

BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Penelitian ini menganalisis pengaruh strategi *customer value* terhadap keputusan menginap tamu Aston Tropicana Hotel Bandung. variabel bebas atau *independent variable* dalam penelitian ini adalah *customer value*. Sedangkan variabel terikat atau *dependent variable* adalah keputusan menginap yang memiliki indikator: pemilihan produk, pemilihan merek, pemilihan saluran reservasi, waktu menginap, jumlah pemesanan kamar dan metode pembayaran.

Unit analisis dari penelitian ini adalah tamu individu yang menginap di Aston Tropicana Hotel. Berdasarkan unit analisis penelitian tersebut, dianalisa mengenai pengaruh strategi *customer value* Aston Tropicana Hotel terhadap keputusan tamu untuk menginap.

Berdasarkan kurun waktu penelitian yang dilaksanakan dalam jangka waktu kurang dari satu tahun maka metode penelitian yang dipergunakan adalah *cross sectional method*. *Cross sectional method* adalah metode penelitian yang mempelajari objek dalam kurun waktu tertentu atau tidak berkesinambungan dalam jangka waktu panjang (Sugiyono, 2012:5)

3.2 Metode Penelitian

3.2.1. Jenis Penelitian dan Metode yang Digunakan

Berdasarkan variabel-variabel yang diteliti maka jenis penelitian dari penelitian ini adalah penelitian *deskriptif* dan *verifikatif*. Menurut pendapat Sugiyono (2012:86) *deskriptif* adalah uraian sistematis tentang teori (dan bukan sekedar pakar atau penulis buku) dari hasil penelitian yang relevan dengan variabel yang diteliti. Melalui penelitian *deskriptif* maka dapat diperoleh gambaran mengenai *customer value* serta keputusan tamu menginap di Aston Tropicana Hotel.

Penelitian *verifikatif* pada dasarnya menguji kebenaran suatu hipotesis yang dilakukan melalui pengumpulan data di lapangan. Dalam hal ini penelitian *verifikatif* bertujuan untuk mengetahui pengaruh *customer value* terhadap keputusan menginap tamu di Aston Tropicana Hotel.

Berdasarkan jenis penelitian di atas yaitu penelitian *deskriptif* dan *verifikatif* maka metode yang digunakan adalah *explanatory survey*. Menurut Sugiyono (2012:11) menyatakan bahwa:

Penelitian *survey* adalah penelitian yang digunakan untuk mendapatkan data dari tempat tertentu yang alamiah (bukan buatan), tetapi peneliti melakukan perlakuan dalam pengumpulan data, misalnya dengan mengedarkan kuesioner, *test*, wawancara terstruktur dan sebagainya (perlakuan tidak seperti dalam eksperimen).

3.2.2. Operasionalisasi Variabel

Variabel yang diteliti dalam penelitian ini dioperasionalkan dalam dua variabel utama yaitu variabel independen (bebas) adalah *customer value*, sedangkan variabel dependen (terikat) yaitu keputusan menginap yang terdiri dari pemilihan produk, pemilihan merek, pemilihan saluran pemesanan kamar, waktu menginap, jumlah menginap, dan metode pembayaran.

Suatu penelitian agar dapat membedakan konsep teoritis dengan konsep analitis maka perlu adanya penjabaran konsep melalui operasional variabel. Variabel yang diteliti adalah pengaruh *customer value* (X) terhadap keputusan menginap (Y). Adapun operasionalisasi variabel dapat dilihat pada Tabel 3.1

TABEL 3.1
OPERASIONALISASI VARIABEL

Variabel/ Sub variabel	Konsep	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
1	2	3	4	5	6
<i>Customer Value</i> (X)	<i>The difference between the prospective customer's evaluation of all the benefits and all the costs of an offering and the perceived alternatives.</i> (Kotler dan Keller 2012:125)				
		<ul style="list-style-type: none"> • <i>Product Benefit</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat kualitas kamar digunakan dibandingkan dengan pengorbanan yang dikeluarkan. 	Ordinal	1

Variabel/ Sub variabel	Konsep	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
			<ul style="list-style-type: none"> •Tingkat kelengkapan fasilitas kamar yang digunakan dibandingkan dengan pengorbanan yang dikeluarkan. 	Ordinal	2
			<ul style="list-style-type: none"> •Tingkat keragaman fasilitas hotel yang digunakan dibandingkan dengan pengorbanan yang dikeluarkan. 	Ordinal	3
		<ul style="list-style-type: none"> • <i>Service Benefit</i> 	<ul style="list-style-type: none"> •Tingkat ketepatan layanan pegawai hotel saat reservasi yang dirasakan dibandingkan dengan pengorbanan yang dikeluarkan. 	Ordinal	4
			<ul style="list-style-type: none"> •Tingkat kecepatan layanan pegawai hotel saat <i>check in</i> yang dirasakan dibandingkan dengan pengorbanan yang dikeluarkan. 	Ordinal	5

Sinta Maulidya Dewi, 2014

Pengaruh customer value terhadap keputusan tamu untuk menginap di Aston Tropicana Hotel Bandung

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

Variabel/ Sub variabel	Konsep	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
			<ul style="list-style-type: none"> •Tingkat kecepatan layanan pegawai hotel saat <i>check out</i> yang dirasakan dibandingkan dengan pengorbanan yang dikeluarkan. 	Ordinal	6
			<ul style="list-style-type: none"> •Tingkat kualitas layanan kamar hotel yang dirasakan dibandingkan dengan pengorbanan yang dikeluarkan. 	Ordinal	7
		<ul style="list-style-type: none"> • <i>Personnel Benefit</i> 	<ul style="list-style-type: none"> •Tingkat pengetahuan pegawai hotel yang dirasakan dibandingkan dengan pengorbanan yang dikeluarkan. 	Ordinal	8
			<ul style="list-style-type: none"> •Tingkat kejelasan komunikasi pegawai hotel yang diterima dibandingkan dengan pengorbanan yang dikeluarkan. 	Ordinal	9

Sinta Maulidya Dewi, 2014

Pengaruh customer value terhadap keputusan tamu untuk menginap di Aston Tropicana Hotel Bandung

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

Variabel/ Sub variabel	Konsep	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
			<ul style="list-style-type: none"> •Tingkat keramah tamahan pegawai hotel yang dirasakan dibandingkan dengan pengorbanan yang dikeluarkan. 	Ordinal	10
			<ul style="list-style-type: none"> •Tingkat manfaat yang diterima tamu atas ketersediaan pegawai hotel untuk membantu dibandingkan dengan pengorbanan yang dikeluarkan. 	Ordinal	11
		<ul style="list-style-type: none"> • <i>Image Benefit</i> 	<ul style="list-style-type: none"> •Tingkat kesesuaian pemenuhan janji hotel yaitu memberikan pengalaman yang mengesankan pada saat menginap dibandingkan dengan pengorbanan yang dikeluarkan. 	Ordinal	12

Variabel/ Sub variabel	Konsep	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
			<ul style="list-style-type: none"> •Tingkat kesesuaian pemenuhan janji Hotel sebagai hotel bintang 4 dibandingkan dengan pengorbanan yang dikeluarkan. 	Ordinal	13
Keputusan Menginap (Y)	<i>Consumer buyer behavior is the buying behavior of final consumer individuals and households who buy goods and services for personal consumption (Kotler and Keller 2012: 151)</i>				
		<ul style="list-style-type: none"> •Pemilihan Produk 	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat keunggulan produk yang dimiliki hotel. 	Ordinal	1
			<ul style="list-style-type: none"> •Tingkat kualitas produk yang tersedia di hotel. 	Ordinal	2
		<ul style="list-style-type: none"> •Pemilihan Merek 	<ul style="list-style-type: none"> •Keputusan tamu untuk menginap berdasarkan popularitas hotel. 	Ordinal	3
			<ul style="list-style-type: none"> •Keputusan tamu untuk menginap berdasarkan citra hotel 	Ordinal	4
		<ul style="list-style-type: none"> •Pemilihan saluran reservasi 	<ul style="list-style-type: none"> •Tingkat pemilihan pemesanan kamar secara <i>walk in</i>. 	Ordinal	5

Sinta Maulidya Dewi, 2014

Pengaruh customer value terhadap keputusan tamu untuk menginap di Aston Tropicana Hotel Bandung

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

Variabel/ Sub variabel	Konsep	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
			•Tingkat pemilihan Pemesanan kamar via telepon.	Ordinal	6
			•Tingkat pemilihan pemesanan kamar via <i>online booking</i> .	Ordinal	7
		• Waktu menginap	• . Tingkat pemilihan menginap pada saat hari libur.	Ordinal	8
			• Tingkat pemilihan menginap pada saat <i>weekend</i> .	Ordinal	9
			• Tingkat pemilihan menginap pada saat <i>weekday</i>	Ordinal	10
		• Jumlah pemesanan kamar	• Frekuensi pemesanan kamar selama memilih untuk menginap di Aston Tropicana Hotel.	Ordinal	11
		• Metode pembayaran	• Tingkat keberagaman metode pembayaran.	Ordinal	12

Variabel/ Sub variabel	Konsep	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
			•Tingkat pemilihan pembayaran menggunakan uang tunai.	Ordinal	13
			•Tingkat pemilihan pembayaran menggunakan kartu kredit.	Ordinal	14

Sumber:Diolah dari Berbagai Sumber Literatur

3.2.3. Jenis dan Sumber Data

Sumber data di dalam penelitian merupakan subjek darimana data diperoleh. Apabila penelitian menggunakan kuesioner atau wawancara, maka sumber data disebut responden, sedangkan jika penelitian menggunakan teknik observasi, maka sumber data bisa berupa benda atau proses sesuatu.

Sumber data adalah segala sesuatu yang dapat memberikan keterangan tentang data. Berdasarkan jenis dan sumber data menurut Sugiyono (2012:193) dapat dibedakan menjadi dua yaitu data primer dan data sekunder. Data primer merupakan sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data sekunder merupakan sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data. Untuk lebih jelasnya mengenai data dan sumber data yang digunakan dalam

penelitian ini, maka peneliti mengumpulkan dan menyajikannya dalam tabel 3.2 berikut :

TABEL 3.2
SUMBER DATA PENELITIAN

No.	Jenis Data	Sumber Data	Kategori Data
1.	Data jumlah kunjungan wisatawan mancanegara ke Indonesia tahun 2011-2012	Badan Pusat Statistik	Sekunder
2.	Data perjalanan wisatawan nusantara tahun 2007-2011	Badan Pusat Statistik	Sekunder
3.	Data jumlah kunjungan wisatawan ke Jawa Barat tahun 2007-2011	Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Provinsi Jawa Barat	Sekunder
4.	Data jumlah akomodasi di Jawa Barat tahun 2009-2012	Badan Pusat Statistik Jawa Barat	Sekunder
5.	Data jumlah kunjungan wisatawan ke Kota Bandung tahun 2010-2011	Badan Pusat Statistik Kota Bandung	Sekunder
6.	Data jumlah akomodasi di Kota Bandung tahun 2009-2012	Badan Pusat Statistik Kota Bandung	Sekunder
7.	Data jumlah hotel berbintang di Kota Bandung berdasarkan klasifikasinya tahun 2012	Badan Pusat Statistik Kota Bandung	Sekunder
8.	Data <i>Market Share</i> hotel bintang 4 di Kota Bandung tahun 2012	Aston Tropicana Hotel Bandung	Sekunder
9.	Data tingkat <i>occupancy</i> Aston Tropicana Hotel Bandung tahun 2008-2012	Aston Tropicana Hotel Bandung	Sekunder
10.	Tanggapan responden mengenai <i>customer value</i>	Aston Tropicana Hotel Bandung	Primer
11.	Tanggapan responden mengenai keputusan berkunjung	Aston Tropicana Hotel Bandung	Primer

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2013

Sinta Maulidya Dewi, 2014

Pengaruh customer value terhadap keputusan tamu untuk menginap di Aston Tropicana Hotel Bandung

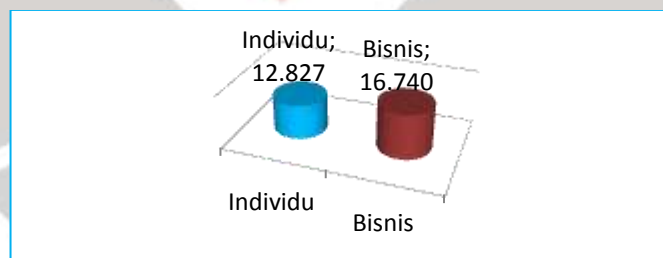
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

3.2.4. Populasi, Sampel dan Teknik Sampel

3.2.4.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2012:115) “Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”.

Populasi dalam penelitian ini adalah semua tamu individu hotel yang menginap di Aston Tropicana Hotel Bandung. Jumlah keseluruhan tamu individu Aston Tropicana Hotel Bandung dimana menjadi populasi pada penelitian ini adalah sebanyak 12.827 tamu individu yang menginap pada tahun 2012 berdasarkan data yang diperoleh dari *Front Office Departement* Aston Tropicana Hotel Bandung diperlihatkan dalam gambar 3.1 di bawah ini.



Sumber: *Front Office Dept* Aston Tropicana Hotel, 2012

GAMBAR 3.1
POPULASI TAMU YANG MENGINAP DI ASTON TROPICANA
HOTEL BANDUNG PADA TAHUN 2012

3.2.4.2 Sampel

Menurut Sugiyono (2008:116) Sampel adalah bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Pada suatu penelitian tidak mungkin semua

populasi diteliti, dalam hal ini disebabkan beberapa faktor, diantaranya keterbatasan biaya, tenaga, dan waktu yang tersedia sehingga peneliti diperkenankan mengambil sebagian dari objek populasi yang ditentukan dengan catatan bagian yang diambil tersebut mewakili yang tidak diteliti.

Menurut Sugiyono (2008:116), “Bila populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada populasi, misalnya keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Apa yang dipelajari dari sampel itu kesimpulannya akan diberlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel dari populasi harus betul-betul representatif (mewakili).

Berdasarkan pendapat ahli di atas, kita tidak perlu meneliti seluruh populasi, tetapi mengambil sampel yakni sebagian dari populasi yang dianggap mewakili seluruh populasi. Dalam menentukan jumlah sampel digunakan rumus pengambilan sampel dari Slovin dalam Husein Umar (2008:65), yaitu sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N e^2}$$

Keterangan:

n = ukuran sampel

N = ukuran populasi

e = kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang dapat ditolerir.

Berdasarkan rumus tersebut di atas, diperoleh jumlah sampel untuk penelitian ini yaitu sebagai berikut:

Sinta Maulidya Dewi, 2014

Pengaruh customer value terhadap keputusan tamu untuk menginap di Aston Tropicana Hotel Bandung

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

$$\begin{aligned}
 n &= \frac{12.827}{1 + 12.827 \times 0,1^2} \\
 &= \frac{12.827}{128,27} \\
 &= 99,66 \approx 100
 \end{aligned}$$

Menurut perhitungan di atas, maka ukuran sampel minimal dalam penelitian ini di Aston Tropicana Hotel yaitu sebesar 100 responden.

3.2.4.3 Teknik Sampling

Menurut Sugiyono (2008:217), “Teknik *sampling* merupakan teknik pengambilan sampel”. Teknik pengambilan sampel harus dilakukan sedemikian rupa sehingga diperoleh sampel (contoh) yang benar-benar dapat berfungsi sebagai contoh atau menggambarkan keadaan populasi yang sebenarnya.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik *systematic random sampling*. Adapun definisi menurut Zulfanef (2008:142), “sampel sistematis adalah metode penarikan sampel yang menarik setiap elemen ke-n dalam populasi yang dimulai memilih unsur secara random antara unsur no.1 dan n.” Apabila peneliti dihadapkan pada ukuran populasi yang banyak dan tidak memiliki alat pengambil data secara random maka cara pengambilan sampel ini dapat digunakan. Terdapat langkah-langkah yang dilakukan dalam teknik ini, yaitu:

1. Tentukan populasi sasaran. Dalam penelitian ini yang menjadi populasi sasaran adalah tamu yang menginap di Aston Tropicana Hotel Bandung.

Sinta Maulidya Dewi, 2014

Pengaruh customer value terhadap keputusan tamu untuk menginap di Aston Tropicana Hotel Bandung

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

2. Tentukan sebuah tempat tertentu sebagai *checkpoint*, dalam penelitian ini yang menjadi tempat *checkpoint* adalah Aston Tropicana Hotel Bandung.
3. Tentukan waktu yang akan digunakan untuk menentukan sampling. Dalam penelitian ini waktu yang digunakan oleh peneliti adalah pukul 15.00-21.00.
4. Lakukan orientasi lapangan, terutama pada *checkpoint* di Aston Tropicana Hotel Bandung. Sampel minimal sebesar 100 orang responden. Maka penelitian ini ditentukan sampel yang berjumlah 100 orang, pada tamu yang menginap di Aston Tropicana Hotel Bandung. Orientasi ini akan dijadikan dasar untuk menentukan interval pemilihan pertama atau dasar banyaknya tamu. Pengambilan sampel dapat dilakukan dengan nomor ganjil saja, genap saja atau kelipatan dari bilangan tertentu. Pada penelitian ini yang diambil sebagai sampel bilangan ganjil adalah 1, 2, 3, 5, dan seterusnya sampai 100.
5. Tentukan ukuran sampel (n) pengunjung yang akan disurvei. Berdasarkan jumlah sampel maka dalam satu hari (selama 7 hari) kuisisioner yang harus diberikan sebanyak $100/7 = 14.2 = 14$ responden.

3.2.5. Teknik Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2012:401), “Teknik pengumpulan data adalah suatu usaha untuk memperoleh data dengan menggunakan metode yang telah ditentukan”. Untuk mendapatkan data yang berhubungan dengan objek yang sedang diteliti dan

diharapkan dapat menunjang penelitian, penulis melakukan pengumpulan data dengan cara:

1. Angket

Teknik pengumpulan data primer yang dilakukan dengan cara menyebarkan seperangkat daftar pertanyaan tertulis. Kuesioner berisi pertanyaan mengenai karakteristik responden, pengalaman responden mengenai *customer value* serta keputusan menginap. Teknik ini dilakukan untuk melengkapi data yang sedang diteliti dengan cara mencari informasi dari sumber langsung melalui pertanyaan-pertanyaan yang diberikan pada selebaran kertas kepada responden. Setelah diisi oleh responden, pertanyaan tersebut di kumpulkan dan setelah itu dikaji untuk menjadi sebuah data yang riil.

2. Studi literatur

Berupa usaha pengumpulan informasi yang berkaitan dengan teori-teori yang ada kaitannya dengan masalah dan variabel yang diteliti yang terdiri dari *customer value* serta keputusan menginap. Teknik ini dilakukan untuk melengkapi data yang berkaitan dengan penelitian.

3.2.6. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

3.2.6.1 Hasil Uji Validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan kevalidan dari suatu instrumen. Suatu instrumen yang valid atau sahih mempunyai validitas yang tinggi.

Sinta Maulidya Dewi, 2014

Pengaruh customer value terhadap keputusan tamu untuk menginap di Aston Tropicana Hotel Bandung

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

Sebaliknya instrumen yang kurang memiliki validitas rendah. Uma Sekaran (2008:42) validitas merupakan bukti bahwa instrument, teknik, atau proses yang digunakan untuk mengukur sebuah konsep benar-benar mengukur konsep yang dimaksudkan.

Rumus yang digunakan untuk menguji validitas menggunakan nilai korelasi antara data pada masing-masing pernyataan dengan skor total memakai rumus Korelasi Product Moment, dikarenakan skala yang digunakan pada penelitian ini adalah skala ordinal dan terdapat prasyarat pengolahan data yang menggunakan rumus korelasi *product moment* sebagai berikut:

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

Suharsimi Arikunto (2010:213)

Keterangan:

- r = Koefisien validitas item yang dicari
- X = Skor yang diperoleh subjek dalam setiap item
- Y = Skor total s
- $\sum X$ = Jumlah skor dalam distribusi X
- $\sum Y$ = Jumlah skor dalam distribusi Y
- $\sum X^2$ = Jumlah kuadrat dalam skor distribusi X
- $\sum Y^2$ = Jumlah kuadrat dalam skor distribusi Y
- n = Jumlah sampel atau banyaknya responden

Keputusan pengujian validitas responden dengan menggunakan taraf signifikan 5% dan derajat kebebasan ($dk = n - 2$) sebagai berikut:

1. Item pertanyaan yang diteliti dikatakan valid jika $r_{hitung} \geq r_{tabel}$
2. Item pertanyaan yang diteliti dikatakan tidak valid jika $r_{hitung} < r_{tabel}$

Jika instrument itu valid, maka dilihat kriteria penafsiran mengenai indeks korelasinya (r) sebagai berikut:

TABEL 3.3
KOEFISIEN KORELASI

Besarnya Nilai	Interpretasi
Antara 0,800 sampai dengan 1,00	Tinggi
Antara 0,600 sampai dengan 0,800	Cukup
Antara 0,400 sampai dengan 0,600	Agak Rendah
Antara 0,200 sampai dengan 0,400	Rendah
Antara 0,00 sampai dengan 0,200	Sangat Rendah

Sumber: Suharsimi Arikunto (2009:164)

Berdasarkan hasil pengolahan dan menggunakan *software* komputer SPSS 20.0 menunjukkan bahwa item-item pertanyaan dalam kuesioner terdapat valid dan tidak valid, dimana Keterangan valid atau tidak validnya data tersebut berdasarkan tingkat signifikansi yang bernilai 0,05 dan dapat dikatakan valid apabila lebih kecil dari nilai 0,05 tersebut. Untuk lebih rincinya dapat dilihat pada Tabel 3.4 berikut:

TABEL 3.4
HASIL UJI VALIDITAS INSTRUMEN PENELITIAN

No.	Item Pertanyaan	r	Tingkat Probabilitas	Tingkat Signifikansi	Ket
<i>Customer Value</i>					
1.	Kualitas kamar Aston Tropicana Hotel yang digunakan dibandingkan dengan pengorbanan yang dikeluarkan.	0,537	0,002	0,05	Valid
2.	Kelengkapan fasilitas	0,700	0,000	0,05	Valid

Sinta Maulidya Dewi, 2014

Pengaruh customer value terhadap keputusan tamu untuk menginap di Aston Tropicana Hotel Bandung

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

No.	Item Pertanyaan	r	Tingkat Probabilitas	Tingkat Signifikansi	Ket
	kamar yang digunakan dibandingkan dengan pengorbanan yang dikeluarkan.				
3.	Keragaman fasilitas hotel yang digunakan dibandingkan dengan pengorbanan yang dikeluarkan.	0,592	0,001	0,05	Valid
4.	Ketepatan layanan pegawai hotel saat reservasi yang dirasakan dibandingkan dengan pengorbanan yang dikeluarkan.	0,574	0,001	0,05	Valid
5.	Kecepatan layanan pegawai hotel saat <i>check in</i> yang dirasakan dibandingkan dengan pengorbanan yang dikeluarkan.	0,715	0,000	0,05	Valid
6.	Kecepatan layanan pegawai hotel saat <i>check out</i> yang dirasakan dibandingkan dengan pengorbanan yang dikeluarkan.	0,799	0,000	0,05	Valid
7.	Kualitas layanan kamar hotel yang dirasakan dibandingkan dengan pengorbanan yang dikeluarkan.	0,609	0,000	0,05	Valid
8.	Pengetahuan pegawai tentang hotel yang dirasakan dibandingkan dengan pengorbanan yang dikeluarkan.	0,563	0,001	0,05	Valid
9.	Kejelasan komunikasi pegawai hotel yang diterima dibandingkan	0,643	0,000	0,05	Valid

Sinta Maulidya Dewi, 2014

Pengaruh customer value terhadap keputusan tamu untuk menginap di Aston Tropicana Hotel Bandung

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

No.	Item Pertanyaan	r	Tingkat Probabilitas	Tingkat Signifikansi	Ket
	dengan pengorbanan yang dikeluarkan.				
10.	Keramah tamahan pegawai hotel yang dirasakan dibandingkan dengan pengorbanan yang dikeluarkan.	0,700	0,000	0,05	Valid
11.	Manfaat yang diterima tamu atas ketersediaan pegawai Aston Tropicana Hotel untuk membantu dibandingkan dengan pengorbanan yang dikeluarkan.	0,706	0,000	0,05	Valid
12.	Kesesuaian pemenuhan janji hotel yaitu memberikan pengalaman yang mengesankan pada saat menginap dibandingkan dengan pengorbanan yang dikeluarkan.	0,677	0,000	0,05	Valid
13.	Kesesuaian pemenuhan janji Aston Tropicana Hotel sebagai hotel bintang 4 dibandingkan dengan pengorbanan yang dikeluarkan.	0,616	0,000	0,05	Valid
Keputusan Menginap					
1.	Kualitas kamar yang dimiliki Aston Tropicana Hotel.	0,233	0,236	0,05	Tidak Valid
2.	Kualitas fasilitas yang dimiliki Aston Tropicana Hotel.	0,538	0,002	0,05	Valid
3.	Keputusan menginap berdasarkan popularitas	0,557	0,001	0,05	Valid

Sinta Maulidya Dewi, 2014

Pengaruh customer value terhadap keputusan tamu untuk menginap di Aston Tropicana Hotel Bandung

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

No.	Item Pertanyaan	r	Tingkat Probabilitas	Tingkat Signifikansi	Ket
	Aston Tropicana Hotel				
4.	Keputusan menginap berdasarkan citra Aston Tropicana hotel	0,663	0,000	0,05	Valid
5.	Pemesanan kamar Aston Tropicana Hotel secara <i>walk in</i> .	0,406	0,026	0,05	Valid
6.	Pemesanan kamar Aston Tropicana hotel via telepon.	0,700	0,000	0,05	Valid
7.	Pemesanan kamar Aston Tropicana hotel melalui <i>online booking</i> .	0,437	0,016	0,05	Valid
8.	Menginap di Aston Tropicana Hotel pada saat hari libur.	0,157	0,408	0,05	Tidak Valid
9.	Menginap di Aston Tropicana Hotel pada saat <i>weekend</i> .	0,835	0,000	0,05	Valid
10.	Menginap di Aston Tropicana Hotel pada saat <i>weekday</i> .	0,724	0,000	0,05	Valid
11.	Pemesanan kamar selama memilih untuk menginap di Aston Tropicana hotel	0,869	0,000	0,05	Valid
12.	Keragaman metode pembayaran Aston Tropicana Hotel	0,194	0,305	0,05	Tidak Valid
13.	Pembayaran menggunakan uang tunai	0,557	0,001	0,05	Valid
14.	Pembayaran menggunakan kartu kredit.	0,715	0,000	0,05	Valid

Sumber: Hasil pengolahan data, 2013

Berdasarkan hasil pengujian pada Tabel 3.4 di atas dari total pernyataan variabel *customer value* sebanyak 13 pernyataan dinyatakan valid semua. Variabel

Sinta Maulidya Dewi, 2014

Pengaruh customer value terhadap keputusan tamu untuk menginap di Aston Tropicana Hotel Bandung

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

keputusan menginap yang totalnya berjumlah 14 pernyataan, terdapat 3 pernyataan yang tidak valid yaitu pernyataan 1,8 dan 12 sehingga total pernyataan yang valid yaitu 11 pernyataan. Agar semua pernyataan tersebut dapat dikatakan valid, maka perlu dilakukan pengujian ulang dengan cara menghitung data tanpa menyertakan pernyataan yang tidak valid. Hasil perhitungan kedua tersebut dapat dilihat dalam Tabel 3.5 berikut:

TABEL 3. 5
HASIL UJI VALIDITAS INSTRUMEN PENELITIAN TANPA
MENYERTAKAN PERNYATAAN YANG TIDAK VALID

No.	Item Pertanyaan	r	Tingkat Probabilitas	Tingkat Signifikansi	Ket
<i>Customer Value</i>					
1.	Kualitas kamar Aston Tropicana Hotel yang digunakan dibandingkan dengan pengorbanan yang dikeluarkan.	0,537	0,002	0,05	Valid
2.	Kelengkapan fasilitas kamar yang digunakan dibandingkan dengan pengorbanan yang dikeluarkan.	0,700	0,000	0,05	Valid
3.	Keragaman fasilitas hotel yang digunakan dibandingkan dengan pengorbanan yang dikeluarkan.	0,592	0,001	0,05	Valid
4.	Ketepatan layanan pegawai hotel saat reservasi yang dirasakan dibandingkan dengan pengorbanan yang dikeluarkan.	0,574	0,001	0,05	Valid
5.	Kecepatan layanan pegawai	0,715	0,000	0,05	Valid

Sinta Maulidya Dewi, 2014

Pengaruh customer value terhadap keputusan tamu untuk menginap di Aston Tropicana Hotel Bandung

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

No.	Item Pertanyaan	r	Tingkat Probabilitas	Tingkat Signifikansi	Ket
	hotel saat <i>check in</i> yang dirasakan dibandingkan dengan pengorbanan yang dikeluarkan.				
6.	Kecepatan layanan pegawai hotel saat <i>check out</i> yang dirasakan dibandingkan dengan pengorbanan yang dikeluarkan.	0,799	0,000	0,05	Valid
7.	Kualitas layanan kamar hotel yang dirasakan dibandingkan dengan pengorbanan yang dikeluarkan.	0,609	0,000	0,05	Valid
8.	Pengetahuan pegawai tentang hotel yang dirasakan dibandingkan dengan pengorbanan yang dikeluarkan.	0,563	0,001	0,05	Valid
9.	Kejelasan komunikasi pegawai hotel yang diterima dibandingkan dengan pengorbanan yang dikeluarkan.	0,643	0,000	0,05	Valid
10.	Keramah tamahan pegawai hotel yang dirasakan dibandingkan dengan pengorbanan yang dikeluarkan.	0,700	0,000	0,05	Valid
11.	Manfaat yang diterima tamu atas ketersediaan pegawai Aston Tropicana Hotel untuk membantu dibandingkan dengan pengorbanan yang dikeluarkan.	0,706	0,000	0,05	Valid
12.	Kesesuaian pemenuhan	0,677	0,000	0,05	Valid

Sinta Maulidya Dewi, 2014

Pengaruh customer value terhadap keputusan tamu untuk menginap di Aston Tropicana Hotel Bandung

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

No.	Item Pertanyaan	r	Tingkat Probabilitas	Tingkat Signifikansi	Ket
	janji hotel yaitu memberikan pengalaman yang mengesankan pada saat menginap dibandingkan dengan pengorbanan yang dikeluarkan.				
13.	Kesesuaian pemenuhan janji Aston Tropicana Hotel sebagai hotel bintang 4 dibandingkan dengan pengorbanan yang dikeluarkan.	0,616	0,000	0,05	Valid
Keputusan Menginap					
1.	Kualitas fasilitas yang dimiliki Aston Tropicana Hotel.	0,538	0,002	0,05	Valid
2.	Keputusan menginap berdasarkan popularitas Aston Tropicana Hotel	0,557	0,001	0,05	Valid
3.	Keputusan menginap berdasarkan citra Aston Tropicana hotel	0,663	0,000	0,05	Valid
4.	Pemesanan kamar Aston Tropicana Hotel secara <i>walk in</i> .	0,406	0,026	0,05	Valid
5.	Pemesanan kamar Aston Tropicana hotel via telepon.	0,700	0,000	0,05	Valid
6.	Pemesanan kamar Aston Tropicana hotel melalui <i>online booking</i> .	0,437	0,016	0,05	Valid
7.	Menginap di Aston Tropicana Hotel pada saat <i>weekend</i> .	0,835	0,000	0,05	Valid
8.	Menginap di Aston Tropicana Hotel pada saat <i>weekday</i> .	0,724	0,000	0,05	Valid

Sinta Maulidya Dewi, 2014

Pengaruh customer value terhadap keputusan tamu untuk menginap di Aston Tropicana Hotel Bandung

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

No.	Item Pertanyaan	r	Tingkat Probabilitas	Tingkat Signifikansi	Ket
9.	Pemesanan kamar selama memilih untuk menginap di Aston Tropicana hotel	0,869	0,000	0,05	Valid
10.	Pembayaran menggunakan uang tunai	0,557	0,001	0,05	Valid
11.	Pembayaran menggunakan kartu kredit.	0,715	0,000	0,05	Valid

Sumber: Pengolahan Data, 2013

Berdasarkan pengukuran validitas kedua tanpa menyertakan pernyataan yang tidak valid diketahui bahwa untuk variabel *customer value* menunjukkan pernyataan item 6 untuk pernyataan kecepatan layanan pegawai hotel saat *check out* yang dirasakan dibandingkan dengan pengorbanan yang dikeluarkan mempunyai nilai tertinggi yaitu sebesar 0,799, sedangkan pernyataan item 1 untuk pernyataan Kualitas kamar Aston Tropicana Hotel yang digunakan dibandingkan dengan pengorbanan yang dikeluarkan mempunyai nilai terendah yaitu 0,537.

Pengukuran validitas untuk variabel keputusan menginap menunjukkan bahwa pernyataan item 9 untuk pernyataan Pemesanan kamar selama memilih untuk menginap di Aston Tropicana Hotel mempunyai nilai tertinggi yaitu sebesar 0,867, sedangkan pernyataan item 5 untuk pernyataan Pemesanan kamar Aston Tropicana Hotel secara *walk in* mempunyai nilai terendah sebesar 0,406.

3.2.6.2 Hasil Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan suatu ukuran yang menunjukkan bahwa suatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpulan data karena instrumen tersebut sudah baik. Reliabilitas menunjukkan tingkat keterandalan tertentu (Suharsimi Arikunto, 2010:221) Reliabilitas berarti menunjuk pada suatu pengertian bahwa suatu instrument cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data.

Instrumen penelitian di samping harus valid, 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. Pengujian reliabilitas instrumen dengan rentang skor antara 1-5. Adapun rumus yang digunakan untuk mengukur reliabilitas adalah *Cronbach Alpha*, yaitu :

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

(Suharsimi Arikunto, 2008:171)

Keterangan:

- r_{11} = reliabilitas instrumen
- k = banyak butir pertanyaan atau banyaknya soal
- $\sum \sigma_b^2$ = jumlah varian butir
- σ_t^2 = varians total

Sinta Maulidya Dewi, 2014

Pengaruh customer value terhadap keputusan tamu untuk menginap di Aston Tropicana Hotel Bandung

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

Jumlah varian butir tiap pertanyaan dapat dicari dengan cara mencari nilai varians tiap butir yang kemudian dijumlahkan ($\sum \sigma^2$) berikut ini:

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

Keterangan:

n = jumlah sampel

σ_t^2 = nilai variansi

x = nilai skor yang dipilih (total nilai dari nomor-nomor butir pertanyaan)

Hasil pengujian reliabilitas *customer value* dengan keputusan menginap menggunakan SPSS 20.0 dinyatakan reliabel karena nilai reliabilitas untuk variabel *customer value* dan keputusan menginap sebesar 0,909 dan 0,865 lebih besar dari nilai minimal yaitu 0,70.

TABEL 3.6
PENGUJIAN REALIABILITAS

Variabel	Cronbach alpha	Cronbach alpha minimal	Keterangan
<i>Customer value</i> (X)	0,890	0,70	Reliabel
Keputusan menginap (Y)	0,857	0,70	Reliabel

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2013

3.2.7. Teknik Rancangan Analisis Data dan Pengujian Hipotesis

3.2.7.1 Rancangan Analisis Data

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

1. Analisis data deskriptif mengenai *customer value* di Aston Tropicana Hotel.

Sinta Maulidya Dewi, 2014

Pengaruh customer value terhadap keputusan tamu untuk menginap di Aston Tropicana Hotel Bandung

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

2. Analisis data deskriptif mengenai keputusan menginap di Aston Tropicana Hotel yang memiliki dimensi diantaranya pemilihan produk, pemilihan merek, pemilihan saluran pemesanan kamar, waktu menginap, jumlah pemesanan kamar dan metode pembayaran.
3. Analisis deskriptif mengenai *customer value* terhadap keputusan menginap tamu di Aston Tropicana Hotel.

3.2.7.2 Rancangan Analisis Data Verifikatif

Adapun Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu analisis regresi linier sederhana. Analisis regresi dilakukan bila hubungan dua variabel berupa hubungan kausal atau fungsional. Untuk menetapkan kedua variabel mempunyai hubungan kausal atau tidak, maka harus didasarkan pada teori atau konsep-konsep tentang dua variabel tersebut (Sugiyono, 2012:269).

Analisis regresi digunakan apabila ingin mengetahui bagaimana variabel *dependent* (X) dapat diprediksikan melalui variabel *independent* (Y) atau prediktor, secara individual (Sugiyono, 2012:270). Pada penelitian ini, digunakan analisis regresi linier sederhana yang didasarkan pada hubungan fungsional ataupun kausal atau variabel *independent* dengan suatu variabel *dependent* (Sugiyono, 2012:270).

Data yang diperoleh dari hasil penelitian ini adalah data ordinal, baik untuk variabel X maupun variabel Y. Oleh karena itu data ordinal dapat memberikan informasi mengenai pengaruh *customer value* terhadap keputusan menginap di Aston

Tropicana Hotel Bandung. Namun sebelumnya data ordinal yang terkumpul terlebih dahulu akan ditransformasikan menjadi skala interval dengan menggunakan *Method Of Successive Interval* (MSI). Berikut langkah- langkahnya menurut Sugiono (2010:86), yaitu:

1. Menghitung frekuensi (f) setiap pilihan jawaban berdasarkan hasil jawaban responden pada setiap pertanyaan
2. Melakukan perhitungan proporsi (p) pada setiap pilihan jawaban dengan cara membagi frekuensi (f) dengan jumlah responden
3. Berdasarkan proporsi tersebut untuk setiap pertanyaan, hitung proporsi kumulatif untuk setiap pilihan jawaban
4. Untuk setiap pertanyaan, tentukan nilai batas Z (tabel normal) untuk setiap pilihan jawaban
5. Tentukan nilai interval rata-rata untuk setiap pilihan jawaban melalui persamaan berikut:

$$\text{Scale} = \frac{(\text{Density at Lower Linear}) - (\text{Density at Upper Linear})}{(\text{Area Below Upper Linear}) - (\text{Area Below Lower Linear})}$$

6. Menghitung nilai hasil transformasi setiap pilihan jawaban melalui rumus persamaan berikut

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

Data yang sudah berskala interval selanjutnya akan ditentukan data variabel independen dengan variabel dependen serta ditentukan persamaan yang berlaku untuk pasangan-pasangan tersebut.

3.2.7.3 Rancangan Analisis Regresi Sederhana

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier sederhana menurut Riduwan dan Akdon (2010:133) regresi linier sederhana/peramalan adalah suatu proses memperkirakan secara sistematis tentang apa yang paling mungkin terjadi dimasa yang akan datang berdasarkan informasi masa lalu dan sekarang yang dimiliki agar kesalahannya dapat diperkecil. Adapun untuk pengolahan data dapat dilakukan dengan bantuan program SPSS 20 *for windows*. Selanjutnya dalam analisis regresi sederhana selain mengukur pengaruh hubungan antara dua variabel/lebih beserta dimensi dari variabel independen, juga menunjukkan arah hubungan antara variabel independen dan dimensi variabel independen dengan variabel dependen. Variabel dependen diasumsikan random, yang berarti mempunyai distribusi probalistik. Sedangkan variabel independen diasumsikan memiliki nilai tetap (dalam pengambilan sampel yang berulang).

Persamaan umum regresi linear sederhana dapat dilakukan melalui perumusan sebagai berikut:

$$Y = a + bx$$

(Sumber: Sugiyono, 2012:270)

Keterangan :

a = konstanta

b = koefisien regresi

Y = Variabel *dependent* (variabel terikat)

X = Variabel *independent* (variabel bebas)

3.2.7.4 Pengujian Hipotesis

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis regresi linier sederhana. Analisis regresi linier sederhana digunakan untuk mendapatkan hubungan matematis dalam bentuk suatu persamaan antara variabel independen dengan variabel dependen. Regresi linier sederhana hanya memiliki satu peubah x yang dihubungkan dengan suatu peubah tidak bebas y.

Penelitian ini menggunakan data interval setelah menggunakan data ordinal seperti dijelaskan dalam operasionalisasi variabel sebelumnya,. Maka setelah data penelitian berskala interval selanjutnya akan ditentukan pasangan data variabel independen dari semua penelitian.

Hipotesis yang diajukan yaitu *customer value* (x) berpengaruh terhadap keputusan menginap (y). Hipotesis tersebut digambarkan sebagai berikut



GAMBAR 3.2
STRUKTUR KAUSAL X DAN Y

Sinta Maulidya Dewi, 2014

Pengaruh customer value terhadap keputusan tamu untuk menginap di Aston Tropicana Hotel Bandung

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

Keterangan:

X : Variabel *customer value*

Y : Variabel keputusan menginap

ε : Residu (variabel lain diluar variabel x yang berpengaruh) kearah variabel akibat (endogenus) dinyatakan oleh besarnya nilai numerik dari variabel eksogenus

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

$H_0 : \rho = 0$, Artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan dari *customer value* terhadap keputusan tamu untuk menginap.

$H_a : \rho \neq 0$, terdapat pengaruh yang signifikan dari *customer value* terhadap keputusan tamu untuk menginap.

Statistik uji yang digunakan adalah :

$$F = \frac{(n - k - 1) \sum_{i=1}^k P_{YX1} P_{YX1}}{k(1 - \sum_{i=1}^k P_{YX1} P_{YX1})}$$

Keterangan:

n : banyaknya Responden

k : banyaknya variabel bebas

Sinta Maulidya Dewi, 2014

Pengaruh customer value terhadap keputusan tamu untuk menginap di Aston Tropicana Hotel Bandung

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