

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan ilmu ekonomi terutama dari ilmu manajemen dengan fokus pada bidang manajemen pemasaran pariwisata khususnya yang berkaitan dengan diferensiasi jasa serta pengaruhnya terhadap kepuasan tamu.

Penelitian ini bersifat deskriptif dan verifikatif. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih (independen) tanpa membuat perbandingan, atau menghubungkan dengan variabel yang lain (Sugiyono, 2008:11). Tujuan metode deskriptif menurut Travers yang dikutip oleh Husein Umar (2002:29) adalah untuk menggambarkan sifat sesuatu yang tengah berlangsung pada saat riset dilakukan dan untuk memeriksa sebab-sebab dari suatu gejala tertentu. Penelitian deskriptif di sini bertujuan untuk memperoleh deskripsi atau gambaran mengenai tanggapan tamu atas diferensiasi jasa (diferensiasi produk, pelayanan, karyawan, saluran distribusi, citra) serta kepuasan yang dirasakannya.

Penelitian verifikatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara dua variabel atau lebih. Dengan penelitian verifikatif maka akan dapat dibangun suatu teori yang dapat berfungsi untuk menjelaskan, meramalkan, dan mengontrol suatu gejala (Sugiyono, 2008:11). Selanjutnya Arikunto (2006:7) memaparkan bahwa sifat penelitian verifikatif pada dasarnya ingin menguji

kebenaran dari suatu hipotesis penelitian yang dilaksanakan melalui pengumpulan data di lapangan. Berdasarkan hal di atas, dalam penelitian ini akan diuji kebenaran mengenai pengaruh diferensiasi jasa (diferensiasi produk, pelayanan, karyawan, saluran distribusi, citra) terhadap kepuasan tamu yang merupakan hasil survey pada tamu (wisatawan nusantara) di Grand Hotel Preanger Bandung dan Grand Aquila Bandung.

Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu (Sugiyono, 2008:1). Berdasarkan jenis penelitian di atas yaitu penelitian deskriptif dan verifikatif, maka metode penelitian yang digunakan adalah metode *deskriptif survey* dan *explanatory survey*. Menurut Sugiyono (2008:10) metode *explanatory survey* merupakan metode penelitian yang bermaksud menjelaskan kedudukan variabel-variabel yang diteliti serta pengaruh antara satu variabel dengan variabel yang lain. Sedangkan menurut Ker Linger dalam Riduwan (2004:49) metode survei merupakan metode penelitian yang dilakukan pada populasi yang besar maupun kecil, tetapi data yang dipelajari adalah data dari sampel yang diambil dari populasi tersebut, sehingga ditemukan kejadian-kejadian relatif, distribusi dan hubungan antar variabel sosiologis dan psikologis.

Metode *deskriptif survey* dan *explanatory survey* merupakan metode penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil melalui pengambilan sampel, sehingga ditemukan deskripsi dan hubungan-hubungan antar variabel. Dilihat dari *time horizon*-nya, penelitian dilaksanakan dalam kurun waktu yang tidak berkesinambungan serta kurang dari satu tahun, oleh karena itu metode

penelitian yang digunakan adalah *cross sectional method* (Husein Umar, 2002:45). Informasi dari sebagian populasi (*sampel responden*) dikumpulkan langsung di tempat kejadian secara empirik, dengan tujuan untuk mengetahui pendapat dari sebagian populasi terhadap objek yang sedang diteliti. Hal ini berdasarkan pertimbangan perkembangan seseorang atau sekelompok orang di tahun yang akan datang, karena kemungkinan ada perbedaan atau perubahan keadaan.

3.2 Operasionalisasi Variabel

Variabel yang akan dikaji dalam penelitian ini meliputi diferensiasi jasa (X) yaitu kegiatan merancang serangkaian keunikan untuk membedakan penawaran perusahaan dengan pesaingnya melalui upaya memberikan *unique benefit* dan nilai tambah bagi pelanggan sehingga perusahaan memperoleh keunggulan bersaing. Sub variabel diferensiasi jasa terdiri dari diferensiasi produk (X_1), diferensiasi pelayanan (X_2), diferensiasi personil (X_3), diferensiasi saluran distribusi (X_4), dan diferensiasi citra (X_5). Variabel lainnya yang diteliti adalah kepuasan pelanggan atau tamu (Y) yaitu perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap hasil kinerja suatu produk atau jasa dan harapan-harapan. Secara lebih rinci operasionalisasi variabel dalam penelitian ini digambarkan dalam Tabel 3.1 sebagai berikut :

Tabel 3.1
Operasionalisasi Variabel Penelitian

Variabel/ Sub Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item Pertany aan
Diferensiasi Jasa (X)	Diferensiasi adalah suatu tingkat ukuran di mana suatu merek dinilai berbeda dari pesaing (Kotler, 2006:206)				
Diferensiasi Produk (X ₁)	Variasi atau perbedaan produk yang ditawarkan (Kotler, 2006:206)	<ul style="list-style-type: none"> • Bentuk • Keistimewaan • Kinerja • Kesesuaian • Keandalan • Mudah Diperbaiki • Desain 	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat keragaman jenis kamar (bentuk, model, luas kamar). • Tingkat kelengkapan fasilitas kamar (TV, AC, Telepon, Lemari, Kamar Mandi, dll). • Tingkat fungsional kamar sebagai tempat beristirahat. • Tingkat kesesuaian kamar dengan promosi. • Tingkat keandalan fungsional seluruh fasilitas kamar (TV, AC, Telepon, Lemari, Kamar Mandi, dll). • Tingkat kemudahan menukar kamar yang tidak sesuai dengan keinginan. • Tingkat artistik desain interior dan desain eksterior kamar. 	<p><i>hybrid ordinally-interval scale</i></p> <p><i>hybrid ordinally-interval scale</i></p> <p><i>hybrid ordinally-interval scale</i></p> <p><i>hybrid ordinally-interval scale</i></p> <p><i>hybrid ordinally-interval scale</i></p> <p><i>hybrid ordinally-interval scale</i></p> <p><i>hybrid ordinally-interval scale</i></p>	<p>C.I.1</p> <p>C.I.2</p> <p>C.I.3</p> <p>C.I.4</p> <p>C.I.5</p> <p>C.I.6</p> <p>C.I.7</p>

Lanjutan Tabel 3.1
Operasionalisasi Variabel Penelitian

Variabel/ Sub Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item Pertany aan
Diferensiasi Pelayanan (X ₂)	Penambahan jasa atau pelayanan yang menambah nilai serta perbaikan mutu produk (Kotler, 2006:206)	<ul style="list-style-type: none"> • Kemudahan Pemesanan • Penyampaian Pelayanan • Penyediaan Kebutuhan Tamu • Pelatihan Pelanggan • Konsultasi Pelanggan • Pemeliharaan dan perbaikan 	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat kemudahan reservasi kamar, pemesanan makanan, minuman, dll. 	<i>hybrid ordinally-interval scale</i>	C.II.1
			<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat kecepatan proses <i>check in & check out, room service.</i> 	<i>hybrid ordinally-interval scale</i>	C.II.2
			<ul style="list-style-type: none"> • Penyediaan kebutuhan tamu di hotel (<i>room amenities, luggage room, internet access, valet parking, dll.</i>). 	<i>hybrid ordinally-interval scale</i>	C.II.3
			<ul style="list-style-type: none"> • Pemberitahuan mengenai cara menggunakan fasilitas hotel. 	<i>hybrid ordinally-interval scale</i>	C.II.4
			<ul style="list-style-type: none"> • Karyawan membantu tamu dengan memberikan informasi yang bermanfaat. 	<i>hybrid ordinally-interval scale</i>	C.II.5
			<ul style="list-style-type: none"> • Pemberian ucapan (ulang tahun, selamat datang, dll), <i>sms broadcast</i> tentang promo hotel, dan pemberian alternatif pelayanan (<i>guarantee of services</i>). 	<i>hybrid ordinally-interval scale</i>	C.II.6
Diferensiasi Karyawan (X ₃)	Perusahaan mempekerjakan dan melatih orang-orang yang lebih baik dari pesaing (Kotler, 2006:206)	<ul style="list-style-type: none"> • Kemampuan • Kesopanan • Dapat Dipercaya • Dapat Diandalkan • Cepat Tanggap • Komunikatif 	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat profesionalitas karyawan. 	<i>hybrid ordinally-interval scale</i>	C.III.1
			<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat kesopanan karyawan. 	<i>hybrid ordinally-interval scale</i>	C.III.2
			<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat kepercayaan terhadap karyawan. 	<i>hybrid ordinally-interval scale</i>	C.III.3
			<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat kinerja karyawan yang dapat diandalkan. 	<i>hybrid ordinally-interval scale</i>	C.III.4
			<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat kecepatan tanggapan dalam melayani tamu. 	<i>hybrid ordinally-interval scale</i>	C.III.5
			<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat kejelasan informasi yang diberikan. 	<i>hybrid ordinally-interval scale</i>	C.III.6
Diferensiasi Saluran Distribusi (X ₄)	Perusahaan memilih saluran distribusi untuk membantu mempermosikan, menjual, dan mendistribusikan produk kepada pembeli akhir (Kotler, 2006:206)	<ul style="list-style-type: none"> • Lokasi • Aksesibilitas • Jenis distribusi 	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat kemudahan menjangkau lokasi hotel. 	<i>hybrid ordinally-interval scale</i>	C.IV.1
			<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat kedekatan lokasi hotel dengan pusat-pusat perbelanjaan, tempat hiburan, dll. 	<i>hybrid ordinally-interval scale</i>	C.IV.2
			<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat jenis distribusi yang disediakan hotel. 	<i>hybrid ordinally-interval scale</i>	C.IV.3

Lanjutan Tabel 3.1
Operasionalisasi Variabel Penelitian

Variabel/ Sub Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item Pertany aan
Diferensiasi Citra (X ₅)	Citra perusahaan atau citra produk harus dapat mewakili perbedaan dan positioning produk (Kotler, 2006:206)	<ul style="list-style-type: none"> • Nama/Merek • Presepsi/Kesan • Janji Jasa 	<ul style="list-style-type: none"> • Popularitas nama hotel. • Kesan terhadap pelayanan hotel. • Kesesuaian janji hotel dengan bukti pelayanan yang diberikan. 	<p><i>hybrid ordinally-interval scale</i></p> <p><i>hybrid ordinally-interval scale</i></p> <p><i>hybrid ordinally-interval scale</i></p>	<p>C.V.1</p> <p>C.V.2</p> <p>C.V.3</p>
Kepuasan Pelanggan atau Tamu (Y)	Perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja atau hasil suatu produk atau jasa dan harapan-harapan (Kotler, 2002:36)	<p>Kepuasan atas Diferensiasi Produk</p> <ul style="list-style-type: none"> • Bentuk • Keistimewaan • Kinerja • Kesesuaian • Keandalan • Mudah Diperbaiki • Desain 	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat kepuasan atas keragaman jenis kamar (bentuk, model, luas kamar). • Tingkat kepuasan atas kelengkapan fasilitas kamar (TV, AC, Telepon, Lemari, Kamar Mandi, dll). • Tingkat kepuasan atas fungsional kamar sebagai tempat beristirahat. • Tingkat kepuasan atas kesesuaian kamar dengan promosi. • Tingkat kepuasan atas keandalan fungsional seluruh fasilitas (TV, AC, Telepon, Lemari, Kamar Mandi, dll). • Tingkat kepuasan atas kemudahan menukar kamar yang tidak sesuai dengan keinginan. • Tingkat kepuasan atas artistik desain interior dan desain eksterior kamar. 	<p><i>hybrid ordinally-interval scale</i></p> <p><i>hybrid ordinally-interval scale</i></p> <p><i>hybrid ordinally-interval scale</i></p> <p><i>hybrid ordinally-interval scale</i></p> <p><i>hybrid ordinally-interval scale</i></p> <p><i>hybrid ordinally-interval scale</i></p> <p><i>hybrid ordinally-interval scale</i></p>	<p>C.I.1</p> <p>C.I.2</p> <p>C.I.3</p> <p>C.I.4</p> <p>C.I.5</p> <p>C.I.6</p> <p>C.I.7</p>

Lanjutan Tabel 3.1
Operasionalisasi Variabel Penelitian

Variabel/ Sub Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item Pertany aan	
Kepuasan Pelanggan atau Tamu (Y)		Kepuasan atas Diferensiasi Pelayanan				
		<ul style="list-style-type: none"> • Kemudahan Pemesanan 	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat kepuasan atas reservasi kamar, pemesanan makanan, minuman, dll. 	<i>hybrid ordinally-interval scale</i>	C.II.1	
		<ul style="list-style-type: none"> • Penyampaian Pelayanan 	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat kepuasan atas kecepatan proses <i>check in & check out, room service</i>. 	<i>hybrid ordinally-interval scale</i>	C.II.2	
		<ul style="list-style-type: none"> • Penyediaan Kebutuhan Tamu 	<ul style="list-style-type: none"> • Kepuasan atas penyediaan kebutuhan tamu di hotel (<i>room amenities, luggage room, internet access, valet parking, dll</i>). 	<i>hybrid ordinally-interval scale</i>	C.II.3	
		<ul style="list-style-type: none"> • Pelatihan Pelanggan 	<ul style="list-style-type: none"> • Kepuasan atas pemberitahuan mengenai cara menggunakan fasilitas hotel. 	<i>hybrid ordinally-interval scale</i>	C.II.4	
		<ul style="list-style-type: none"> • Konsultasi Pelanggan 	<ul style="list-style-type: none"> • Kepuasan atas informasi yang diberikan karyawan. 	<i>hybrid ordinally-interval scale</i>	C.II.5	
		<ul style="list-style-type: none"> • Pemeliharaan dan perbaikan 	<ul style="list-style-type: none"> • Kepuasan atas pemberian ucapan (ulang tahun, selamat datang, dll), <i>sms broadcast</i> tentang promo hotel, dan pemberian alternatif pelayanan (<i>guarantee of services</i>). 	<i>hybrid ordinally-interval scale</i>	C.II.6	
		Kepuasan atas Diferensiasi Karyawan				
		<ul style="list-style-type: none"> • Kemampuan 	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat kepuasan atas profesionalitas karyawan. 	<i>hybrid ordinally-interval scale</i>	C.III.1	
		<ul style="list-style-type: none"> • Kesopanan 	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat kepuasan atas kesopanan karyawan. 	<i>hybrid ordinally-interval scale</i>	C.III.2	
<ul style="list-style-type: none"> • Dapat Dipercaya 	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat kepuasan atas karyawan yang dapat dipercaya. 	<i>hybrid ordinally-interval scale</i>	C.III.3			
<ul style="list-style-type: none"> • Dapat Diandalkan 	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat kepuasan atas karyawan yang dapat diandalkan. 	<i>hybrid ordinally-interval scale</i>	C.III.4			

Lanjutan Tabel 3.1
Operasionalisasi Variabel Penelitian

Variabel/ Sub Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item Pertany aan	
Kepuasan Pelanggan atau Tamu (Y)	Perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja atau hasil suatu produk atau jasa dan harapan-harapan (Kotler, 2002:36)	Kepuasan atas Diferensiasi Karyawan	<ul style="list-style-type: none"> • Cepat Tanggap • Komunikatif 	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat kepuasan atas karyawan yang cepat tanggap dalam melayani tamu. • Tingkat kepuasan atas kejelasan informasi yang diberikan. 	<p><i>hybrid ordinally-interval scale</i></p> <p><i>hybrid ordinally-interval scale</i></p>	<p>C.III.5</p> <p>C.III.6</p>
		Kepuasan atas Diferensiasi Saluran Distribusi	<ul style="list-style-type: none"> • Lokasi • Aksesibilitas • Jenis distribusi 	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat kepuasan atas kemudahan menjangkau lokasi hotel. • Tingkat kepuasan atas kedekatan lokasi hotel dengan pusat-pusat perbelanjaan, tempat hiburan, dll. • Tingkat kepuasan atas berbagai jalur distribusi yang disediakan hotel. 	<p><i>hybrid ordinally-interval scale</i></p> <p><i>hybrid ordinally-interval scale</i></p> <p><i>hybrid ordinally-interval scale</i></p>	<p>C.IV.1</p> <p>C.IV.2</p> <p>C.IV.3</p>
		Kepuasan atas Diferensiasi Citra	<ul style="list-style-type: none"> • Nama/Merek • Presepsi/Kesan • Janji jasa 	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat kepuasan atas popularitas hotel. • Tingkat kepuasan atas kesan pelayanan yang diberikan hotel. • Tingkat kepuasan atas kesesuaian janji jasa dengan bukti (<i>moment of truth</i>) yang diberikan hotel. 	<p><i>hybrid ordinally-interval scale</i></p> <p><i>hybrid ordinally-interval scale</i></p> <p><i>hybrid ordinally-interval scale</i></p>	<p>C.V.1</p> <p>C.V.2</p> <p>C.V.3</p>

3.3 Sumber dan Cara Penentuan Data

Data merupakan sesuatu yang harus dikumpulkan lebih dulu oleh peneliti sebelum mengolahnya menjadi informasi (Istijanto, 2005:36). Riduan (2004:106) berpendapat bahwa “Data adalah bahan mentah yang perlu diolah sehingga menghasilkan informasi dan keterangan, baik kualitatif maupun kuantitatif yang menunjukkan fakta”. Data berdasarkan sumbernya dapat digolongkan menjadi data primer dan sekunder.

3.3.1 Sumber Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dari penyebaran kuesioner kepada responden yang dianggap telah mewakili populasi. Darmadi Duriyanto dkk. (2004:14) menyatakan bahwa “Sumber data primer adalah sumber data yang didapat dari sumber pertama, di mana observator melakukan sendiri di lapangan”. Dalam penelitian ini, sumber data primer diperoleh dari kuesioner yang disebarkan kepada sejumlah responden dianggap mewakili seluruh populasi dalam penelitian, yaitu tamu (wisatawan nusantara) Grand Hotel Preanger Bandung dan Grand Aquila Bandung.

3.3.2 Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen. Sumber data sekunder adalah sumber data yang mana subjeknya tidak berhubungan langsung dengan objek penelitian tetapi membantu dan dapat memberikan informasi untuk bahan penelitian. Dalam penelitian ini, yang menjadi

sumber data sekunder adalah berbagai literatur, artikel, karya-karya ilmiah, serta situs di internet mengenai teori diferensiasi dan kepuasan pelanggan/tamu.

Berikut ini adalah tabel yang menyajikan mengenai jenis dan sumber data yang digunakan dalam penelitian :

Tabel 3.2
Jenis Dan Sumber Data

No	Jenis Data	Sumber Data	Digunakan Untuk Tujuan Penelitian		
			T-1	T-2	T-3
Data Sekunder					
1	<i>International Tourism Receipts, 1950-2005</i>	<i>www.world-tourism.org</i>	-	-	-
2	Penerimaan Devisa Indonesia	BPS *) Data Januari-Oktober 2007	-	-	-
3	Statistik Perkembangan Wisatawan Mancanegara	Pusat Pengelolaan Data dan Sistem Jaringan (P2DSJ), 2007	-	-	-
4	Statistik Perkembangan Wisatawan Nusantara	Pusat Pengelolaan Data dan Sistem Jaringan (P2DSJ), 2007	-	-	-
5	Sub-Neraca Pengeluaran Wisatawan	Pusat data dan Informasi Departemen Kebudayaan dan Pariwisata, 2005	-	-	-
6	Usaha Akomodasi Di Indonesia	BPS, 2006	-	-	-
7	Tingkat Hunian Hotel Berbintang di Provinsi Jawa Barat Tahun 2006	Disbudpar Kab./Kota di Jawa Barat 2006	-	-	-
8	Daftar Nama Hotel Berbintang Di Bandung	Dinas Budaya dan Pariwisata Bandung, 2006	-	-	-
9	Tingkat Hunian Hotel Bintang Lima Di Bandung	Dinas Budaya dan Pariwisata Bandung, 2007	-	-	-
10	Profil Grand Hotel Preanger Bandung dan Grand Aquila Bandung.	Literatur/Laporan	✓	-	-
Data Primer					
2	Diferensiasi jasa penentu kepuasan tamu dan pendorong keputusan menginap	Tamu (wisatawan nusantara) Grand Hotel Preanger Bandung dan Grand Aquila Bandung	✓	✓	✓
3	Tanggapan terhadap diferensiasi yang diciptakan oleh Grand Hotel Preanger Bandung dan Grand Aquila Bandung.	Tamu (wisatawan nusantara) Grand Hotel Preanger Bandung dan Grand Aquila Bandung	✓	-	✓
4	Kepuasan tamu terhadap diferensiasi yang diciptakan Grand Hotel Preanger Bandung dan Grand Aquila Bandung.	Tamu (wisatawan nusantara) Grand Hotel Preanger Bandung dan Grand Aquila Bandung	-	✓	✓

Keterangan :

- T-1 : Untuk mengetahui tanggapan diferensiasi jasa yang terdiri dari diferensiasi produk, diferensiasi pelayanan, diferensiasi personil, diferensiasi saluran distribusi, dan diferensiasi citra pada Grand Hotel Preanger Bandung dan Grand Aquila Bandung.
- T-2 : Untuk mengetahui tanggapan terhadap kepuasan tamu (wisatawan nusantara) Grand Hotel Preanger Bandung dan Grand Aquila Bandung.
- T-3 : Untuk menjelaskan seberapa besar diferensiasi jasa yang terdiri dari diferensiasi produk, diferensiasi pelayanan, diferensiasi personil, diferensiasi saluran distribusi, dan diferensiasi citra, dapat mempengaruhi kepuasan tamu (wisatawan nusantara) Grand Hotel Preanger Bandung dan Grand Aquila Bandung.

3.4 Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling

3.4.1 Populasi

Populasi merupakan sekelompok objek yang dapat dijadikan sumber penelitian. Populasi menurut Harun Al Rasyid (1994:1) adalah “Keseluruhan (*totality*) objek psikologis (*psychological objects*) yang dibatasi oleh kriteria tertentu. Objek psikologis bisa merupakan objek yang bisa diraba/kongkret (*tangible*) maupun objek abstrak (*intangible*)”. Adapun menurut Sugiyono (2007:115) mendefinisikan "Populasi diartikan sebagai wilayah generalisasi yang terdiri atas : obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu

yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya".

Penentuan populasi dalam penelitian ini adalah para tamu hotel (wisatawan nusantara) yang menginap di Grand Hotel Preanger Bandung dan Grand Aquila Bandung dalam kurun waktu tahun 2007. Penentuan populasi tersebut dilakukan karena sesuai dengan metode penelitian yang digunakan yaitu *cross sectional method*. Berikut ini adalah jumlah populasi tamu Grand Hotel Preanger dan Grand Aquila selama tahun 2007 :

Tabel 3.3
Populasi Penelitian

Nama Hotel	Jumlah Wisnus
Grand Hotel Preanger	59.540
Grand Aquila	79.000
Jumlah	138.540

Sumber : Dinas Budaya dan Pariwisata Bandung, 2007

Populasi penelitian ini dibatasi pada jumlah wisatawan nusantara saja yang menginap di Grand Hotel Preanger Bandung dan Grand Aquila Bandung. Hal ini dikarenakan karakteristik wisatawan nusantara yang seringkali bepergian secara kelompok, perjalanan yang lebih rutin sehingga mampu memberikan efek ekonomi yang lebih besar daripada kedatangan wisman. Berdasarkan Tabel 3.4, maka jumlah populasi penelitian ini adalah sebesar 138.540 tamu (wisatawan nusantara) hotel di Grand Hotel Preanger (59.540) dan Grand Aquila (79.000).

3.4.2 Sampel

Sugiyono (2008:124) mengutarakan bahwa “Bila populasi besar dan peneliti tidak dapat mempelajari semua yang ada maka peneliti dapat

menggunakan sampel yang diambil dari populasi tersebut”. Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi (Sugiyono, 2005:73). Menurut Malhotra (2005:364), agar diperoleh sampel yang representatif dari populasi maka setiap subjek diupayakan untuk memiliki peluang yang sama untuk menjadi sampel.

Pada penelitian ini penulis tidak meneliti seluruh populasi akan tetapi mengambil sampel yang representatif mengingat keterbatasan waktu, biaya, tenaga serta kompleksitas dari populasi. Ukuran sampel minimal (n) dalam penelitian ini ditentukan dengan metode iterasi karena jumlah populasi relatif banyak dan teknik pengujian hipotesis yang digunakan adalah *path analysis*. Langkah-langkah metode iterasi adalah sebagai berikut (Sitepu, 1994:110) :

1. Tentukan perkiraan harga koefisien (ρ) terkecil antara variabel penyebab yang akan dibandingkan atau diuji perbedaan pengaruhnya dan yang ada dalam jalur dengan variabel akibat. Hal ini didasarkan pada intuisi peneliti dalam bidang yang akan diteliti dan keterangan-keterangan lainnya.
2. Tentukan taraf nyata (α) dan kuasa uji ($1-\beta$) yang diinginkan dalam penelitian ini.
3. Lihat tabel distribusi normal, harus diperhatikan bentuk perumusan hipotesis konseptual yang diajukan, apakah hipotesis konseptual itu secara statistik memperlihatkan pengujian satu arah atau dua arah.
4. Tentukan ukuran sampel secara iteratif
 - a. Sampel dapat ditentukan berdasarkan rumus sebagai berikut :

$$n = \frac{(Z_{(1-\alpha)} + Z_{(1-\beta)})^2}{U_p'^2} + 3$$

dengan

$$U_p' = 1/2 \ln \left(\frac{1+\rho}{1-\rho} \right)$$

Keterangan:

ρ : Koefisien korelasi terkecil yang diperkirakan, menggunakan rumus korelasi

$Z_{1-\alpha}$: Konstanta yang diperoleh dari tabel distribusi normal

$Z_{1-\beta}$: Konstanta yang diperoleh dari tabel distribusi normal

α : Tingkat signifikansi

β : Kekeliruan

n : Ukuran sampel

b. Pada iterasi kedua menggunakan rumus :

$$n = \frac{(Z_{(1-\alpha)} + Z_{(1-\beta)})^2}{U_p'^2} + 3$$

dengan

$$U_p' = 1/2 \ln \left(\frac{1+\rho}{1-\rho} \right) + \frac{\rho}{2(n-1)}$$

5. Apabila ukuran sampel minimal pada iteratif pertama dan kedua harganya sampai dengan bilangan satunya sama, maka iterasi berhenti. Apabila belum sama, lakukan iterasi ketiga dengan menggunakan rumus iterasi kedua (demikian seterusnya sampai suatu saat ukuran sampel yang akan digunakan baru berhenti).

Berikut ini adalah langkah kerja penentuan ukuran sampel :

Pada penelitiannya Sukawati (2003) menemukan hasil penelitian bahwa variabel-variabel diferensiasi penawaran jasa, diferensiasi penyerahan atau penyampaian jasa, dan diferensiasi citra secara bersama-sama dan parsial mempunyai pengaruh yang bermakna terhadap kepuasan tamu.

Atas dasar pendapat Sukawati (2003), maka peneliti menentukan korelasi diferensiasi jasa terhadap kepuasan sebesar 0.33. Selain itu, peneliti menentukan ukuran sampel untuk survey dengan ketentuan taraf nyata yang diinginkan sebesar 5 % dan kuasa uji dari pengujian sebesar 95 %. Dengan demikian diketahui :

$$\rho = 0.33$$

$$\alpha = 0.05$$

$$\beta = 0.05$$

$$Z_{1-\alpha} = 1.645$$

$$Z_{1-\beta} = 1.645.$$

Berikut ini adalah langkah kerja perhitungan sampel penelitian dengan metode iterasi :

a. Iterasi 1

$$U'p = \frac{1}{2} \ln \left(\frac{1+0.33}{1-0.33} \right) = \frac{1}{2} (\ln 1.33 - \ln 0.67) = \frac{1}{2} (0.285178942 - (-0.400477566))$$

$$= \frac{1}{2} (0.685656508) = 0.342828254$$

$$n1 = \frac{(1.645+1.645)^2}{(0.342828254)^2} + 3 = \frac{10.8241}{0.117531211} + 3 = 92.09553707 + 3 = 95.09553707 \approx 95$$

b. Iterasi 2

$$U'p = \frac{1}{2} \ln \left(\frac{1+0.33}{1-0.33} \right) + \frac{0.33}{2(95-1)} = 0.342828254 + \frac{0.33}{188}$$

$$= 0.342828254 + 0.001755319 = 0.344583573$$

$$n1 = \frac{(1.645 + 1.645)^2}{(0.344583573)^2} + 3 = \frac{10.8241}{0.118737838} + 3 = 91.15923596 + 3 = 94.15923596 \approx 94$$

c. Iterasi 3

$$U'p = \frac{1}{2} \ln \left(\frac{1+0.33}{1-0.33} \right) + \frac{0.33}{2(94-1)} = 0.342828254 + \frac{0.33}{186}$$

$$= 0.342828254 + 0.001774193 = 0.344602447$$

$$n1 = \frac{(1.645 + 1.645)^2}{(0.344602447)^2} + 3 = \frac{10.8241}{0.118750846} + 3 = 91.14966642 + 3 = 94.14966642 \approx 94$$

Berdasarkan perhitungan di atas, maka ukuran sampel minimal dalam penelitian ini ditetapkan dengan $\rho = 0.33$, kemudian untuk $\alpha = 0.05$, $\beta = 0.05$, $Z_{1-\alpha} = 1.645$, $Z_{1-\beta} = 1.645$ adalah sebesar 94. Winarno Surakhmad (1998:100) berpendapat bahwa "Untuk jaminan ada baiknya sampel selalu ditambah sedikit lagi dari jumlah matematik". Berdasarkan ukuran sampel (n) minimal, maka dalam penelitian ini ditetapkan ukuran sampel (n) yaitu 100 agar lebih representatif. Ukuran sampel (n) ini mewakili populasi sehingga kesimpulan penelitian berlaku atau dapat digeneralisasikan untuk populasi. Berikut ini adalah tabel sebaran sampel di setiap hotel :

Tabel 3.4
Penyebaran Proporsi Sampel
Di Grand Hotel Preanger Dan Grand Aquila

No	Nama Hotel	Populasi	Sebaran Sampel	Jumlah
1.	Grand Hotel Preanger	59.540	$59.540/138.540 \times 100$	43
2.	Grand Aquila	79.000	$79.000/138.540 \times 100$	57
	Jumlah			100

3.4.3 Teknik Sampling

Sugiyono (2008:116) mengemukakan bahwa "Teknik sampling adalah merupakan teknik pengambilan sampel. Teknik sampling pada dasarnya dapat dikelompokkan menjadi dua yaitu *Probability Sampling* dan *Nonprobability Sampling*. *Probability sampling* meliputi sampling acak sederhana (*simple random sampling*), sampling sistematis (*systematic sampling*), sampling berstrata (*stratified sampling*), dan sampling bergugus (*cluster sampling*). *Nonprobability sampling* meliputi *convenience sampling*, *judgement sampling*, *quota sampling*, dan *snowball sampling*.

Teknik sampling dalam penelitian ini menggunakan *proportionate systematic random sampling* yang termasuk ke dalam *probability sampling*. Menurut Harun Al Rasyid (1994:66) sampling sistematis memiliki kelebihan karena dapat dilakukan selakipun tidak ada kerangka sampling. Adapun langkah-langkah yang dilakukan dalam teknik ini adalah :

1. Tentukan populasi sasaran, dalam penelitian ini yang menjadi populasi sasaran adalah wisatawan nusantara yang menginap di Grand Hotel Preanger dan Hotel Grand Aquila.
2. Tentukan sebuah tempat tertentu sebagai *checkpoint*, dalam penelitian ini yang menjadi tempat *checkpoint* adalah halaman luar Grand Hotel Preanger dan Hotel Grand Aquila.
3. Tentukan waktu yang akan digunakan untuk menentukan sampling, dalam penelitian ini waktu konkrit yang digunakan oleh peneliti adalah pukul 12.00 WIB s.d. 20.00 WIB (rentang waktu *check in-check out* dan mobilitas tamu hotel).

Proportionate systematic random sampling merupakan suatu prosedur penarikan sampel yang dilakukan secara proposional (sesuai dengan banyaknya populasi setiap unit sampling) sehingga setiap satuan sampling yang ada dalam populasi dipilih ke dalam sampel sesuai dengan hasil perhitungan secara proposional. Berdasarkan hal tersebut, setiap tamu (wisatawan nusantara) yang pernah menginap di Grand Aquila Hotel dan atau Grand Hotel Preanger dapat dijadikan sampel dalam penelitian.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dikategorikan menjadi dua bagian, yaitu teknik yang digunakan untuk memperoleh data primer dan data sekunder. Sekaran (2003:236) mengemukakan bahwa "Terdapat beberapa teknik yang dapat dilakukan untuk memperoleh data primer, yakni *observation*, *administering questionnaires*, dan *interview*". Sugiyono (2008:194) pun mengutarakan bahwa "Bila dilihat dari segi cara atau teknik pengumpulan data, maka teknik pengumpulan data dapat dilakukan dengan *interview* (wawancara), *kuesioner* (angket), *observasi* (pengamatan), dan *gabungan ketiganya*". Sedangkan data sekunder dapat diperoleh dengan studi literatur (Sekaran, 2003:219). Berikut adalah beberapa teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini :

1. Wawancara

Sebagai teknik komunikasi langsung dengan responden untuk mengetahui pendapat mereka mengenai penciptaan diferensiasi jasa dan kepuasannya (dilakukan secara efektif dan efisien) .

2. *Kuesioner* (Angket)

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. *Kuesioner* berisi pertanyaan dan pernyataan mengenai karakteristik responden, pengalaman responden menginap baik itu di Grand Hotel Preanger Bandung maupun Grand Aquila Bandung, penciptaan diferensiasi jasa hotel dan kepuasan responden akan diferensiasi jasa tersebut. *Kuesioner* ditujukan kepada

wisatawan nusantara yang menginap di Grand Hotel Preanger Bandung dan Grand Aquila Bandung.

3. Studi Literatur

Studi literatur merupakan usaha pengumpulan informasi yang berhubungan dengan teori-teori yang ada kaitannya dengan masalah dan variabel yang diteliti. Studi literatur dapat dilakukan dengan mempelajari buku mengenai diferensiasi serta kepuasan pelanggan/tamu, jurnal pemasaran yang berhubungan dengan diferensiasi dan kepuasan, publikasi pemerintah, data statistik, laporan tahunan perusahaan, *website*, dan lain sebagainya.

Secara rinci teknik pengumpulan data dalam penelitian ini disajikan pada Tabel 3.5 berikut :

Tabel 3.5
Teknik Pengumpulan Data, Sumber Dan Tujuan Penelitian

No	Teknik Pengumpulan Data	Sumber Data	Digunakan Untuk Tujuan Penelitian		
			T-1	T-2	T-3
1	Interview (Wawancara)	a. Tamu (Wisatawan Nusantara) Grand Hotel Preanger Bandung dan Grand Aquila Bandung	✓	✓	✓
2	Kuesioner (Angket)	a. Tamu (Wisatawan Nusantara) Grand Hotel Preanger Bandung dan Grand Aquila Bandung. b. Penciptaan diferensiasi jasa Grand Hotel Preanger Bandung dan Grand Aquila Bandung serta pengaruhnya terhadap kepuasan tamu	✓	✓	✓
3	Studi Literatur	Buku, jurnal, artikel, dan lain-lain mengenai teori diferensiasi jasa dan kepuasan pelanggan/tamu	✓	✓	–

Keterangan :

T-1 : Untuk mengetahui tanggapan diferensiasi yang terdiri dari diferensiasi produk, diferensiasi pelayanan, diferensiasi personil, diferensiasi saluran distribusi, dan diferensiasi citra pada Grand Hotel Preanger dan Grand Aquila Bandung.

- T-2 : Untuk mengetahui tanggapan terhadap kepuasan tamu (wisatawan nusantara) Grand Hotel Preanger dan Grand Aquila Bandung.
- T-3 : Untuk menjelaskan seberapa besar diferensiasi yang terdiri dari diferensiasi produk, diferensiasi pelayanan, diferensiasi personil, diferensiasi saluran distribusi, dan diferensiasi citra, dapat mempengaruhi kepuasan tamu (wisatawan nusantara) Grand Hotel Preanger dan Grand Aquila Bandung.

3.6 Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas

3.6.1 Hasil Pengujian Validitas

Sugiyono (2008:458) mengutarakan bahwa "Instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data itu valid. Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur". Sedangkan Arikunto (2002:144-145) berpendapat bahwa :

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau kesahihan sesuatu instrumen. Suatu instrumen yang valid atau sah mempunyai validitas tinggi. Sebaliknya instrumen yang kurang valid berarti memiliki validitas rendah. Sebuah instrumen dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang diinginkan dan dapat mengungkap data dari variabel yang diteliti secara tepat. Tinggi rendahnya validitas instrumen menunjukkan sejauh mana data yang terkumpul tidak menyimpang dari gambaran tentang validitas yang dimaksud.

Pengujian validitas dapat dilakukan dengan berbagai cara yaitu pengujian validitas konstruksi (*construct validity*), pengujian validitas isi (*content validity*), dan pengujian validitas eksternal (Sugiyono, 2008:455). Jenis validitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengujian validitas konstruksi (*construct validity*).

Validitas konstruksi adalah penentuan validitas dengan cara mengkorelasikan antara skor yang diperoleh masing-masing *item* baik yang berupa pertanyaan maupun pernyataan dengan skor totalnya, yang merupakan nilai yang diperoleh dari penjumlahan semua skor item. Korelasi antara skor *item* dengan skor totalnya harus signifikan berdasarkan ukuran statistik. Bila ternyata skor semua *item* berkorelasi dengan skor totalnya, maka dapat dikatakan bahwa alat ukur yang digunakan valid.

Penghitungan korelasi yang digunakan untuk pengujian validitas dalam penelitian ini adalah rumus korelasi *product moment* yang dikemukakan oleh Pearson. Berikut adalah rumus korelasi *product moment* :

$$r_{xy} = \frac{\sum XY}{\sqrt{\sum X^2} \sqrt{\sum Y^2}} \quad \text{atau,} \quad r_{xy} = \frac{N \sum X_i Y_i - (\sum X_i)(\sum Y_i)}{\sqrt{[N \sum X_i^2 - (\sum X_i)^2][N \sum Y_i^2 - (\sum Y_i)^2]}}$$

(Sugiyono, 2005:182)

Keterangan :

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

Peneliti dapat memberi interpretasi terhadap kuatnya suatu hubungan dengan melihat besarnya koefisien korelasi. Berikut ini adalah pedoman untuk memberikan interpretasi terhadap koefisien korelasi :

Tabel 3.6
Pedoman Interpretasi Terhadap 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 0,000 sampai dengan 0,200	Sangat Rendah

Sumber: Suharsimi Arikunto (2006:276)

Setelah melakukan analisis faktor dengan cara mengkorelasikan jumlah skor faktor dengan skor total, maka langkah selanjutnya adalah melakukan perbandingan antara r_{hitung} dengan r_{tabel} . Berikut adalah keputusan pengujian validitas instrumen :

1. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka instrumen dikatakan valid
2. Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka instrumen dikatakan tidak valid.

Pengujian validitas item instrumen dilakukan dengan bantuan program SPSS 15 *for windows*. Output yang dihasilkan dari pengolahan SPSS merupakan data r_{hitung} . Untuk mengetahui apakah nilainya signifikan atau tidak, maka dilakukan uji korelasi dengan membandingkan r_{hitung} dengan r_{tabel} . Agar memperoleh nilai yang signifikan, maka r_{hitung} harus lebih besar dari r_{tabel} (dilihat dari Tabel *r product moment* dengan taraf signifikansi 5% dan derajat kebebasan $n-2$, dimana $n-2$ merupakan jumlah responden).

Berikut ini adalah hasil pengujian validitas mengenai harapan dan kinerja atas diferensiasi produk, pelayanan, karyawan, saluran distribusi, dan citra :

Tabel 3.7
Hasil Pengujian Validitas Tingkat Harapan

Sub-Item	Item Pertanyaan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Harapan atas Diferensiasi Produk				
C.I.1	Tingkat harapan atas keragaman jenis kamar (bentuk, model, luas kamar).	0.558	0.374	Valid
C.I.2	Tingkat harapan atas kelengkapan fasilitas kamar (TV, AC, Telepon, Lemari, Kamar Mandi, dll).	0.592	0.374	Valid
C.I.3	Tingkat harapan atas fungsional kamar sebagai tempat beristirahat.	0.597	0.374	Valid
C.I.4	Tingkat harapan atas kesesuaian kamar dengan promosi.	0.646	0.374	Valid
C.I.5	Tingkat harapan atas keandalan fungsional seluruh fasilitas kamar (TV, AC, Telepon, Lemari, Kamar Mandi, dll).	0.645	0.374	Valid
C.I.6	Tingkat harapan atas kemudahan menukar kamar yang tidak sesuai dengan keinginan.	0.554	0.374	Valid
C.I.7	Tingkat harapan atas artistik desain interior dan desain eksterior kamar.	0.788	0.374	Valid
Harapan atas Diferensiasi Pelayanan				
C.II.1	Tingkat harapan atas kemudahan reservasi kamar, pemesanan makanan, minuman, dll.	0.706	0.374	Valid
C.II.2	Tingkat harapan atas kecepatan proses <i>check in & check out, room service</i> .	0.574	0.374	Valid
Harapan atas Diferensiasi Pelayanan				
C.II.3	Tingkat harapan atas penyediaan kebutuhan tamu di hotel (<i>room amenities, luggage room, internet access, valet parking, dll</i>).	0.609	0.374	Valid
C.II.4	Tingkat harapan atas pemberitahuan mengenai cara menggunakan fasilitas hotel.	0.798	0.374	Valid
C.II.5.1	Tingkat harapan atas karyawan yang membantu tamu dengan memberikan informasi yang bermanfaat.	0.535	0.374	Valid
C.II.6.1	Tingkat harapan atas pemberian ucapan (ulang tahun, selamat datang, dll), <i>sms broadcast</i> tentang promo hotel, dan pemberian alternatif pelayanan (<i>guarantee of services</i>).	0.813	0.374	Valid
Harapan atas Diferensiasi Karyawan				
C.III.1	Tingkat harapan atas profesionalitas karyawan.	0.585	0.374	Valid
C.III.2	Tingkat harapan atas kesopanan karyawan.	0.537	0.374	Valid
C.III.3	Tingkat harapan atas kepercayaan terhadap karyawan.	0.615	0.374	Valid
C.III.4	Tingkat harapan atas kinerja karyawan yang dapat diandalkan.	0.835	0.374	Valid
C.III.5	Tingkat harapan atas kecepatan tanggapan dalam melayani tamu.	0.580	0.374	Valid
C.III.6	Tingkat harapan atas kejelasan informasi yang diberikan.	0.690	0.374	Valid

Sumber : Hasil Pengolahan Data 2009

Lanjutan Tabel 3.7
Hasil Pengujian Validitas Tingkat Harapan

Sub-Item	Item Pertanyaan	rhitung	rtabel	Keterangan
Harapan atas Diferensiasi Saluran Distribusi				
C.IV.1	Tingkat harapan atas kemudahan menjangkau lokasi hotel.	0.635	0.374	Valid
C.IV.2	Tingkat harapan atas kedekatan lokasi hotel dengan pusat-pusat perbelanjaan, tempat hiburan, dll.	0.772	0.374	Valid
C.IV.3	Tingkat harapan atas penyediaan <i>online reservation (via telephone, fax, email)</i>	0.783	0.374	Valid
C.IV.4	Tingkat harapan atas reservasi yang dapat dilakukan melalui travel agent.	0.807	0.374	Valid
C.V.1	Tingkat harapan atas popularitas nama hotel.	0.795	0.374	Valid
C.V.2	Tingkat harapan atas kesan terhadap pelayanan hotel.	0.767	0.374	Valid
C.V.3	Tingkat harapan atas kesesuaian janji hotel dengan bukti pelayanan yang diberikan.	0.818	0.374	Valid

Sumber : Hasil Pengolahan Data 2009

Tabel 3.8
Hasil Pengujian Validitas Tingkat Kinerja

Sub-Item	Item Pertanyaan	rhitung	rtabel	Keterangan
Kinerja atas Diferensiasi Produk				
C.I.1	Tingkat kinerja atas keragaman jenis kamar (bentuk, model, luas kamar).	0.729	0.374	Valid
C.I.2	Tingkat kinerja atas kelengkapan fasilitas kamar (TV, AC, Telepon, Lemari, Kamar Mandi, dll).	0.576	0.374	Valid
C.I.3	Tingkat kinerja atas fungsional kamar sebagai tempat beristirahat.	0.591	0.374	Valid
C.I.4	Tingkat kinerja atas kesesuaian kamar dengan promosi.	0.558	0.374	Valid
C.I.5	Tingkat kinerja atas keandalan fungsional seluruh fasilitas (TV, AC, Telepon, Lemari, Kamar Mandi, dll).	0.716	0.374	Valid
C.I.6	Tingkat kinerja atas kemudahan menukar kamar yang tidak sesuai dengan keinginan.	0.574	0.374	Valid
C.I.7	Tingkat kinerja atas artistik desain interior dan desain eksterior kamar.	0.805	0.374	Valid
Kinerja atas Diferensiasi Pelayanan				
C.II.1	Tingkat kinerja atas reservasi kamar, pemesanan makanan, minuman, dll.	0.645	0.374	Valid
C.II.2	Tingkat kinerja atas kecepatan proses <i>check in & check out, room service</i> .	0.566	0.374	Valid
C.II.3	Tingkat kinerja atas penyediaan kebutuhan tamu di hotel (<i>room amenities, luggage room, internet access, valet parking, dll</i>).	0.638	0.374	Valid
C.II.4	Tingkat kinerja atas pemberitahuan mengenai cara menggunakan fasilitas hotel.	0.720	0.374	Valid

Sumber : Hasil Pengolahan Data 2009

Lanjutan Tabel 3.8
Hasil Pengujian Validitas Tingkat Kinerja

Sub-Item	Item Pertanyaan	rhitung	rtabel	Keterangan
Kinerja atas Diferensiasi Pelayanan				
C.II.5	Tingkat kinerja atas informasi yang diberikan karyawan.	0.582	0.374	Valid
C.II.6	Tingkat kinerja atas pemberian ucapan (ulang tahun, selamat datang, dll), <i>sms broadcast</i> tentang promo hotel, dan pemberian alternatif pelayanan (<i>guarantee of services</i>).	0.765	0.374	Valid
Kinerja atas Diferensiasi Karyawan				
C.III.1	Tingkat kinerja atas profesionalitas karyawan.	0.664	0.374	Valid
C.III.2	Tingkat kinerja atas kesopanan karyawan.	0.520	0.374	Valid
C.III.3	Tingkat kinerja atas karyawan yang dapat dipercaya.	0.638	0.374	Valid
C.III.4	Tingkat kinerja atas karyawan yang dapat diandalkan.	0.778	0.374	Valid
C.III.5	Tingkat kinerja atas karyawan yang cepat tanggap dalam melayani tamu. karyawan yang cepat tanggap akan permintaan tamu	0.546	0.374	Valid
C.III.6	Tingkat kinerja atas kejelasan informasi yang diberikan.	0.812	0.374	Valid
Kinerja atas Diferensiasi Saluran Distribusi				
C.IV.1	Tingkat kinerja atas kemudahan menjangkau lokasi hotel.	0.657	0.374	Valid
C.IV.2	Tingkat kinerja atas kedekatan lokasi hotel dengan pusat-pusat perbelanjaan, tempat hiburan, dll.	0.646	0.374	Valid
C.IV.3	Tingkat kinerja atas online reservation (<i>via telephone, fax, email</i>) yang disediakan hotel.	0.846	0.374	Valid
C.IV.4	Tingkat kinerja atas reservasi yang dapat dilakukan melalui travel agent	0.782	0.374	Valid
Kinerja atas Diferensiasi Citra				
C.V.1.2	Tingkat kinerja atas popularitas hotel.	0.769	0.374	Valid
C.V.2.2	Tingkat kinerja atas kesan pelayanan yang diberikan hotel.	0.826	0.374	Valid
C.V.3.2	Tingkat kinerja atas kesesuaian janji jasa dengan bukti (<i>moment of truth</i>) yang diberikan hotel.	0.789	0.374	Valid

Sumber : Hasil Pengolahan Data 2009

Berdasarkan Tabel 3.7 dan 3.8, hasil pengujian validitas instrumen penelitian memperlihatkan bahwa semua butir pertanyaan valid (26 item) karena skor r_{hitung} lebih besar jika dibandingkan dengan r_{tabel} (0.374) pada derajat kebebasan 28 ($df = n-2$), mengingat jumlah instrumen yang diuji validitas sebanyak 30 responden. Berdasarkan hasil pengujian validitas skor harapan,

tingkat harapan akan karyawan yang dapat diandalkan mendapatkan skor tertinggi dengan nilai 0.835. Sedangkan tingkat harapan atas karyawan yang membantu tamu dengan memberikan informasi yang bermanfaat mendapatkan skor terendah sebesar 0.535. Hasil pengujian validitas skor kinerja (kenyataan yang dirasakan oleh responden) memberikan menggambarkan bahwa kinerja atas *online reservation* yang disediakan hotel mendapatkan skor tertinggi dengan nilai 0.846. Sedangkan kinerja atas kesopanan karyawan mendapatkan skor terendah dengan nilai 0.520.

3.6.2 Hasil Pengujian Reliabilitas

Reliabilitas menunjuk pada satu pengertian bahwa sesuatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut sudah baik. Ungkapan yang mengatakan bahwa instrumen harus reliabel sebenarnya mengandung arti bahwa instrumen tersebut cukup baik sehingga mampu mengungkap data yang bisa dipercaya. Apabila pengertian ini sudah tertangkap, maka akan tidak begitu menjumpai kesulitan dalam menentukan cara menguji reliabilitas instrumen (Arikunto, 2002:154-155).

Secara garis besar ada dua jenis reliabilitas, yaitu reliabilitas eksternal dan reliabilitas internal. Seperti halnya validitas, dua nama ini sebenarnya menunjuk pada cara-cara menguji tingkat reliabilitas. Jika ukuran atau kriteriumnya berada di luar instrumen maka dari hasil pengujian ini diperoleh reliabilitas eksternal. Sebaliknya jika perhitungan dilakukan berdasarkan data dari instrumen tersebut saja, akan menghasilkan reliabilitas internal (Arikunto, 2002:155).

Pengujian reliabilitas pada penelitian ini menggunakan reliabilitas internal dengan rumus Cronbach Alpha. Hal ini dikarenakan instrumen yang digunakan memiliki skor yang merupakan rentangan antara beberapa nilai (misalnya 0-10 atau 0-100) atau yang terbentuk skala 1-3, 1-5, atau 1-7 dan seterusnya (Arikunto, 2002:171). Rumus Cronbach Alpa adalah sebagai berikut :

$$r_{11} = \left(\frac{k}{(k-1)} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_1^2} \right)$$

(Arikunto, 2002:171)

Keterangan :

- r_{11} = reliabilitas instrumen
 k = banyak butir pertanyaan atau banyaknya soal
 σ_1^2 = varians total
 $\sum \sigma_b^2$ = jumlah varians butir

Jumlah varians butir dapat dicari dengan cara mencari nilai varians setiap butir terlebih dahulu kemudian jumlahkan, seperti yang dipaparkan berikut ini:

$$\sigma = \frac{\sum X^2}{n} - \left(\frac{\sum X}{n} \right)^2 \quad (\text{Arikunto, 2002:171})$$

Setelah melakukan uji reliabilitas dan memperoleh angka reliabilitas, langkah selanjutnya adalah mengkonsultasikan harga tersebut dengan harga *r product moment*. Kriteria pengambilan keputusan untuk reliabilitas adalah sebagai berikut:

1. $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka instrumen dikatakan reliabel
2. $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka instrumen dikatakan tidak reliabel (Arikunto, 2002:160).

Koefisien Cronbach Alpha ($C\alpha$) merupakan statistik yang paling umum digunakan untuk menguji reliabilitas suatu instrumen penelitian. Suatu instrumen

penelitian diindikasikan memiliki tingkat reliabilitas memadai jika koefisien Cronbach Alpha lebih besar atau sama dengan 0,70 (Hair, Anderson, Tatham&Black, 1998:88). Perhitungan validitas dan reliabilitas setiap item pertanyaan dilakukan dengan bantuan program SPSS 15.0 *for window*. Berikut ini adalah hasil pengujian reliabilitas untuk variabel diferensiasi yang diharapkan dan dirasakan :

Tabel 3.9
Hasil Pengujian Reliabilitas Cronbach Alpha Tingkat Harapan

No	Variabel	$C\alpha_{hitung}$	$C\alpha_{minimal}$	Keterangan
1	Diferensiasi Produk	0.742	0.70	Reliabel
2	Diferensiasi Pelayanan	0.760	0.70	Reliabel
3	Diferensiasi Karyawan	0.714	0.70	Reliabel
4	Diferensiasi Saluran Distribusi	0.751	0.70	Reliabel
5	Diferensiasi Citra	0.708	0.70	Reliabel

Sumber : Hasil Pengolahan Data 2009

Tabel 3.10
Hasil Pengujian Reliabilitas Cronbach Alpha Tingkat Kinerja

No	Variabel	$C\alpha_{hitung}$	$C\alpha_{minimal}$	Keterangan
1	Diferensiasi Produk	0.774	0.70	Reliabel
2	Diferensiasi Pelayanan	0.734	0.70	Reliabel
3	Diferensiasi Karyawan	0.744	0.70	Reliabel
4	Diferensiasi Saluran Distribusi	0.720	0.70	Reliabel
5	Diferensiasi Citra	0.712	0.70	Reliabel

Sumber : Hasil Pengolahan Data 2009

Pengujian reliabilitas dimaksudkan untuk mengetahui apakah instrumen ukur yang digunakan menunjukkan tingkat ketepatan, keakuratan, kestabilan atau konsistensi meskipun pengukuran dilakukan pada waktu yang berbeda. Pengujian keandalan dilakukan terhadap pertanyaan yang sudah valid untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten bila dilakukan pengukuran kembali terhadap gejala yang sama.

Berdasarkan hasil pengujian dapat diketahui bahwa semua variabel realibel karena skor r_{hitung} lebih besar dari skor r_{tabel} . Ini menunjukkan bahwa instrument tersebut dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data dan akan memberikan hasil ukuran yang sama. Hasil dari pengujian reliabilitas instrumen penelitian ini memperlihatkan bahwa yang memperoleh reliabilitas paling besar adalah diferensiasi produk yang dirasakan (tingkat kinerja) 0.774, sedangkan yang memperoleh reliabilitas paling rendah adalah variabel diferensiasi citra (tingkat harapan) yaitu sebesar 0,708.

3.7 Rancangan Analisis Data

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

Alat penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah angket. Angket ini disusun oleh penulis berdasarkan variabel yang terdapat dalam penelitian. Dalam penelitian kuantitatif analisis data dilakukan setelah data seluruh koresponden terkumpul. Kegiatan analisis data dalam penelitian dilakukan melalui tahapan-tahapan sebagai berikut:

1. Menyusun Data

Mengecek nama dan kelengkapan identitas responden, serta mengecek kelengkapan data yang diisi oleh responden untuk mengetahui karakteristik responden digunakan rumus presentase sebagai berikut:

$$\% = \frac{n}{N} \times 100$$

Dimana :

n = nilai yang diperoleh

N = jumlah seluruh nilai

100 = konstanta

2. Menyeleksi data untuk memeriksa kesempurnaan dan kebenaran data yang terkumpul.
3. Tabulasi Data
Tabulasi data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah:
 - a. Memberikan skor pada setiap item.
 - b. Menjumlahkan skor pada setiap item.
 - c. Menyusun ranking skor pada setiap variable penelitian.
4. Menganalisis dan menafsirkan hasil perhitungan berdasarkan angka-angka yang diperoleh dari perhitungan statistik.

3.7.1 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif dapat digunakan untuk mencari kuatnya hubungan antara variabel melalui analisis kolerasi dan membuat perbandingan rata-rata data sampel

atau populasi tanpa perlu diuji signifikannya. Melalui analisis deskriptif, maka dapat diketahui :

- a) Tanggapan responden terhadap pelaksanaan diferensiasi jasa yang terdiri dari diferensiasi produk, diferensiasi pelayanan, diferensiasi karyawan, diferensiasi saluran distribusi, dan diferensiasi citra.
- b) Tanggapan responden terhadap tingkat kepuasan tamu di Grand Hotel Preanger dan Grand Aquila melalui harapan (kepentingan) dan kenyataan (kinerja) dari diferensiasi jasa yang terdiri dari diferensiasi produk, diferensiasi pelayanan, diferensiasi karyawan, diferensiasi saluran distribusi, dan diferensiasi citra.

3.7.2 Analisis Data Verifikatif

Path Analysis merupakan teknik analisa data yang digunakan dalam penelitian ini. *Path Analysis* digunakan untuk melihat pengaruh diferensiasi jasa (X) yang terdiri dari diferensiasi produk (X_1), diferensiasi pelayanan (X_2), diferensiasi personil (X_3), diferensiasi saluran distribusi (X_4), dan diferensiasi citra (X_5) terhadap kepuasan tamu (wisatawan nusantara) (Y) Grand Hotel Preanger Bandung dan Grand Aquila Bandung. Dalam hal ini, analisis jalur digunakan untuk menentukan besarnya pengaruh variabel independen (X_1, X_2, X_3, X_4, X_5) terhadap Y baik secara langsung maupun tidak langsung (Nirwana SK Sitepu, 1994:15-30).

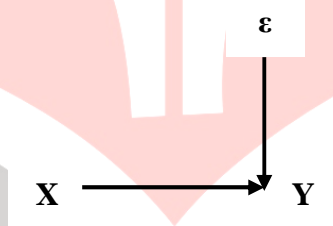
Skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah *hybrid ordinally-interval scale* yang menghasilkan data interval, sehingga peneliti tidak perlu lagi melakukan transformasi data untuk mengubah data dengan bantuan program MSI

(*Method of Successive Interval*). Data penelitian yang sudah berbentuk interval selanjutnya akan ditentukan pasangan data variabel bebasnya dengan variabel terikat dari semua sampel penelitian. Pengolahan data-data tersebut dapat dilakukan dengan bantuan program SPSS 15.0 *for windows*, sebagai berikut :

Hipotesis : Pengaruh Diferensiasi Jasa yang terdiri dari diferensiasi produk (X_1), diferensiasi pelayanan (X_2), diferensiasi personil (X_3), diferensiasi saluran distribusi (X_4), dan diferensiasi citra (X_5) terhadap kepuasan tamu (Y).

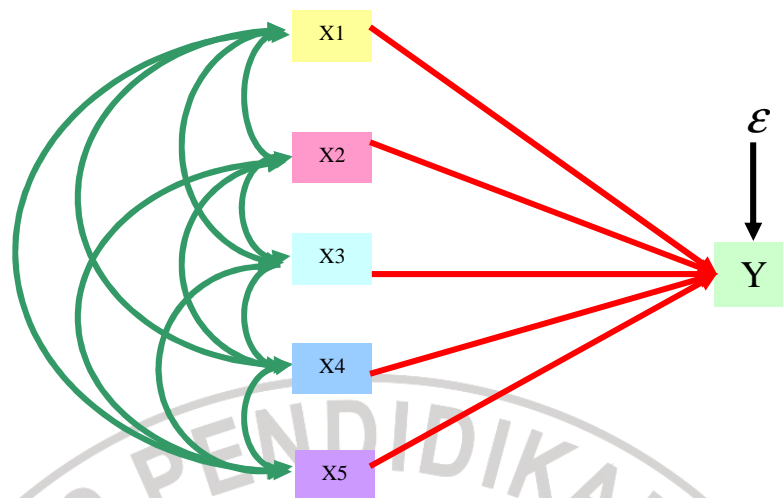
1. Menyusun struktur Jalur Hipotesis 1

Berdasarkan hipotesis konseptual yang diajukan, pengujian hipotesis 1 diagram jalur dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 3.1
Diagram Jalur Hipotesis

2. Selanjutnya diagram hipotesis I tersebut diterjemahkan ke dalam beberapa sub hipotesis yang menyatakan pengaruh sub variabel independen yang paling dominan terhadap variabel dependen. Diagram jalur tersebut untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Gambar 3.2 di bawah ini.



Gambar 3.2
Diagram Jalur Sub Struktur

Keterangan

- Y : Kepuasan Tamu
- X : Diferensiasi Jasa
- X₁ : Diferensiasi Produk
- X₂ : Diferensiasi Pelayanan
- X₃ : Diferensiasi Personil
- X₄ : Diferensiasi Saluran Distribusi
- X₅ : Diferensiasi Citra
- ε : Residu (variabel lain diluar variabel X yang berpengaruh) ke variabel akibat (*endogeneous*) dinyatakan oleh besarnya nilai numerikdari variabel *eksogeneous*.

Struktur hubungan di atas menunjukkan bahwa diferensiasi jasa (X) yang terdiri dari diferensiasi produk (X₁), diferensiasi pelayanan (X₂), diferensiasi personil (X₃), diferensiasi saluran distribusi (X₄), dan diferensiasi citra (X₅) berpengaruh terhadap kepuasan tamu (wisatawan nusantara) (Y). Selain itu, terdapat faktor-faktor lain yang mempengaruhi hubungan antara diferensiasi (X) yang terdiri dari diferensiasi produk (X₁), diferensiasi pelayanan (X₂), diferensiasi personil (X₃), diferensiasi saluran distribusi (X₄), dan diferensiasi citra (X₅) terhadap kepuasan tamu (wisatawan nusantara) (Y) yaitu variabel residu yang

dilambangkan dengan ε , namun pada penelitian ini variabel tersebut tidak diperhitungkan.

c) Identifikasi persamaan sub struktur

$$Y_1 = P_{YX_1} X_1 + P_{YX_2} X_2 + P_{YX_3} X_3 + P_{YX_4} X_4 + P_{YX_5} X_5 + \varepsilon$$

d) Menghitung matrik korelasi antar variabel bebas

$$R_1 = \begin{matrix} & \begin{matrix} X_1 & X_2 & X_3 & X_4 & X_5 \end{matrix} \\ \begin{bmatrix} 1 & r_{X_2X_1} & r_{X_3X_1} & r_{X_4X_1} & r_{X_5X_1} \\ & 1 & r_{X_3X_2} & r_{X_4X_2} & r_{X_5X_2} \\ & & 1 & r_{X_4X_3} & r_{X_5X_3} \\ & & & 1 & r_{X_5X_4} \\ & & & & 1 \end{bmatrix} \end{matrix}$$

e) Menghitung matrik invers

$$R_1^{-1} = \begin{matrix} & \begin{matrix} X_1 & X_2 & X_3 & X_4 & X_5 \end{matrix} \\ \begin{bmatrix} C_{11} & C_{12} & C_{13} & C_{14} & C_{15} \\ & C_{22} & C_{23} & C_{24} & C_{25} \\ & & C_{33} & C_{34} & C_{35} \\ & & & C_{44} & C_{45} \\ & & & & C_{55} \end{bmatrix} \end{matrix}$$

f) Menghitung semua koefisien jalur melalui rumus

$$\begin{bmatrix} P_{YX_1} \\ P_{YX_2} \\ P_{YX_3} \\ P_{YX_4} \\ P_{YX_5} \end{bmatrix} = \begin{bmatrix} C_{11} & C_{12} & C_{13} & C_{14} & C_{15} \\ & C_{22} & C_{23} & C_{24} & C_{25} \\ & & C_{33} & C_{34} & C_{35} \\ & & & C_{44} & C_{45} \\ & & & & C_{55} \end{bmatrix} \begin{bmatrix} r_{YX_1} \\ r_{YX_2} \\ r_{YX_3} \\ r_{YX_4} \\ r_{YX_5} \end{bmatrix}$$

g) Menghitung $R^2_{Y(X_1 X_2 X_3 X_4 X_5)}$

$$R^2_{Y(X_1 X_2 X_3 X_4 X_5)} = \begin{bmatrix} P_{YX_1} & P_{YX_2} & P_{YX_3} & P_{YX_4} & P_{YX_5} \end{bmatrix} \begin{bmatrix} r_{YX_1} \\ r_{YX_2} \\ r_{YX_3} \\ r_{YX_4} \\ r_{YX_5} \end{bmatrix}$$

h) Menguji Pengaruh langsung maupun tidak langsung dari setiap variabel

Pengaruh X terhadap Y :

Pengaruh X_1 terhadap Y

Pengaruh langsung	= $P_{YX_1} \cdot P_{YX_1}$
Pengaruh tidak langsung melalui (X_2)	= $P_{YX_1} \cdot r_{X_1 X_2} \cdot P_{YX_2}$
Pengaruh tidak langsung melalui (X_3)	= $P_{YX_1} \cdot r_{X_1 X_3} \cdot P_{YX_3}$
Pengaruh tidak langsung melalui (X_4)	= $P_{YX_1} \cdot r_{X_1 X_4} \cdot P_{YX_4}$
Pengaruh tidak langsung melalui (X_5)	= $P_{YX_1} \cdot r_{X_1 X_5} \cdot P_{YX_5}$
Pengaruh total (X_1) terhadap Y	= $\frac{\dots\dots\dots}{\dots\dots\dots} +$

Pengaruh X_2 terhadap Y

Pengaruh langsung	= $P_{YX_2} \cdot P_{YX_2}$
Pengaruh tidak langsung melalui (X_1)	= $P_{YX_2} \cdot r_{X_2 X_1} \cdot P_{YX_1}$
Pengaruh tidak langsung melalui (X_3)	= $P_{YX_2} \cdot r_{X_2 X_3} \cdot P_{YX_3}$
Pengaruh tidak langsung melalui (X_4)	= $P_{YX_2} \cdot r_{X_2 X_4} \cdot P_{YX_4}$
Pengaruh tidak langsung melalui (X_5)	= $P_{YX_2} \cdot r_{X_2 X_5} \cdot P_{YX_5}$
Pengaruh total (X_2) terhadap Y	= $\frac{\dots\dots\dots}{\dots\dots\dots} +$

Pengaruh X_3 terhadap Y

Pengaruh langsung	= $P_{YX_3} \cdot P_{YX_3}$
Pengaruh tidak langsung melalui (X_1)	= $P_{YX_3} \cdot r_{X_3 X_1} \cdot P_{YX_1}$
Pengaruh tidak langsung melalui (X_2)	= $P_{YX_3} \cdot r_{X_3 X_2} \cdot P_{YX_2}$
Pengaruh tidak langsung melalui (X_4)	= $P_{YX_3} \cdot r_{X_3 X_4} \cdot P_{YX_4}$
Pengaruh tidak langsung melalui (X_5)	= $P_{YX_3} \cdot r_{X_3 X_5} \cdot P_{YX_5}$
Pengaruh total (X_3) terhadap Y	= $\frac{\dots\dots\dots}{\dots\dots\dots} +$

Pengaruh X_4 terhadap Y

Pengaruh langsung	= $P_{YX_4} \cdot P_{YX_4}$
Pengaruh tidak langsung melalui (X_1)	= $P_{YX_4} \cdot r_{X_4 X_1} \cdot P_{YX_1}$
Pengaruh tidak langsung melalui (X_2)	= $P_{YX_4} \cdot r_{X_4 X_2} \cdot P_{YX_2}$
Pengaruh tidak langsung melalui (X_3)	= $P_{YX_4} \cdot r_{X_4 X_3} \cdot P_{YX_3}$
Pengaruh tidak langsung melalui (X_5)	= $P_{YX_4} \cdot r_{X_4 X_5} \cdot P_{YX_5}$
Pengaruh total (X_4) terhadap Y	= $\frac{\dots\dots\dots}{\dots\dots\dots} +$

Pengaruh X_5 terhadap Y

Pengaruh langsung	= $P_{YX_5} \cdot P_{YX_5}$
Pengaruh tidak langsung melalui (X_1)	= $P_{YX_5} \cdot r_{X_5 X_2} \cdot P_{YX_1}$
Pengaruh tidak langsung melalui (X_2)	= $P_{YX_5} \cdot r_{X_5 X_3} \cdot P_{YX_2}$
Pengaruh tidak langsung melalui (X_3)	= $P_{YX_5} \cdot r_{X_5 X_4} \cdot P_{YX_3}$
Pengaruh tidak langsung melalui (X_4)	= $P_{YX_5} \cdot r_{X_5 X_5} \cdot P_{YX_4}$ +
Pengaruh total (X_5) terhadap Y	=

i) Keputusan penerimaan atau penolakan H_0

a. Rumusan hipotesis operasional

$$H_0 : P_{YX_1} P_{YX_2} P_{YX_3} P_{YX_4} P_{YX_5} = 0$$

$$H_1 : P_{YX_1} P_{YX_2} P_{YX_3} P_{YX_4} P_{YX_5} > 0 ; i = 1, 2, 3, 4, \text{ dan } 5$$

Statistik uji yang digunakan adalah :

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

Keterangan:

n = Banyaknya responden

k = Banyaknya variabel bebas

Kriteria pengambilan keputusan untuk hipotesis yang diajukan ialah:

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

Jika $F_{\text{hitung}} < F_{\text{tabel}}$, maka H_0 ditolak artinya X tidak berpengaruh terhadap Y

b. Kriteria keputusan

Pengujian secara individual dengan uji t

Tolak H_0 jika $t_{\text{hitung}} \geq t_{(\text{mendekati } 100\%) (n-k-1)}$

Terima H_0 jika $t_{\text{hitung}} < t_{(\text{mendekati } 100\%) (n-k-1)}$

$$\text{Dimana : } t = \frac{P_{YXi} - P_{YXj}}{\sqrt{\frac{(1 - R^2 y(x_1, x_2, x_3, x_4, x_5))(C_{ii} + C_{ij} + C_{jj})}{(n-k-1)}}$$

Sesuai dengan kriteria pengambilan keputusan untuk hipotesis yang diajukan menurut Sugiyono (2007:185) yaitu:

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

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

Semua teknis analisis data di atas dalam pelaksanaan perhitungannya menggunakan program SPSS 15 *For Window*. Penafsiran terhadap besarnya koefisien korelasi berpedoman pada penggolongan koefisien adalah sebagai berikut ..

Tabel 3.11
Pedoman untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi

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

Sumber: Sugiyono (2007:184)

Secara statistik, hipotesis yang akan diuji dalam rangka pengambilan keputusan penerimaan atau penolakan hipotesis dapat ditulis sebagai berikut :

Hipotesis Pertama

$H_0 : p \leq 0$, Artinya tidak terdapat pengaruh yang positif antara diferensiasi jasa yang terdiri dari diferensiasi produk, diferensiasi pelayanan, diferensiasi personil, diferensiasi saluran distribusi, dan diferensiasi citra terhadap kepuasan tamu Grand Hotel Preanger Bandung dan Grand Aquila Bandung