diharapkan dapat menunjang penelitian, penulis melakukan pengumpulan data dengan cara:

1. Wawancara

Wawancara adalah kegiatan tanya jawab dengan pemberi informasi untuk mengumpulkan data dan fakta yang berkaitan dengan penelitian. Teknik wawancara dilakukan untuk mendapat informasi langsung dari responden. Responden dalam penelitian ini yaitu tamu di Hotel Holiday Inn Bandung.

2. Observasi

Observasi menurut Uma Sekaran (2013:130) menyangkut menonton, merekam, analisa yang direncanakan dan interpretasi perilaku, tindakan, atau peristiwa. Hasil dari observasi dapat dijadikan data pendukung dalam menganalisis dan mengambil kesimpulan. Observasi ini dilakukan terhadap objek yang diteliti mengenai *perceived risk* dan keputusan menginap di Hotel Holiday Inn Bandung.

3. Kuisisioner

Kuisisioner merupakan seperangkat pertanyaan tertulis yang diajukan kepada responden untuk mengumpulkan data primer. Kuisisioner berisi pertanyaan mengenai karakteristik responden, *perceived risk* dan keputusan menginap di Hotel Holiday Inn Bandung. Setelah kuisisioner diisi oleh responden, pertanyaan tersebut dikumpulkan lalu diolah dan dikaji untuk menjadi sebuah data yang riil.

4. Studi literatur

Studi literatur berupa metode pengumpulan informasi untuk tinjauan teori-teori dari buku dan jurnal ilmiah yang berkaitan dengan variabel penelitian dan masalah yang terdiri dari *perceived risk* dan keputusan menginap. Teknik ini dilakukan agar penulis memiliki konsep yang jelas dan pegangan teori dalam pemecahan masalah, yang dapat menunjang pengolahan data dan mendukung data primer.

3.2.6. Pengujian Validitas dan Realibilitas

3.2.6.1 Pengujian Validitas

Dalam penelitian ini, yang akan diuji adalah validitas dari variabel *perceived risk* sebagai instrumen variabel (X) dan keputusan menginap sebagai variabel (Y). Perhitungan validitas item instrumen dilakukan dengan menggunakan program SPSS *Statistic 21 for windows*.

Menurut Sugiyono (2014:363) validitas merupakan derajat ketepatan antara data yang terjadi pada obyek penelitian dengan data yang dilaporkan oleh peneliti. Dari definisi tersebut, uji validitas dilakukan untuk memastikan seberapa baik suatu instrumen digunakan untuk mengukur konsep yang seharusnya diukur. Dengan demikian data yang valid yaitu data yang sinkron antara data yang dihasilkan peneliti dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek penelitian. Dalam penelitian ini yang akan diuji adalah validitas dari instrumen *perceived risk* sebagai variabel X dan keputusan menginap sebagai variabel Y.

Tipe validitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah validitas konstruk, yaitu menentukan validitas dengan cara mengkorelasikan antar 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.

Langkah-langkah yang dilakukan untuk menguji validitas menurut Sekaran (2008:110) adalah sebagai berikut :

1. Mendefinisikan secara operasional suatu konsep yang akan diukur.
2. Melakukan uji coba pengukur 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 *product moment*, yang rumusnya sebagai berikut :

$$r_{xy} = \frac{n \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{(n \sum x^2 - (\sum x)^2)(n \sum y^2 - (\sum y)^2)}}$$

Sumber : Wijaya (2012:52)

Keterangan:

r_{xy} = Korelasi skor item dan skor total item

n = Jumlah responden

x = Skor per item dalam variabel

y = Skor total item dalam variabel

$\sum x$ = 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

Setelah keluar output dari pengujian menggunakan langkah-langkah tersebut, kemudian dapat diketahui hasilnya dengan dasar keputusan pengujian validitas *item instrument* adalah sebagai berikut :

1. Nilai r_{hitung} dibandingkan dengan r_{tabel} dengan $dk = n-2$ dan taraf signifikansi $\alpha = 0,05$
2. Item pertanyaan-pertanyaan responden penelitian dikatakan valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$.
3. Item pertanyaan-pertanyaan responden penelitian dikatakan tidak valid jika $r_{hitung} < r_{tabel}$
4. Tingkat signifikansi 5% (0,05) dan derajat kebebasan (dk) $n-2$, maka didapat nilai r_{tabel}

Fitri Fauziyyah Ulfah, 2019

PENGARUH PERCEIVED RISK TERHADAP KEPUTUSAN MENGINAP TAMU HOTEL HOLIDAY INN BANDUNG

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

Untuk mengadakan interpretasi mengenai besarnya koefisien korelasi dapat dilihat pada Tabel 3.3.

TABEL 3.3
PEDOMAN UNTUK MEMBERIKAN
INTERPRETASI KOEFISIEN KORELASI

Interval Koefisien	Interpretasi
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 (2012 hlm.184)

Penelitian ini, yang akan diuji adalah validitas sebagai instrumen variabel (X) *perceived risk* sebagai instrumen variabel keputusan menginap (Y). Perhitungan validitas item instrumen dilakukan dengan menggunakan program SPSS *Statistic 23 for windows*.

Perhitungan validitas item instrument dilakukan dengan bantuan *software* SPSS *Statistic 23 for windows*. Hasil perhitungan dengan menggunakan SPSS *Statistic 23 for windows* diperoleh hasil pengujian validitas dari item pertanyaan yang diajukan peneliti. Hasil uji validitas yang diajukan peneliti kepada 30 responden dapat dilihat pada Tabel 3.4.

TABEL 3.4
HASIL PENGUJIAN VALIDITAS

No	Pernyataan	<i>r</i> Hitung	<i>r</i> Tabel	Keterangan
<i>Perceived Risk</i>				
<i>Financial Risk</i>				
1.	Tingkat persepsi risiko biaya tambahan yang dikeluarkan akan terbuang sia-sia di Hotel Holiday Inn Bandung	0,775	0,361	<i>Valid</i>
2.	Tingkat persepsi risiko untuk mengeluarkan biaya tambahan selama menginap di Hotel Holiday Inn Bandung	0,914	0,361	<i>Valid</i>

3.	Tingkat persepsi risiko untuk biaya tambahan yang dikeluarkan saat membeli produk food & beverage Hotel Holiday Inn Bandung	0,921	0,361	<i>Valid</i>
<i>Functional Risk</i>				
1.	Tingkat persepsi risiko untuk ukuran kamar di Hotel Holiday Inn Bandung	0,735	0,361	<i>Valid</i>
2.	Tingkat persepsi risiko untuk kenyamanan tata ruang kamar selama menginap di Hotel Holiday Inn Bandung	0,884	0,361	<i>Valid</i>
3.	Tingkat persepsi risiko untuk pelayanan kamar selama menginap di Hotel Holiday Inn Bandung	0,853	0,361	<i>Valid</i>
<i>Psychological Risk</i>				
1.	Tingkat persepsi risiko waktu tunggu saat <i>check in</i> dan <i>check out</i> di Hotel Holiday Inn Bandung	0,835	0,361	<i>Valid</i>
2.	Tingkat persepsi risiko mengenai informasi pribadi di Hotel Holiday Inn Bandung	0,696	0,361	<i>Valid</i>
3.	Tingkat persepsi risiko dalam menangani komplain di Hotel Holiday Inn Bandung	0,865	0,361	<i>Valid</i>
<i>Physical Risk</i>				
1.	Tingkat persepsi risiko mengenai keamanan produk yang digunakan selama menginap di Hotel Holiday Inn Bandung	0,785	0,361	<i>Valid</i>
2.	Tingkat persepsi risiko mengenai kenyamanan untuk fasilitas pendukung di Holiday Inn Bandung	0,765	0,361	<i>Valid</i>
<i>Social Risk</i>				
1.	Tingkat persepsi risiko mengenai penilaian orang lain terhadap anda	0,720	0,361	<i>Valid</i>

	saat menginap di Hotel Holiday Inn Bandung			
2.	Tingkat persepsi risiko mengenai tanggapan orang lain apabila anda menginap di Hotel Holiday Inn Bandung	0,758	0,361	<i>Valid</i>
Keputusan Menginap				
Pemilihan Produk				
1.	Tingkat keunggulan arsitektur dan desain hotel dibandingkan dengan akomodasi lainnya	0,422	0,361	<i>Valid</i>
2.	Tingkat variasi jenis kamar yang tersedia dibandingkan dengan akomodasi lainnya	0,772	0,361	<i>Valid</i>
3		0,805	0,361	<i>Valid</i>
Pemilihan Merek				
1.	Keputusan tamu untuk menginap berdasarkan popularitas Hotel Holiday Inn Bandung.	0,771	0,361	<i>Valid</i>
2.	Keputusan tamu untuk menginap berdasarkan citra Hotel Holiday Inn Bandung.	0,744	0,361	<i>Valid</i>
Pemilihan Penyalur				
1.	Tingkat kemudahan pemesanan kamar melalui <i>walk in</i> di Hotel Holiday Inn Bandung	0,805	0,361	<i>Valid</i>
2.	Tingkat kemudahan pemesanan kamar melalui telepon di Hotel Holiday In Bandung	0,493	0,361	<i>Valid</i>
3.	Tingkat kemudahan pemesanan kamar melalui <i>online booking</i> di Hotel Holiday Inn Bandung	0,711	0,361	<i>Valid</i>
Waktu Menginap				
1.	Tingkat frekuensi menginap pada saat <i>weekday</i> di Hotel Holiday Inn Bandung.	0,441	0,361	<i>Valid</i>

2.	Tingkat frekuensi menginap pada saat <i>weekend</i> di Hotel Holiday Inn Bandung.	0,662	0,361	<i>Valid</i>
3.	Tingkat frekuensi menginap pada saat hari libur di Hotel Holiday Inn Bandung	0,393	0,361	<i>Valid</i>
Lama Menginap				
1.	Tingkat frekuensi menginap dalam setiap kunjunga	0,376	0,361	<i>Valid</i>

Berdasarkan hasil pengujian validitas pada Tabel 3.4 di atas dapat menunjukkan bahwa variable X (*perceived risk*) dan variable Y (keputusan menginap) yang terdiri dari 25 item pertanyaan dapat dikatakan valid, karena r_{hitung} lebih besar atau sama dengan r_{tabel} (0,361).

3.2.6.2 Pengujian Realibilitas

Reliabilitas menunjukkan pada suatu pengertian bahwa suatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut sudah baik (Suharsimi, 2013:221). Pengujian reliabilitas dilakukan untuk mengetahui tingkat kestabilan alat ukur. Reliabilitas hasil ukur berhubungan dengan *sampling error* yaitu sejauh mana terjadi inkosistensi hasil ukur apabila pengukuran dilakukan secara berulang pada kelompok yang berbeda (Wijaya, 2013:115).

Menguji reliabilitas dalam penelitian ini, menggunakan koefisien *alfa* (α) yang diukur dengan menggunakan uji statistik *Cronbanch's Alpha* (α), hal ini dikarenakan instrument pertanyaan kuesioner yang dipakai merupakan antara rentang nilai yang menggunakan skala *likert* 1-5. Menurut Suharsimi (2013:239), rumus ini digunakan untuk mencari reliabilitas instrumen yang skornya bukan 1 dan 0, misalnya angket atau soal bentuk uraian.

$$r_{11} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[\frac{1 - \sum \sigma b^2}{\sigma_1^2} \right]$$

Keterangan:

- r^{11} = Reliabilitas instrument
 k = Banyaknya butir pertanyaan
 $\sum \sigma_b^2$ = jumlah varian butir pertanyaan
 σ_t^2 = Varian total

Jumlah varian butir dapat dicari dengan cara mencari nilai varian t butir kemudian jumlahkan seperti berikut (Suharsimi, 2013:240):

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

- Keterangan:
- n : Jumlah responden
 - x : Nilai skor yang dipilih (total nilai dari nomor-nomor butir pertanyaan)

Keputusan pengujian reliabilitas ditentukan dengan menggunakan ketentuan sbagai berikut:

1. Jika *cronbach alpha* > 0,70 maka item pertanyaan dinyatakan reliabel.
2. Jika *cronbach alpha* < 0,70 maka item pertanyaan dinyatakan tidak reliabel.

Perhitungan reliabilitas *item* pertanyaan dilakukan dengan menggunakan *software SPSS Statistic 23 for windows*. Instrumen dinyatakan reliable atau memiliki tingkat keandalan tinggi jika $C\sigma$ (koefisien *alpha cronbrach*) bernilai $\geq 0,700$. Berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan *SPSS Statistics 23 for windows* diperoleh hasil pengujian reliabilitas pada Tabel 3.5

TABEL 3.5
HASIL UJI RELIABILITAS CRONBACH ALPHA

No.	Variabel	<i>r</i> Hitung (<i>Cronbach's Alpha</i>)	Koefesien (<i>Cronbach's Alpha</i>)	Keterangan
1.	<i>Perceived Risk</i>	0,878	0,700	Reliabel
2.	Keputusan Menginap	0,792	0,700	Reliabel

Berdasarkan Tabel 3.5 hasil uji reliabilitas diketahui bahwa hasil r_{Hitung} (*Cronbach's Alpha*) untuk *Perceived Risk* adalah sebesar 0,878 dan hasil r_{Hitung} (*Cronbach's Alpha*) Keputusan Menginap sebesar 0,792 sehingga kedua variabel tersebut dapat dinyatakan reliabel karena memiliki nilai r_{Hitung} (*Cronbach's Alpha*) yang lebih besar dari nilai koefisien (*Cronbach's Alpha*) minimal sebesar 0,700.

3.3. Teknik Analisis

3.3.1. Analisis Data

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

3.3.1.1 Analisis Data Deskriptif

Teknik analisis data diarahkan pada pengujian hipotesis serta menjawab masalah yang diajukan. Tujuan pengolahan data adalah untuk memberikan keterangan yang berguna, serta menguji hipotesis yang telah dirumuskan. Pada penelitian ini digunakan analisis data deskriptif dan analisis data verifikatif. Analisis deskriptif bertujuan untuk mengubah kumpulan data mentah menjadi informasi yang mudah dipahami. Alat penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuisisioner (angket). Penelitian ini menggunakan analisis data deskriptif untuk mendeskripsikan variabel-variabel penelitian.

1. Analisis data deskriptif mengenai *perceived risk* di Hotel Holiday Inn Bandung melalui tiga dimensi yaitu *financial risk*, *functional risk*, *psychological risk*, *physical risks*, dan *social risk*.

2. Analisis data deskriptif mengenai keputusan menginap di Hotel Holiday Inn Bandung.

Alat untuk mengkategorikan hasil perhitungan, digunakan kriteria penafsiran yang diambil dari 0% sampai 100%. Penafsiran pengolahan data berdasarkan batas disajikan pada Tabel 3.6 sebagai berikut :

TABEL 3.6
KRITERIA PENAFSIRAN HASIL PERHITUNGAN RESPONDEN

Interval Koefisien	Interpretasi
0%	Tidak Seorangpun
1% - 25%	Sebagian Kecil
26% - 49%	Hampir Setengahnya
50%	Setengahnya
51% - 75%	Sebagian Besar
76% - 99%	Hampir Seluruhnya
100%	Seluruhnya

Sumber : Muhammad Ali (1985:184)

3.3.1.2. Pengujian Hipotesis

Analisis berikutnya adalah analisis verifikatif. Analisis verifikatif bertujuan untuk menguji hipotesis dengan menggunakan uji statistic. Setelah dilakukannya analisis deskriptif, analisis yang dilakukan selanjutnya dilakukan 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 *perceived risk* terhadap keputusan menginap di Hotel Holiday Inn Bandung. Adapun yang menjadi variabel bebas ialah *perceived risk* yang memiliki lima dimensi yaitu X_1 (*financial risk*), X_2 (*functional risk*), X_3 (*psychological risk*), X_4 (*physical risk*), dan X_5 (*social risk*), sedangkan variabel terikatnya adalah keputusan menginap yang terdiri dari pilihan produk, pilihan merek, pilihan saluran pemesanan, penentuan waktu pemesanan, jumlah pemesanan, dan metode pembayaran.

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)

Menurut Sedarmayanti dan Syarifudin Hidayat (2011:55) *Method of Successive Interval* (MSI), yaitu metode penskalaan 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:

- 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 :

$$Scale\ Value = \frac{(Density\ at\ lower\ limit) - (Density\ at\ upper\ limit)}{(Area\ below\ upper\ limit) - (Area\ below\ lower\ limit)}$$

Data penelitian yang telah bersekala interval selanjutnya akan ditentukan pasangan data variabel bebas dengan variabel terikat serta akan ditentukan persamaan yang berlaku untuk pasangan-pasangan tersebut.

2. Menyusun data

Mengecek nama dan kelengkapan identitas responden, serta mengecek kelengkapan data yang diisi oleh responden untuk mengetahui karakteristik responden.

3. Tabulasi Data

Tabulasi data yang akan dilakukan dalam penelitian ini adalah memberi skor pada item, menjumlahkan skor pada setiap item, menyusun ranking skor pada setiap variabel penelitian.

4. Menganalisis Data

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

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda (*multiple linier regression*). Analisis regresi linier berganda adalah suatu alat analisis peramalan nilai pengaruh dua atau lebih variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) untuk membuktikan ada atau tidaknya hubungan kausal antara dua variabel bebas atau lebih. Adapun untuk pengolahan data akan dilakukan dengan bantuan program *SPSS 23 for windows*.

Maka variabel yang dianalisis adalah variabel independen (X) yaitu *perceived risk*. Sedangkan variabel dependen (Y) adalah keputusan menginap. Untuk bisa membuat ramalan melalui regresi, maka data setiap variabel harus tersedia. Berdasarkan data tersebut peneliti harus menemukan persamaan regresi berganda melalui perhitungan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5$$

Keterangan : Y = Nilai variabel terikat yang diprediksikan

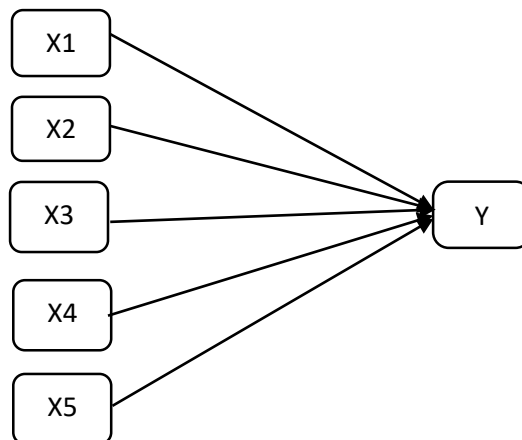
a = Konstanta atau bila harga X = 0

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 (*financial risk*), X_2 (*fuctional risk*), X_3 (*psychological risk*), X_4 (*physical risk*), dan X_5 (*social risk*) adalah variabel penyebab.

Menurut Sugiyono (2012, hlm.277) analisis regresi linier berganda digunakan bila penelitian bermaksud meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen (kriterium), bila dua atau lebih variabel independent sebagai faktor prediktor dimanipulasi (dinaikan-turunkan nilainya).

Dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda yang digunakan untuk mengetahui pengaruh antara variabel bebas X_1 (*financial risk*), X_2 (*fuctional risk*), X_3 (*psychological risk*), X_4 (*physical risk*), dan X_5 (*social risk*) terhadap variabel terikat (Y) yaitu keputusan menginap. Maka terlebih dahulu hipotesis konseptual tersebut digambarkan dalam sebuah paradigma seperti gambar 3.1 berikut:



GAMBAR 3.2
REGRESI LINIER BERGANDA

Keterangan :

- X1 : *Financial Risk*
- X2 : *Functional Risk*
- X3 : *Psychological Risk*
- X4 : *Physical Risk*
- X5 : *Social Risk*
- Y : Keputusan Menginap

Teknik analisis regresi linier berganda dilakukan dengan prosedur kerja 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 Multikolinearitas

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 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 ketidak samaan 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.

e. Uji Linearitas

Uji linieritas digunakan untuk melihat apakah spesifikasi model yang digunakan dalam suatu empiris sebaiknya berbentuk linear, kuadrat atau kubik, Ghazali (2002:80). Dengan uji ini akan diperoleh informasi apakah model empiris sebaiknya linear, kuadrat atau kubik. Menurut Ridwan (2011:184) “uji linearitas bertujuan untuk menguji data yang dihubungkan, apakah berbentuk garis linier atau tidak”. Uji linearitas bertujuan untuk memastikan hubungan antara variabel X dengan variabel Y bersifat linear, kuadratik atau dalam derajat lebih tinggi.

Langkah terakhir dari analisis data yaitu menguji hipotesis dengan tujuan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan yang cukup jelas dan dapat dipercaya antara variabel bebas dengan variabel terikat yang pada akhirnya akan diambil suatu kesimpulan H_0 ditolak atau H_a diterima dari hipotesis yang telah dirumuskan. Rancangan hipotesis dalam penelitian ini adalah :

A. Secara Simultan

Pengujian hipotesis secara simultan dengan menggunakan uji F dihitung dengan rumus Sudjana (1996 :369)

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

Keterangan: R = Nilai korelasi

K = Jumlah variabel independen

n = Jumlah sampel

Kriteria pengambilan keputusan untuk hipotesis yang diajukan adalah :

Jika $f_{hitung} > f_{tabel}$, maka H_0 ditolak artinya X berpengaruh terhadap Y

Jika $f_{hitung} < f_{tabel}$, maka H_0 diterima artinya X tidak berpengaruh terhadap Y

B. Secara Parsial

Pengujian hipotesis ini dengan menggunakan uji t dihitung dengan rumus Sudjana (1996:62)

$$t = r \sqrt{\frac{n-2}{1-r^2}}$$

Keterangan:

r = Nilai korelasi

n = jumlah responden

r^2 = besarnya pengaruh

Pengujian hipotesis yang akan diuji dalam rangka pengambilan keputusan penerimaan atau penolakan hipotesis pada pengujian parsial dapat ditulis sebagai berikut :

1. Hipotesis $H_0 : \rho = 0$

Artinya tidak terdapat pengaruh antara *perceived risk* yang terdiri dari X_1 (*financial risk*), X_2 (*functional risk*), X_3 (*psychological risk*), X_4 (*physical risk*), dan X_5 (*social risk*) terhadap keputusan menginap.

2. Hipotesis $H_1 : \rho \neq 0$

Artinya terdapat pengaruh antara *perceived risk* yang terdiri X_1 (*financial risk*), X_2 (*functional risk*), X_3 (*psychological risk*), X_4 (*physical risk*), dan X_5 (*social risk*) terhadap keputusan menginap.