

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Lokasi Penelitian

Penulis memilih Hotel U Janevalla sebagai lokasi penelitian karena Hotel U Janevalla berada di Jalan Aceh No.65, Citarum, Kecamatan Bandung Wetan, Kota Bandung, Jawa Barat 40115, yang merupakan wilayah strategis dan berdekatan dengan hotel-hotel pesaing diantaranya: Best Western, Hotel Arya Duta, Hotel The 101 dan Hotel Santika yang menyebabkan persaingan diantara hotel-hotel tersebut cukup tinggi. Kemudian Hotel U Janevalla merupakan hotel baru yang berdiri di akhir 2018, belum genap dua tahun, sehingga minimnya penelitian mengenai Hotel U Janevalla yang berkaitan dengan *sensory marketing*, *service quality* dan *customer satisfaction*. Selain itu, Hotel U Janevalla memiliki layanan yang tidak dimiliki oleh para pesaingnya sehingga menjadi pembeda Hotel U Janevalla dengan hotel yang lainnya.



Gambar 3. 1 Lokasi Penelitian
Sumber: Google Maps (Februari 2020)

3.2 Desain Penelitian

Penelitian ini dirancang untuk meneliti pengaruh *sensory marketing* terhadap *customer satisfaction* melalui *service quality* di Hotel U Janevalla. Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif dan verifikatif dengan pendekatan kuantitatif. Penelitian ini diawali dengan melakukan studi literatur dengan mencari artikel dan jurnal penelitian. Setelah itu menentukan topik penelitian lalu membuat rumusan masalah dan mencari fenomena di lapangan.

Kemudian peneliti melakukan observasi dengan menyebarkan kuesioner kepada responden yang pernah menginap di Hotel U Janevalla Bandung menggunakan *google form* yang dibagikan secara online. Kuesioner disebarikan melalui pesan instan seperti *Line* dan *Whatsapp*. Penulis juga menyebarkan kuesioner dengan cara mengirim pesan melalui media sosial seperti *Twitter* dan *Instagram* dengan mencari tamu yang menggunakan *hashtag* Hotel U Janevalla. Selain itu penulis juga mencoba untuk menghubungi tamu yang pernah menginap di Hotel U Janevalla dan telah menulis ulasan di situs *Tripadvisor*. Setelah kuesioner memenuhi jumlah 50 responden, peneliti melakukan *pilot test* untuk menguji validitas dan reliabilitas kuesioner. Jika *pilot test* menunjukkan hasil yang valid dan reliabel, peneliti melanjutkan penyebaran kuesioner. Jumlah kuesioner yang harus terisi adalah 150 kuesioner. Jika jumlah itu telah terpenuhi maka data diolah dan dianalisis menggunakan *Path analysis* untuk dikaji dan dilakukan pembahasan yang bertujuan untuk penarikan kesimpulan. Berikut merupakan alur desain penelitian:



Gambar 3. 2 Desain Penelitian
Sumber: Olahan Penulis (2020)

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Kegiatan pengumpulan data dalam sebuah penelitian membutuhkan populasi yang tepat untuk mendapatkan jawaban yang lebih akurat. Populasi menurut Sugiyono (2012, p. 115) adalah area generalisasi yang mencakup objek/subjek yang menyandang karakteristik serta kualitas khusus yang

diterapkan peneliti untuk diteliti yang selanjutnya akan ditarik sebuah kesimpulan. Berdasarkan pengertian tersebut maka populasi penelitian ini dibatasi, yaitu ditujukan kepada tamu yang pernah menginap di Hotel U Janevalla Kota Bandung.

3.3.2 Sampel

Dalam sebuah studi penelitian, peneliti tidak meneliti semua populasi karena terdapat beberapa faktor seperti keterbatasan biaya dan waktu yang tersedia. Oleh karena itu peneliti mengambil sebagian dari populasi yang disebut dengan sampel penelitian. Sugiyono (2012, p. 116) mendefinisikan sampel sebagai bagian dari jumlah ataupun karakteristik yang dimiliki oleh suatu populasi tertentu.

Hotel U Janevalla memiliki jumlah kunjungan yang fluktuatif, maka dari itu jumlah populasi masih dalam ukuran perkiraan dengan jumlah yang tidak pasti. Riduwan (2004, p. 66) menerangkan bahwa “teknik pengambilan sampel apabila populasinya tidak diketahui secara pasti, digunakan teknik sampling kemudahan. Berdasarkan sampling kemudahan ini, peneliti menyeleksi dengan menyaring kuesioner yang ada, apabila orang-orang tersebut diketahui”. Maka dari itu rumus *Unknown Populations* digunakan untuk menentukan jumlah sampel yang mana tidak adanya kepastian terkait jumlah populasinya:

$$n = \left[\frac{Z_a / 2\sigma}{e} \right]^2$$

Gambar 3. 3 Rumus *Unknown Populations*

Sumber: Riduwan (2004, p. 67)

Keterangan:

- n = Jumlah sampel
- Z_a = ukuran tingkat kepercayaan
- a = 0,05 (tingkat kepercayaan 95%, berarti Z_{0,05} = 1,96)
- σ = Standar Deviasi
- e = Standart error atau kesalahan yang dapat ditoleransi (5% = 0,05)

Perhitungan:

$$n = \left[\frac{Z_{\alpha / 2} \sigma}{e} \right]^2$$

$$n = \left[\frac{(1,96) \cdot (0,25)}{0,05} \right]^2$$

$$n = 96,04$$

Gambar 3. 4 Perhitungan Rumus *Unknown Populations*
Sumber: Riduwan (2004)

Dari rumus tersebut menunjukkan hasil 96 yang artinya jumlah sampel untuk penelitian ini sebanyak 96 responden. Namun dalam penelitian ini, peneliti memutuskan untuk membulatkan sampel sebanyak 150 sampel.

3.4 Teknik Pengambilan Sampel

Teknik sampling yang digunakan peneliti adalah teknik sampling *Non-probability* dengan metode *Purposive Sampling*. Menurut Sugiyono (2007, p. 66) “*Non Probability Sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel”. *Purposive Sampling* merupakan teknik pengambilan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2016, p. 82) *Purposive sampling* dipilih karena peneliti memiliki kriteria tertentu dalam memilih sampel yang sesuai dengan tujuan penelitian diantaranya:

1. Berusia 17-45 tahun
2. Pernah menginap di Hotel U Janevalla lebih dari satu kali

3.5 Operasional Variabel

Menurut Sugiyono (2012, p. 58) operasional variabel merupakan segala sesuatu yang berupa apapun yang ditetapkan oleh peneliti yang kemudian akan dikaji dan dipelajari lebih lanjut sehingga dapat menghasilkan informasi dan ditariknya kesimpulan. Variabel – variabel pada penelitian ini adalah:

1. Variabel bebas (*independent*)

Variabel *independent* adalah variabel yang dapat memengaruhi atau yang menjadi asal mula perubahan atau timbulnya variabel dependen (Sugiyono, 2010). Variabel *independent* pada penelitian ini adalah *sensory marketing*.

2. Variabel terikat (*dependent*)

Variabel *dependent* adalah variabel yang terpengaruh atau yang menjadi dampak dari variabel bebas (Sugiyono, 2010). Variabel *dependent* pada penelitian ini adalah *customer satisfaction*.

3. Variabel Mediasi (*Intervening*)

Variabel mediasi adalah variabel yang mempengaruhi (memperkuat dan menperlemah) hubungan antara variabel *dependent* dan *independent* (Sugiyono, 2013). Variabel mediasi pada penelitian ini adalah *service quality*.

Berikut ini adalah uraian operasional variabel dari *sensory marketing* (X), *service quality* (Y) dan *customer satisfaction* (Z) pada Hotel U Janevalla. Operasional variabel ini disusun agar memudahkan penulis dalam membuat instrumen. Berikut operasional variabel dijelaskan pada Tabel 3.1:

Tabel 3. 1 Operasional Variabel

Variabel	Dimensi	Indikator	Butir Pernyataan	Skala	No. Item
<i>Sensory Marketing</i> (Hulten, B., Broweus, N. and van Dijk, M., 2009) (X)	<i>Visual</i> (Indera Penglihatan)	<i>Exterior</i>	<ul style="list-style-type: none"> Menurut saya Hotel U Janevalla memiliki fasad bangunan yang unik dan menarik 	Ordinal	1.
		<i>Interior</i>	<ul style="list-style-type: none"> Menurut saya Hotel U Janevalla memiliki bentuk (layout) kamar yang unik 	Ordinal	2.
		<i>Color</i>	<ul style="list-style-type: none"> Menurut saya Hotel U Janevalla memiliki warna cat yang khas dan sesuai tema serta nyaman dilihat 	Ordinal	3.
		<i>Light</i>	<ul style="list-style-type: none"> Menurut saya Hotel U Janevalla memiliki percahayaan yang menarik di setiap kamar 	Ordinal	4.
		<i>Design</i>	<ul style="list-style-type: none"> Menurut saya Hotel U Janevalla memiliki desain kolam renang yang unik 	Ordinal	5.
	<i>Gustative</i> (Indera Pengecap)	<i>Interplay</i> (<i>Gastronomi</i>)	<ul style="list-style-type: none"> Menurut saya Hotel U Janevalla memiliki berbagai pilihan makanan dan minuman (lokal & internasional) yang enak, menarik dan berkualitas 	Ordinal	6.

		<i>Delight</i>	<ul style="list-style-type: none"> Menurut saya Hotel U Janevalla memiliki welcome drink, minibar dan teh (tea) yang bervariasi, enak dan mengesankan 	Ordinal	7.
	<i>Auditory</i> (Indera Pendengaran)	<i>Voice</i>	<ul style="list-style-type: none"> Menurut saya Hotel U Janevalla memiliki ruangan dengan tingkat <i>noise reduction</i> yang baik dan nyaman 	Ordinal	8.
		<i>Music</i>	<ul style="list-style-type: none"> Menurut saya Hotel U Janevalla mengalunkan musik-musik beragam yang membuat tamu nyaman 	Ordinal	9.
	<i>Olfactory</i> (Indera Penciuman)	<i>Signature Scent</i>	<ul style="list-style-type: none"> Menurut saya ruangan di Hotel U Janevalla memiliki aroma yang khas dan mengesankan 	Ordinal	10.
		<i>Scent Brand</i>	<ul style="list-style-type: none"> Menurut saya Hotel U Janevalla memiliki <i>toiletries</i> (<i>Soap, shampoo, conditioner</i>) dengan aroma yang unik dan bervariasi 	Ordinal	11.
		<i>Advertency</i>	<ul style="list-style-type: none"> Menurut saya Hotel U Janevalla memiliki aroma makanan yang menggugah selera 	Ordinal	12.
	<i>Tactile</i> (Indera Peraba)	<i>Surface</i>	<ul style="list-style-type: none"> Menurut saya Hotel U Janevalla memiliki dinding dan lantai unik dan berkualitas serta nyaman untuk disentuh 	Ordinal	13.
		<i>Material</i>	<ul style="list-style-type: none"> Menurut saya Hotel U Janevalla memiliki linen (<i>pillow, blanket, towel</i>) yang halus, lembut dan nyaman 	Ordinal	14.
		<i>Temperature</i>	<ul style="list-style-type: none"> Menurut saya kamar di Hotel U Janevalla memiliki tingkat suhu ruangan yang berkualitas dan menyejukkan 	Ordinal	15.
<i>Service Quality</i> (Zeithaml, Parasuraman, dan Berry dalam	<i>Tangible</i> (Bukti Fisik)	Kelengkapan dan kesesuaian fasilitas fisik hotel	<ul style="list-style-type: none"> Menurut saya Hotel U Janevalla memiliki fasilitas yang lengkap dan sesuai dengan yang diharapkan (Contoh : <i>room, library, gym, bar</i>) 	Ordinal	16.

Tjiptono, 1988) (Y)		Kerapihan penampilan karyawan	<ul style="list-style-type: none"> Menurut saya karyawan Hotel U Janevalla berpenampilan rapih, bersih, dan beratribut lengkap dengan aksesoris warna yang selaras 	Ordinal	17.
		Kebersihan area hotel	<ul style="list-style-type: none"> Menurut saya Hotel U Janevalla memiliki tingkat kebersihan yang baik di kamar maupun diruangan lainnya 	Ordinal	18.
	<i>Empathy</i> (Empati)	Perhatian personal karyawan hotel terhadap tamunya	<ul style="list-style-type: none"> Menurut saya karyawan Hotel U Janevalla memberikan perhatian personal yang baik kepada tamunya. (Contoh: <i>honeymoon style or birthday present</i>) 	Ordinal	19.
		Keramahan karyawan hotel kepada tamunya	<ul style="list-style-type: none"> Menurut saya karyawan Hotel U Janevalla selalu memberikan salam, sapa, senyum dengan sopan dan santun 	Ordinal	20.
	<i>Responsiveness</i> (Ketanggapan)	Kesigapan karyawan dalam memberikan pelayanan	<ul style="list-style-type: none"> Menurut saya karyawan Hotel U Janevalla sigap dalam menangani kebutuhan atau keluhan tamu 	Ordinal	21.
		Kecepatan pelayanan karyawan hotel	<ul style="list-style-type: none"> Menurut saya karyawan Hotel U Janevalla cepat dan tepat dalam memberikan pelayanan 	Ordinal	22.
	<i>Reliability</i> (Keandalan)	Keandalan dan keakuratan pelayanan hotel	<ul style="list-style-type: none"> Menurut saya karyawan Hotel U Janevalla memberikan durasi <i>check-in</i> dan <i>check-out</i> sesuai dengan konsep hotel (24-hours) 	Ordinal	23.
		Kemampuan karyawan dalam melayani tamu hotel	<ul style="list-style-type: none"> Menurut saya karyawan Hotel U Janevalla memberikan pelayanan sesuai dengan yang mereka janjikan (Contoh: <i>breakfast wherever and whenever</i>) 	Ordinal	24.
	<i>Assurance</i> (Jaminan)	Keamanan tamu saat berada di dalam hotel	<ul style="list-style-type: none"> Menurut saya Hotel U Janevalla memberikan jaminan keamanan saat tamu berada di hotel 	Ordinal	25.
		Fasilitas penunjang	<ul style="list-style-type: none"> Menurut saya Hotel U Janevalla memiliki APAR (Alat Pemadam Api 	Ordinal	26.

		keamanan dan keselamatan	Ringan) dan tersedianya jalur evakuasi		
		Kepercayaan tamu terhadap pihak hotel	<ul style="list-style-type: none"> Saya merasa aman melakukan transaksi dengan karyawan Hotel U Janevalla 	Ordinal	27.
<i>Customer Satisfaction</i> (Swasta B, Dharmesta, & Irawan, 2008) (Z)		Perasaan puas	<ul style="list-style-type: none"> Saya merasa puas dengan pengalaman yang didapatkan dari Hotel U Janevalla 	Ordinal	28.
		Memenuhi harapan	<ul style="list-style-type: none"> Hotel U Janevalla memberikan fasilitas dan pelayanan sesuai dengan harapan saya 	Ordinal	29.
		Memberi rekomendasi kepada orang lain	<ul style="list-style-type: none"> Saya akan merekomendasikan Hotel U Janevalla kepada rekan, saudara ataupun keluarga 	Ordinal	30.
		Melakukan pembelian ulang	<ul style="list-style-type: none"> Saya akan datang kembali untuk menginap di Hotel U Janevalla 	Ordinal	31.

3.6 Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian merupakan sebuah alat yang digunakan oleh peneliti untuk mengukur fenomena alam maupun sosial yang diteliti (Sugiyono, 2012, p. 102). Dalam penelitian ini, alat yang digunakan peneliti untuk mengumpulkan data-data penelitian adalah kuesioner. Sugiyono (2010, p. 199) mendefinisikan kuesioner sebagai teknik pengumpulan data dengan cara memberikan sekumpulan pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Arikunto (2010, p. 195) membedakan kuesioner atas beberapa jenis. Salah satunya adalah dipandang dari cara menjawabnya, diantaranya:

1. Kuesioner terbuka, kuesioner ini memberikan kebebasan kepada respondennya untuk menjawab dengan kalimatnya sendiri
2. Kuesioner tertutup, jawaban dari setiap pertanyaan telah disediakan, sehingga responden tinggal memilihnya

Penelitian ini menggunakan kuesioner tertutup, yang mana jawaban sudah disediakan, sehingga responden hanya memilih dari beberapa jawaban yang sesuai dengan pilihannya dari mulai sangat tidak setuju sampai dengan sangat setuju. Untuk skala pengukuran yang dipakai adalah *skala likert*. Menurut Riduwan (2007,

p. 87) *skala likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau kelompok tentang kejadian atau gejala sosial. Dengan itu, variabel yang diukur dijabarkan menjadi indikator variabel, kemudian indikator dijadikan titik tolak untuk menyusun instrumen baik berupa pertanyaan maupun pernyataan terkait fenomena sosial yang terjadi.

Terdapat lima alternatif jawaban untuk tanggapan responden diberi skor sebagai berikut:

Tabel 3. 2 Skala Likert

No	Pernyataan	Tolok Ukur
1.	Sangat Setuju	5
2.	Setuju	4
3.	Netral	3
4.	Tidak Setuju	2
5.	Sangat Tidak Setuju	1

Sumber: Riduwan (2007)

3.7 Jenis dan Sumber Data

Sumber data penelitian merupakan sekumpulan informasi yang berkaitan dengan variabel yang diteliti oleh penulis. Berdasarkan sumbernya, data dapat dibedakan menjadi dua kategori antara lain:

3.7.1 Data Primer

Data primer adalah data yang penulis dapatkan langsung dari responden. Sedangkan menurut Sanusi (2013, p. 103) data primer merupakan data yang dicatat dan dikumpulkan pertama kali oleh peneliti. Data primer dalam penelitian ini adalah hasil penelitian melalui penyebaran kuesioner yang disebarakan kepada sejumlah responden yaitu tamu yang pernah menginap atau yang sedang menginap di Hotel U Janevalla, sesuai dengan tujuan penelitian dan dianggap mewakili seluruh populasi.

3.7.2 Data Sekunder

Data sekunder adalah sebuah data yang peneliti dapatkan melalui pihak lain, namun berhubungan dengan objek penelitian dan memberikan informasi untuk bahan penelitian. Menurut Sugiyono

(2005) data sekunder merupakan data yang tidak langsung memberikan data kepada peneliti, yang berarti penelitian harus mencari informasi melalui orang lain atau dokumen yang mendukung. Dalam penelitian ini yang menjadi sumber data sekunder adalah data yang didapatkan dari artikel dan buku-buku yang berkaitan maupun situs web di internet yang mendukung penelitian ini.

Tabel 3. 3 Jenis dan Sumber Data

No	Data	Jenis Data		Sumber Data
		Primer	Sekunder	
1.	Fasilitas Hotel U Janevalla		✓	Website Hotel U Janevalla
2.	Ulasan Hotel U Janevalla		✓	Tripadvisor
3.	Tanggapan Pelanggan Mengenai <i>Sensory Marketing</i> Menginap di Hotel U Janevalla	✓		Pelanggan yang pernah menginap di Hotel U Janevalla
4.	Tanggapan Pelanggan Mengenai <i>Service Quality</i> Menginap di Hotel U Janevalla	✓		Pelanggan yang pernah menginap di Hotel U Janevalla
5.	Tanggapan Pelanggan Mengenai <i>Customer Satisfaction</i> Menginap di Hotel U Janevalla	✓		Pelanggan yang pernah menginap di Hotel U Janevalla

Sumber: Hasil olahan penulis (2020)

3.8 Uji Validitas dan Reabilitas

3.8.1 Uji Validitas

Uma Sekaran (2013, p. 225) mendefinisikan bahwa validitas merupakan suatu cara menguji tentang seberapa baik instrumen yang dikembangkan oleh penulis dengan langkah khusus untuk mengukur variabel tertentu. Uji Validitas memiliki tujuan yaitu menguji mana saja item kuesioner yang valid dan yang tidak valid. Data valid merupakan data yang sama antara data yang dilaporkan oleh peneliti dengan data yang terjadi pada objek penelitian.

Uma Sekaran (2008, p. 110) menjelaskan terkait prosedur menguji validitas adalah sebagai berikut:

1. Memberi definisi secara operasional terhadap konsep yang akan diukur

2. Mengadakan uji coba terhadap sebagian responden.
3. Telah menyiapkan tabel untuk tabulasi jawaban.
4. Menghitung nilai korelasi antara data pada pernyataan dengan skor total menggunakan rumus teknik korelasi *product moment*:

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

Sumber: Arikunto S. (2016, p. 87)

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

Nilai korelasi yang diperoleh dapat diinterpretasikan berdasarkan pada tabel dibawah ini:

Tabel 3. 4 Interpretasi Nilai Koefisien Kolerasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0.00 – 0.199	Sangat Lemah
0.20 – 0.399	Lemah
0.40 – 0.599	Sedang
0.60 – 0.799	Kuat
0.80 – 1.000	Sangat Kuat

Sumber: Sugiyono (2016)

Pilot test digunakan untuk menguji reliabilitas dan validitas instrumen penelitian sebelum kuesioner disebarakan lebih luas, maka kuesioner di uji coba terlebih dahulu pada 50 responden yang mana r_{hitung} dibandingkan dengan r_{tabel} dengan perhitungan df (degree of freedom) = $n - 2$ dengan alpha 5 % yang berarti $df = 50 - 2$ menghasilkan 48 yang mana r_{tabel} yang didapat dari tabel Product Moment adalah 0,279. Uji validitas menggunakan SPSS 20.0 dilihat dengan membandingkan nilai r_{hitung} pada

setiap item pertanyaan dengan nilai r_{tabel} sesuai jumlah responden. Berikut keputusan pengujian validitas responden:

1. Nilai r_{hitung} dibandingkan dengan r_{tabel} menggunakan perhitungan $df = n-2$ dengan taraf signifikansi sebesar 5%
2. Item pertanyaan penelitian dikatakan valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$
3. Item pertanyaan penelitian dikatakan tidak valid jika $r_{hitung} < r_{tabel}$.

Tabel 3. 5 Hasil Uji Validitas

No	Variabel	R Hitung	R Tabel (2 tailed)	Ket.
Sensory Marketing				
Visual				
1.	Menurut saya Hotel U Janevalla memiliki fasad bangunan yang unik dan menarik	0.711	0,279	Valid
2.	Menurut saya Hotel U Janevalla memiliki bentuk (layout) kamar yang unik	0.678	0,279	Valid
3.	Menurut saya Hotel U Janevalla memiliki warna cat yang khas dan sesuai tema serta nyaman dilihat	0.681	0,279	Valid
4.	Menurut saya Hotel U Janevalla memiliki percahayaan yang menarik di setiap kamar	0.700	0,279	Valid
5.	Menurut saya Hotel U Janevalla memiliki desain kolam renang yang unik	0.730	0,279	Valid
Gustative				
1.	Menurut saya Hotel U Janevalla memiliki berbagai pilihan makanan dan minuman (lokal & internasional) yang enak, menarik dan berkualitas	0.699	0,279	Valid
2.	Menurut saya Hotel U Janevalla memiliki welcome drink, minibar dan teh (tea) yang bervariasi, enak dan mengesankan	0.687	0,279	Valid
Auditory				
1.	Menurut saya Hotel U Janevalla memiliki ruangan dengan tingkat <i>noise reduction</i> yang baik dan nyaman	0.734	0,279	Valid
2.	Menurut saya Hotel U Janevalla mengalunkan musik-musik beragam yang membuat tamu nyaman	0.811	0,279	Valid
Olfactory				
1.	Menurut saya ruangan di Hotel U Janevalla memiliki aroma yang khas dan mengesankan	0.740	0,279	Valid
2.	Menurut saya Hotel U Janevalla memiliki <i>toiletries</i> (Soap, shampoo, conditioner) dengan aroma yang unik dan bervariasi	0.674	0,279	Valid

3.	Menurut saya Hotel U Janevalla memiliki aroma makanan yang menggugah selera	0.580	0,279	Valid
Tactile				
1.	Menurut saya Hotel U Janevalla memiliki dinding dan lantai unik dan berkualitas serta nyaman untuk disentuh	0.542	0,279	Valid
2.	Menurut saya Hotel U Janevalla memiliki linen (pillow, blanket, towel) yang halus, lembut dan nyaman	0.822	0,279	Valid
3.	Menurut saya kamar di Hotel U Janevalla memiliki tingkat suhu ruangan yang berkualitas dan menyejukkan	0.737	0,279	Valid
Service Quality				
Tangible				
1.	Menurut saya Hotel U Janevalla memiliki fasilitas yang lengkap dan sesuai dengan yang diharapkan (Contoh : <i>room, library, gym, bar</i>)	0.514	0,279	Valid
2.	Menurut saya karyawan Hotel U Janevalla berpenampilan rapih, bersih, dan beratribut lengkap dengan aksesoris warna yang selaras	0.721	0,279	Valid
3.	Menurut saya Hotel U Janevalla memiliki tingkat kebersihan yang baik di kamar maupun diruangan lainnya	0.864	0,279	Valid
Empathy				
1.	Menurut saya karyawan Hotel U Janevalla memberikan perhatian personal yang baik kepada tamunya (Contoh: <i>honeymoon style or birthday present</i>)	0.468	0,279	Valid
2.	Menurut saya karyawan Hotel U Janevalla selalu memberikan salam, sapa, senyum dengan sopan dan santun	0.713	0,279	Valid
Responsiveness				
1.	Menurut saya karyawan Hotel U Janevalla sigap dalam menangani kebutuhan atau keluhan tamu	0.675	0,279	Valid
2.	Menurut saya karyawan Hotel U Janevalla cepat dan tepat dalam memberikan pelayanan	0.761	0,279	Valid
Reliability				
1.	Menurut saya karyawan Hotel U Janevalla memberikan durasi <i>check-in</i> dan <i>check-out</i> sesuai dengan konsep hotel (<i>24-hours</i>)	0.687	0,279	Valid
2.	Menurut saya karyawan Hotel U Janevalla memberikan pelayanan sesuai dengan yang mereka janjikan (Contoh: <i>breakfast wherever and whenever</i>)	0.828	0,279	Valid
Assurance				
1.	Menurut saya Hotel U Janevalla memberikan jaminan keamanan saat tamu berada di hotel	0.841	0,279	Valid

2.	Menurut saya Hotel U Janevalla memiliki APAR (Alat Pemadam Api Ringan) dan tersedianya jalur evakuasi	0.791	0,279	Valid
3.	Saya merasa aman melakukan transaksi dengan karyawan Hotel U Janevalla	0.384	0,279	Valid
Customer Satisfaction				
1.	Saya merasa puas dengan pengalaman yang didapatkan dari Hotel U Janevalla	0.864	0,279	Valid
2.	Hotel U Janevalla memberikan fasilitas dan pelayanan sesuai dengan harapan saya	0.785	0,279	Valid
3.	Saya akan merekomendasikan Hotel U Janevalla kepada rekan, saudara ataupun keluarga	0.804	0,279	Valid
4.	Saya akan datang kembali untuk menginap di Hotel U Janevalla	0.864	0,279	Valid

Sumber: Diolah Penulis (2020)

Hasil pengamatan pada tabel atas yang dilakukan uji validitas terhadap semua instrumen mulai dari variabel *sensory marketing* (x), *service quality* (y) dan *customer satisfaction* (z) menunjukkan r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} (0.279). Maka dari itu semua instrumen yang digunakan pada penelitian ini dinyatakan valid.

3.8.2 Uji Reliabilitas

Uma Sekaran (2013, p. 225) menjelaskan bahwa reliabilitas merupakan suatu cara pengujian mengenai konsistensi alat ukur tersebut. Sedangkan menurut Wardiyanta (2006, p. 26) realibilitas merupakan istilah yang dipakai untuk menunjukkan sejauh mana suatu pengukuran relatif konsisten apabila pengukuran dilakukan secara berulang dua kali atau lebih. Uji reliabilitas dilakukan untuk mendapatkan tingkat ketepatan alat pengumpulan data yang digunakan.

Uji *Cronbach Alpha* digunakan untuk mengukur reliabilitas karena pertanyaan pada kuesioner penelitian ini menggunakan skala likert 1 sampai dengan 5. Uji reliabilitas dilakukan menggunakan SPSS 26 kepada seluruh item pernyataan yang valid. Sebanyak 31 item pernyataan yang terbagi menjadi 15 butir pernyataan terkait *sensory marketing* (x), 12 butir pernyataan terkait *service quality* (y) dan 4 butir pernyataan terkait *customer satisfaction* (z). Rumusnya adalah sebagai berikut:

$$r_{11} = \left(\frac{k}{(k-1)} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sum \sigma_t^2} \right)$$

Gambar 3. 5 Rumus *Cronbach Alpha*

Sumber: Arikunto (2016, p. 122)

Keterangan:

r_{11}	= Reliabilitas instrumen
k	= Banyak item pernyataan
σ_t^2	= Varian total
$\sum \sigma_b^2$	= Jumlah varian item pernyataan

Jika nilai $\alpha > 0.7$ artinya reliabilitas memenuhi (sufficient reliability), Kaplan juga menyatakan bahwa dalam suatu dimensi dinyatakan reliabel jika koefisien reliabilitasnya tidak lebih rendah dari 0.7 (Robert M. Kaplan & Dennis P. Saccuzzo, 1993, p. 126). Keputusan uji reliabilitas ditentukan dengan ketentuan sebagai berikut:

- Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, berarti item pernyataan dikatakan reliabel
- Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, berarti item pernyataan dikatakan tidak reliabel

a. Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Variabel X

Berikut adalah hasil perhitungan uji reliabilitas variabel X yaitu *Sensory Marketing* dengan menggunakan SPSS 26 sebagai berikut:

Tabel 3. 6 *Reliability Statistics Variabel X*

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.927	15

b. Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Variabel Y

Berikut adalah hasil perhitungan dari uji reliabilitas variabel Y yaitu *Service Quality* dengan menggunakan SPSS 26 sebagai berikut:

Tabel 3. 7 *Reliability Statistics Variabel Y*

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.900	12

c. Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Variabel Z

Berikut adalah hasil perhitungan dari uji reliabilitas variabel Z yaitu *Customer Satisfaction* dengan menggunakan SPSS 26 sebagai berikut:

Tabel 3. 8 Reliability Statistics Variabel Z

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.846	4

Hasil dari uji reliabilitas variabel *sensory marketing* (X) adalah $r=0,927$, *service quality* (Y) adalah $r=0,921$ dan *customer satisfaction* (Z) adalah $r=0,846$. Semua r_{hitung} pada ke-tiga variabel tersebut melebihi r_{tabel} 0,7. Maka dari itu dapat disimpulkan bahwa setiap item pernyataan dari semua variabel dinyatakan reliabel.

3.9 Teknik Analisis Data

3.9.1 Teknik Analisis Data Deskriptif

Analisis data deskriptif digunakan untuk menggambarkan setiap variabel pada penelitian ini seperti:

1. Analisis data deskriptif terkait *Sensory Marketing* yang terdiri dari *visual, gustative, auditory, olfactory* dan *tactile* di Hotel U Janevalla
2. Analisis data deskriptif terkait *Service Quality* yang terdiri dari *tangibility, reliability, responsiveness, empathy* dan *assurance* di Hotel U Janevalla
3. Analisis data deskriptif terkait *Customer Satisfaction* di Hotel U Janevalla

Penelitian deskriptif digunakan untuk menggambarkan setiap variabel yang digunakan dalam penelitian. Menurut Narimawati (2010) langkah-langkah yang dilakukan dalam melakukan analisis deskriptif adalah sebagai berikut:

- a. Melakukan klasifikasi alternatif jawaban dari hasil yang telah didapatkan pada setiap variabel menggunakan skala ordinal yang menggambarkan peringkat jawaban;

- b. Menghitung total skor setiap variabel dengan menjumlahkan skor dari seluruh indikator variabel;
- c. Menghitung rata-rata dari total skor setiap variabel;
- d. Menghitung besaran tingkat variabel dengan melihat jumlah total skor jawaban variabel (skor aktual) yang dibandingkan dengan skor tertinggi yang dikalikan dengan jumlah responden (skor ideal);
- e. Selanjutnya, untuk menghitung persentase skor total variabel dapat menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\% \text{ skor aktual} = \frac{\text{skor aktual}}{\text{skor ideal}} \times 100\%$$

- f. Melakukan interpretasi dari hasil persentase skor total

Selanjutnya peneliti menggunakan garis kontinum untuk menentukan kategori skor yang dihasilkan dari perhitungan diatas dengan kriteria sangat rendah, rendah, cukup tinggi, tinggi dan sangat tinggi dari suatu variabel. Adapun langkah-langkah perhitungan dalam teknik garis kontinum ini sebagai berikut (Sugiyono, 2013):

1. Mencari nilai indeks maksimum

Nilai indeks maksimum = skor tertinggi x jumlah pernyataan x jumlah responden.

2. Mencari nilai indeks minimum

Nilai indeks minimum = skor terendah x jumlah pernyataan x jumlah responden.

3. Mencari panjang kelas interval

Panjang kelas interval = nilai indeks maks : banyaknya kelas-kelas interval.

Berikut merupakan gambar garis kontinum:



Gambar 3. 6 Garis Kontinum
Sumber: diolah peneliti (2020)

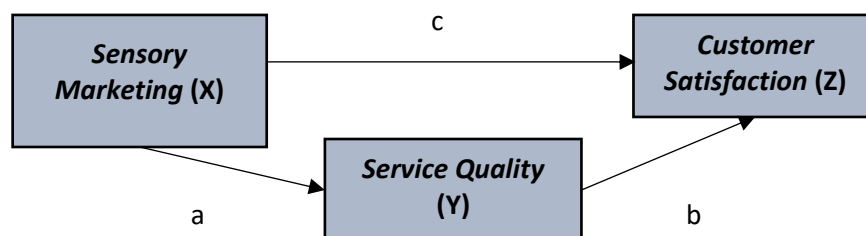
3.9.2 Teknik Analisis Data Verifikatif

Untuk menguji pengaruh variabel mediasi atau intervening ini digunakan teknik analisis jalur (Path Analysis) dan uji sobel. Analisis jalur digunakan untuk menganalisis pola hubungan antar variabel dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh langsung maupun tidak langsung seperangkat variabel bebas terhadap variabel terikat (Riduwan & Sunarto, 2010, p. 140). Selain itu, analisis jalur digunakan untuk menentukan pola hubungan antara tiga atau lebih variabel dan tidak dapat digunakan untuk mengkonfirmasi atau menolak hipotesis kausalitas imajiner (Ghozali I. , 2005). Sehingga tujuan dari analisis ini adalah untuk memperoleh nilai koefisien jalur dari masing-masing variabel *independen*.

3.9.2.1 Analisis Jalur

Tahapan dalam melakukan analisis menggunakan analisis jalur (path analysis) menurut Solimun (2002) dalam Sani & Maharani (2013) adalah sebagai berikut:

1. Merancang model berdasarkan konsep dan teori pada diagram jalur digunakan dua macam anak panah
2. Anak panah satu arah yang menyatakan pengaruh (koefisiensi jalur) langsung dari variabel bebas (*Sensory Marketing*) terhadap variabel terikat (*Customer Satisfaction*)
3. Anak panah yang menyatakan pengaruh tidak langsung antara variabel bebas (*Sensory Marketing*) terhadap variabel terikat (*Customer Satisfaction*) melalui variabel intervening (*Service Quality*).



Gambar 3. 7 Model Analisis Jalur
Sumber: Diolah Penulis (2020)

Berdasarkan Gambar 3.7 setiap nilai “a”, “b” dan “c” menggambarkan jalur dan koefisien jalur antar variabel.

1. Pengaruh langsung *sensory marketing* terhadap *service quality* (a)
2. Pengaruh tidak langsung *sensory marketing* terhadap *customer satisfaction* (a x b)
3. Pengaruh total (c + (a x b))

Pengaruh secara langsung terjadi apabila satu variabel mempengaruhi variabel lainnya tanpa ada variabel ketiga yang memediasi hubungan kedua variabel. Pengaruh tidak langsung terjadi jika ada variabel ketiga yang memediasi variabel ini.

3.9.2.2 Uji Sobel (*Sobel Test*)

Uji Sobel digunakan untuk menguji kekuatan dari pengaruh tidak langsung variabel independen (X) ke variabel dependen (Z) melalui variabel mediator (Y). Menurut Baron dan Kenny (1986) dalam Ghozali (2011) jika suatu variabel mempengaruhi hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat, maka variabel tersebut dikatakan intervening.

Uji Sobel dapat dilakukan dengan cara perhitungan mengalikan a (koefisiensi jalur X – Y) dengan b (koefisiensi jalur Y – Z). Rumus Uji Sobel dengan menghitung simpangan baku (*Sab*) sebagaimana berikut:

$$Sab = \sqrt{b^2Sa^2 + a^2Sb^2 + Sa^2Sb^2}$$

Keterangan :

- Sab : Besarnya standar eror pengaruh tidak langsung.
- A : Jalur variabel independen (X) dengan variabel mediator (Y).
- B : Jalur variabel mediator (Y).dengan variabel dependen (Z)
- Sa : Standar eror koefisien a
- Sb : Standar eror koefisien b

Setelah mendapatkan besaran simpangan baku maka proses selanjutnya adalah menghitung nilai t dari koefisien dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$t = \frac{ab}{sab}$$

Nilai dari t_{hitung} kemudian dibandingkan dengan nilai t_{tabel} . Jika nilai t_{hitung} lebih besar (>) dari nilai t_{tabel} , maka dapat dinyatakan terjadi pengaruh

dari variabel mediasi. Asumsi dari Uji Sobel ini membutuhkan jumlah sampel yang cukup banyak, sebab jika jumlah dari sampelnya kecil, Uji Sobel ini dinyatakan kurang konservatif (Ghozali I. , 2011)

3.9.4 Uji Prasyarat Analisis Data

1. Uji Normalitas

Uji Normalitas digunakan untuk menguji sampel yang digunakan mempunyai distribusi normal atau tidak normal. Penelitian ini menggunakan *Test of Normality Kolmogorov-Smirnov* dalam *software SPSS 26* untuk melakukan uji normalitas. Suatu model regresi memiliki data berdistribusi normal apabila nilai probabilitas $> 0,05$, sehingga layak untuk melakukan uji secara statistik.

2. Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas merupakan analisis untuk menguji apakah ada atau tidak adanya kolerasi antara masing – masing variabel bebas dalam analisis regresi. Untuk dapat mendeteksi ada dan tidaknya multikolinieritas dapat dilihat dari besaran *Variance Inflation Factor (VIF)* dan *Tolerance*. Pedoman suatu model regresi yang bebas multikolinieritas adalah mempunyai angka *tolerance* mendekati 1. Batas VIF adalah 10, jika nilai VIF dibawah 10, maka tidak terjadi multikolinieritas.

3. Uji Linearitas

Uji Linearitas digunakan untuk mengetahui apakah kedua variabel memiliki hubungan yang linear atau tidak secara signifikan. Uji ini digunakan sebagai prasyarat dalam analisis korelasi atau regresi linear.

Berikut merupakan proses untuk mengetahui hasil uji linearitas:

- a. Apabila skor probabilitas $< 0,05$, dapat dinyatakan kaitan antara variabel X dengan Y adalah linear.
- b. Apabila skor probabilitas $> 0,05$, dapat dinyatakan kaitan antara variabel X dengan Y tidak linear.

3.10 Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dimaksudkan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh yang signifikan antara variabel independen kepada variabel dependen. Oleh karena itu penelitian ini harus melakukan pengolahan data sebagai berikut:

3.10.1 Uji t Parsial

Uji t Parsial bertujuan untuk menunjukkan seberapa besar pengaruh variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat. Rumus untuk uji t adalah:

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

Gambar 3. 8 Rumus Uji t Parsial
Sumber: Sugiyono (2013, p. 250)

Keterangan:

- t = Distribusi t
- r = Koefisien korelasi parsial
- r² = Koefisien determinasi
- n = jumlah data

Hasil dari perhitungan tersebut dibandingkan dengan t tabel menggunakan tingkat kesalahan 0,05 dengan kriteria yang digunakan sebagai berikut:

- a. Ho ditolak jika $t_{hitung} > t_{tabel}$
- b. Ho diterima: jika $t_{hitung} \leq t_{tabel}$

Pengujian ini dapat pula menggunakan nilai probability dengan ketentuan sebagai berikut:

- a. Jika nilai probability $< \alpha$ 5% atau 0,05 maka Ho ditolak dan Ha diterima
- b. Jika nilai probability $\geq \alpha$ 5% atau 0,05 maka Ho diterima dan Ha ditolak

Apabila Ho diterima, maka hal ini diartikan bahwa pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen dinilai tidak signifikan dan sebaliknya apabila Ho ditolak, maka hal ini diartikan bahwa berpengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen dinilai berpengaruh secara signifikan.

3.10.2 Uji F Simultan

Uji statistik F digunakan untuk menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan kedalam model terdapat pengaruh secara bersama – sama atau simultan terhadap variabel dependen. Dengan membandingkan f_{hitung} dengan f_{tabel} dengan taraf nyata $\alpha=0.05$ maka dapat disimpulkan dengan kriteria berikut:

1. Jika $f_{hitung} > f_{tabel}$, maka dinyatakan maka H_0 ditolak dan H_a diterima (keseluruhan variabel bebas X berpengaruh terhadap variabel terikat Y).
2. Jika $f_{hitung} < f_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a (keseluruhan variabel bebas X tidak berpengaruh terhadap variabel Y)

3.10.3 Koefisien Determinasi

Nilai koefisien determinasi (R^2) bertujuan menunjukkan persentase pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen baik secara parsial maupun simultan (Riduwan, 2007). Koefisien determinasi dapat dirumuskan sebagai berikut:

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

Keterangan:

KD : Koefisien Determinasi

R^2 : Koefisien yang dikuadratkan