

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Objek dalam penelitian ini terdiri dari satu variabel bebas dan satu variabel terikat. Adapun yang menjadi variabel bebas (*independent variable*) dalam penelitian ini adalah Kinerja personil yang meliputi kemampuan dalam berkomunikasi, penampilan karyawan, sikap karyawan, dan kemampuan dalam memberikan layanan, Bukti fisik yang meliputi desain bangunan, seragam karyawan, kelengkapan, keluasan area parkir, atribut, kenyamanan fasilitas tambahan, kebersihan dan keberagaman variasi menu dan Proses pelayanan yang meliputi pemesanan, pelaksanaan dan pasca pelaksanaan *meeting package*. Sedangkan variabel terikatnya (*dependent variable*) adalah perilaku pasca pembelian yang meliputi kepuasan dan loyalitas.

Penelitian ini dilaksanakan di Puncak Pass Resort Jl. Raya Puncak PO BOX 18 Cianjur 43253. Pada penelitian ini, subjek yang menjadi responden adalah tamu/peserta yang mengikuti *meeting package* yang diselenggarakan oleh Puncak Pass Resort. Puncak Pass Resort merupakan resort yang paling tua dan memiliki citra yang baik sehingga Puncak Pass Resort dijadikan tempat untuk melakukan penelitian ini.

Berdasarkan waktu yang dibutuhkan untuk penelitian, maka metode yang digunakan adalah *cross sectional method*, karena penelitian ini dilaksanakan dalam kurun waktu kurang dari satu tahun, yaitu sekitar bulan September 2009

sampai dengan bulan Oktober 2009. *Meeting package* tersebut dapat mewakili *banquet event* lain yang dilakukan oleh Puncak Pass Resort dalam mengetahui perilaku pasca pembelian karena *meeting package* ini paling banyak diminati oleh pelanggan.

3.2 Metode Penelitian

3.2.1 Jenis dan Metode yang digunakan

Setiap penelitian yang akan dilakukan, terlebih dahulu harus ditentukan jenis penelitian dan metode yang akan digunakan, karena dengan menggunakan metode yang tepat suatu penelitian akan lebih mudah dilaksanakan sehingga hasil penelitian tersebut dapat mencapai tujuan dan kegunaannya. Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif dan verifikatif.

Menurut Sugiyono (2008:11) penelitian deskriptif merupakan penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih (*independen*) tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan dengan variabel lain. Tujuan dari penelitian deskriptif adalah membuat deskripsi, gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat, mengenai fakta-fakta, sifat-sifat, serta hubungan antar fenomena yang diselidiki.

Suharsimi Arikunto (2008:8) mengemukakan bahwa, “Penelitian verifikatif pada dasarnya ingin menguji kebenaran pengumpulan data di lapangan.” Berdasarkan jenis penelitian di atas, yaitu penelitian deskriptif dan verifikatif yang dilaksanakan melalui pengumpulan data di lapangan, maka metode penelitian yang digunakan adalah *explanatory survey*. *Explanatory Survey*

adalah suatu survei yang digunakan untuk menjelaskan hubungan kausal antara dua variabel melalui pengujian hipotesis, survei dilakukan dengan cara mengambil sampel dari satu populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpul data. Menurut Kerlinger yang dikutip oleh Sugiyono (2008:7), yang dimaksud dengan metode survei yaitu “Metode penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil, tetapi data yang dipelajari adalah data dari sampel yang diambil dari populasi tersebut, sehingga ditemukan kejadian-kejadian relatif, distribusi, dan hubungan-hubungan antar variabel sosiologis maupun psikologis”.

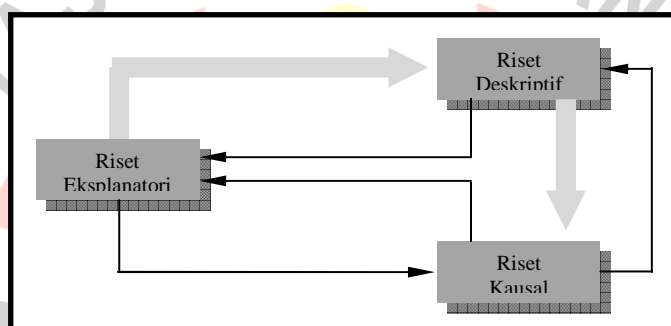
Pada penelitian yang menggunakan metode ini informasi dari sebagian populasi dikumpulkan langsung di tempat kejadian secara empirik dengan tujuan untuk mengetahui pendapat dari sebagian populasi terhadap objek yang sedang diteliti.

3.2.2 Desain Penelitian

Desain penelitian merupakan kerangka kerja atau rencana untuk melakukan studi yang akan digunakan sebagai pedoman dalam mengumpulkan dan menganalisis data. Desain penelitian menjamin bahwa penelitian akan lebih relevan terhadap masalah yang diteliti.

Desain riset dapat diklasifikasikan menjadi beberapa jenis dasar. Salah satu klasifikasi yang sangat berguna adalah dalam konteks tujuan fundamental penelitian. Churchill, Jr (2005: 128) mengklasifikasikan desain penelitian terdiri dari tiga jenis desain penelitian, yakni penelitian eksplanatori, penelitian deskriptif, dan penelitian kausal atau sebab akibat.

Ketiga jenis riset tersebut di atas dapat dipandang sebagai tahap-tahap dalam sebuah proses yang berkelanjutan. Desain eksplanatori digunakan sebagai langkah awal penelitian di mana penekanannya diberikan pada pencarian penjelasan-penjelasan yang mungkin terhadap masalah yang diteliti. Penjelasan-penjelasan yang bersifat sementara yang dihasilkan desain eksplanatori kemudian akan menjadi pedoman spesifik bagi studi deskriptif atau kausal. Keterkaitan ketiga desain penelitian tersebut dapat digambarkan sebagai berikut:



Sumber : Churchill, Jr (2005:130)

Gambar 3.1
Hubungan Desain Riset Penelitian

Penelitian ini sendiri menguji tingkat pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat dimana masalah yang menjadi inti dalam penelitian ini memiliki ketergantungan antara yang satu dengan yang lainnya. Maka desain penelitian yang paling tepat untuk penelitian ini adalah penelitian yang bersifat kausal.

Desain kausalitas bertujuan untuk mendapatkan bukti hubungan sebab akibat antara variabel yang mempengaruhi dan variabel yang dipengaruhi. Seperti yang diungkapkan Suharsimi Arikunto (2008:270) bahwa desain kausalitas bertujuan untuk menemukan ada tidaknya hubungan, besarnya hubungan, dan berarti atau tidaknya hubungan antar variabel. Dalam penelitian ini, personil, bukti

fisik dan proses pelayanan mempengaruhi atau menyebabkan perubahan pada perilaku pasca pembelian.

3.2.3 Operasionalisasi Variabel

Penelitian ini membahas empat variabel yaitu variabel kinerja personil, bukti fisik dan proses pelayanan sebagai variabel bebas (*independent variable*) dan perilaku pasca pembelian sebagai variabel terikat (*dependent variable*). Adapun untuk persiapan pengolahan data, maka dibuat panduan operasionalisasi variabel, yang di dalamnya memuat variabel X yang terdiri dari 3 variabel X yaitu kinerja personil yang meliputi kemampuan dalam berkomunikasi, penampilan karyawan, sikap karyawan, dan kemampuan dalam memberikan layanan, bukti fisik yang meliputi desain bangunan, seragam karyawan, kelengkapan, keluasan area parkir, atribut, kenyamanan fasilitas tambahan, kebersihan dan keberagaman variasi menu dan proses pelayanan yang meliputi pemesanan, pelaksanaan dan pasca pelaksanaan *meeting package* dan variabel Y yaitu perilaku pasca pembelian yang terdiri dari kepuasan dan loyalitas yang dapat dijadikan sebagai acuan kuesioner beserta indikator-indikator yang terkait.

Kuesioner diberikan kepada subjek penelitian yaitu perwakilan peserta yang mengikuti *meeting package* yang diselenggarakan oleh Puncak Pass Resort. Pemberian kuesioner diberikan kepada masing-masing pelanggan yang sudah mengikuti *meeting package* tersebut dengan format kuesioner yang sama, sesuai dengan jumlah tehnik penarikan sampel yang telah dihitung.

Sebagai acuan/bahan dasar pembuatan kuesioner dalam melaksanakan penelitian, maka dibuat operasionalisasi variabel yang terdiri dari instrumen-instrumen penelitian yang terkait seperti yang dijelaskan pada Tabel 3.1 di bawah ini :

Tabel 3.1
Operasionalisasi Variabel

Variabel	Konsep	Sub Variabel	Indikator	Ukuran	Skala
Kinerja Personil (X₁)	Ratih Hurriyati (2008:62) <i>People</i> adalah “semua pelaku yang memainkan peranan dalam penyajian jasa sehingga dapat mempengaruhi persepsi pembeli”		Kemampuan dalam berkomunikasi	• Tingkat kemampuan komunikasi verbal	Ordinal
				• Tingkat kejelasan informasi yang diberikan	Ordinal
				• Tingkat ketepatan karyawan dalam menyampaikan informasi	Ordinal
			Penampilan karyawan	• Tingkat kerapuhan karyawan	Ordinal
				Sikap Karyawan	• Tingkat kesopanan karyawan
			• Tingkat keramahan karyawan		Ordinal
Bukti fisik (X₂)	Menurut Zeithaml dan Bitner dalam Yazid (2005:20) Bukti fisik adalah lingkungan fisik dimana jasa disampaikan dan dimana perusahaan dan konsumennya berinteraksi, serta setiap komponen <i>tangible</i> memfasilitasi penampilan atau komunikasi jasa tersebut.		Desain Eksterior dan Interior Bangunan Hotel	• Tingkat daya tarik desain bangunan hotel	Ordinal
				• Tingkat daya tarik desain loby	Ordinal
				• Tingkat daya tarik desain kamar tidur	Ordinal
				• Tingkat daya tarik desain ruangan <i>meeting</i>	Ordinal
				• Tingkat daya tarik desain restaurant	Ordinal
				• Tingkat daya tarik seragam karyawan	Ordinal
			Seragam Karyawan	• Tingkat keserasian seragam karyawan	Ordinal
				Kelengkapan yang disediakan	• Tingkat kelengkapan seminar kit yang disediakan
			• Tingkat kelengkapan ruangan <i>meeting</i>		Ordinal
			• Tingkat kelengkapan kamar tidur		Ordinal
			Keluasan area parkir	• Tingkat keluasan area parkir	Ordinal
			Atribut Hotel	• Tingkat kemenarikan logo hotel	Ordinal

Tabel 3.1
Operasionalisasi Variabel (Lanjutan)

Variabel	Konsep	Sub Variabel	Indikator	Ukuran	Skala			
			Kenyamanan fasilitas tambahan	<ul style="list-style-type: none"> •Tingkat Kenyamanan toilet •Tingkat kenyamanan restaurant 	Ordinal			
			Kebersihan area hotel	<ul style="list-style-type: none"> •Tingkat kenyamanan kamar tidur •Tingkat kebersihan toilet 	Ordinal			
				<ul style="list-style-type: none"> •Tingkat kebersihan ruangan meeting •Tingkat kebersihan kamar tidur 	Ordinal			
				<ul style="list-style-type: none"> •Tingkat Variasi menu meeting yang ditawarkan •Tingkat Kelezatan rasa menu meeting 	Ordinal			
			Proses pelayanan (X ₃)	Proses menurut Zeithaml dan Bitner (2000:20) adalah adalah semua prosedur aktual, mekanisme, dan aliran aktivitas yang digunakan untuk menyampaikan jasa..		Pemesanan <i>Meeting package</i>	<ul style="list-style-type: none"> •Tingkat Kemudahan memahami prosedur •Tingkat kecepatan pemesanan 	Ordinal
						Pelaksanaan <i>meeting package</i>	<ul style="list-style-type: none"> •Tingkat kesesuaian pemesanan dengan pelaksanaan •Tingkat kemudahan akses menuju ruangan <i>meeting</i> 	Ordinal
<ul style="list-style-type: none"> •Tingkat pengaturan jarak antara mimbar dan <i>audience</i> •Tingkat pengaturan jarak antara <i>audience</i> dan <i>audience</i> lainnya 	Ordinal							
<ul style="list-style-type: none"> •Tingkat kemudahan untuk memberikan keluhan •Tingkat kemudahan untuk memberikan saran dan kritik 	Ordinal							
Perilaku Pasca Pembelian (Y)		Kepuasan Pelanggan				Kepuasan terhadap kinerja produk	•Tingkat kepuasan terhadap kinerja produk	Ordinal
						Kepuasan terhadap citra yang dibentuk	•Tingkat kepuasan terhadap citra yang dibentuk	Ordinal
			Kepuasan terhadap nilai yang didapat	•Tingkat kepuasan terhadap nilai yang didapat	Ordinal			
			Kepuasan terhadap kinerja perusahaan dan karyawan	•Tingkat kepuasan terhadap kinerja perusahaan dan karyawan	Ordinal			
		Loyalitas Konsumen	Penolakan terhadap produk pesaing	•Tingkat penolakan terhadap produk pesaing	Ordinal			
			Penggunaan ulang	•Tingkat Penggunaan ulang	Ordinal			
			Rekomendasi terhadap orang lain	•Tingkat rekomendasi terhadap orang lain melalui pemberian saran	Ordinal			
			Pembelian ulang produk	•Tingkat kemungkinan pembelian ulang produk	Ordinal			
			Kekebalan terhadap daya tarik produk sejenis dari pesaing	•Tingkat kekebalan terhadap daya tarik produk sejenis dari pesaing	Ordinal			

3.2.4 Sumber Data, Tehnik dan Alat Pengumpulan Data

3.2.4.1 Sumber Data

Sumber data adalah segala sesuatu yang dapat memberikan keterangan tentang data. Berdasarkan jenis dan sumbernya data dibedakan menjadi dua, yaitu primer dan data sekunder.

1. Data primer adalah data yang diperoleh dari hasil penelitian langsung secara empirik kepada pelaku langsung atau yang terlibat langsung dengan menggunakan teknik pengumpulan data tertentu (Husein Umar, 2002:64).
2. Data sekunder adalah data yang diperoleh dari pihak lain atau hasil penelitian pihak lain atau data yang sudah tersedia sebelumnya diperoleh dari pihak lain yang berasal dari buku-buku, literatur, artikel dan ilmiah-ilmiah (Husein Umar, 2002:84). Saat ini data sekunder dapat diperoleh dari data yang diperoleh dari pihak lain dan sumber umum seperti buku, internet, majalah, surat kabar dan jurnal.

Untuk lebih jelasnya mengenai data dan sumber data yang digunakan dalam penelitian, maka peneliti mengumpulkan dan menyajikan dalam Tabel 3.2 berikut ini:

Tabel 3.2
Jenis dan Sumber Data

Jenis Data	Kategori Data	Sumber Data
Statistik Kunjungan Wisatawan di Indonesia 2001 - 2008	Sekunder	www.budpar.go.id
Banyaknya Akomodasi, Rata-Rata Pekerja, dan Pengunjung Per Hari Berdasarkan Provinsi, Tahun 2008	Sekunder	www.budpar.go.id
Tingkat Penghunian Kamar di 14 Provinsi Tahun 2008	Sekunder	www.budpar.go.id
Data Objek dan Daya Tarik Wisata di Kabupaten Cianjur Tahun 2009	Sekunder	Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Cianjur
Data Hotel Berbintang di Cianjur Tahun 2009	Sekunder	Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Cianjur
Grafik Penyewaan Kamar Puncak Pass Resort	Sekunder	Puncak Pass Resort
Jumlah Penyewaan Kamar Puncak Pass Resort Periode 2003-2008	Sekunder	Puncak Pass Resort
Grafik Pendapatan Puncak Pass Resort	Sekunder	Puncak Pass Resort
Daftar Banquet Event PPR Tahun 2009	Sekunder	Puncak Pass Resort
Tanggapan pelanggan terhadap kinerja personil <i>meeting package</i> Puncak Pass Cianjur	Primer	Para peserta meeting package Puncak Pass Resort
Tanggapan pelanggan terhadap bukti fisik <i>meeting package</i> Puncak Pass Cianjur	Primer	Para peserta meeting package Puncak Pass Resort
Tanggapan pelanggan terhadap proses pelayanan <i>meeting package</i> Puncak Pass Cianjur	Primer	Para peserta meeting package Puncak Pass Resort
Tanggapan pelanggan terhadap perilaku pasca pembelian <i>meeting package</i> Puncak Pass Rseort	Primer	Para peserta meeting package Puncak Pass Resort

3.2.4.2 Teknik dan Alat Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini penulis menggunakan beberapa cara yaitu:

1. Studi Kepustakaan, yaitu pengumpulan data yang bersumber dari berbagai buku, majalah ilmiah, guna memperoleh informasi yang berhubungan dengan teori-teori dan konsep-konsep yang berkaitan dengan masalah penelitian.
2. Observasi, yaitu mengamati kegiatan perusahaan yang berhubungan dengan masalah yang diteliti.
3. Melalui internet, untuk memperoleh informasi yang berhubungan dengan masalah penelitian.

4. Kuesioner, yaitu melakukan penyebaran kuesioner yang didalamnya terdapat daftar pertanyaan tertulis kepada responden (*sample* penelitian).

Adapun langkah-langkah penyusunan kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini didasarkan pada pedoman perancangan kuesioner yang dikemukakan oleh Malhotra (2005:325) sebagai berikut:

1. Menentukan informasi yang dibutuhkan.
2. Menentukan teknik pengelolaan kuesioner yang akan digunakan.
3. Menentukan nilai masing-masing jawaban. Penelitian ini, setiap jawaban diberi nilai berdasarkan skala ordinal. Nilai tersebut direpresentasikan ke alternatif jawaban yang didasarkan pada pedoman konfigurasi skala Likert
4. Merancang pertanyaan untuk mengatasi ketidakmampuan dan ketidaksediaan responden menjawab.
5. Membuat keputusan mengenai struktur pertanyaan.
6. Menentukan susunan kata dari pertanyaan.
7. Mengurutkan pertanyaan dalam urutan yang sesuai.
8. Mengidentifikasi bentuk dan *layout*.
9. Memperbanyak kuesioner.
10. Uji coba kuesioner.

3.2.5 Populasi, Sampel, dan Teknik Penarikan Sampel

3.2.5.1 Populasi

Sugiyono (2008:72) mengemukakan definisi populasi adalah “wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan

karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.” Secara singkatnya Riduwan (2008:55) mengungkapkan populasi adalah “keseluruhan karakteristik atau unit hasil pengukuran yang menjadi objek penelitian.”

Penelitian ini mengambil populasi tidak keseluruhan konsumen Puncak Pass Resort, tetapi dibatasi pada pelanggan Puncak Pass Resort yang mengikuti *meeting package*. Populasi tersebut dijelaskan Tabel 3.3 sebagai berikut:

Tabel 3.3
Populasi Pelanggan *Meeting Package* Puncak Pass Resort 2009

Bulan	Perusahaan Pengguna <i>Meeting Package</i> Puncak Pass Resort	Jumlah Peserta <i>Meeting Package</i> Puncak Pass Resort
Januari	GARUDA FOOD	37
Februari	TELKOMSEL	30
	DEPT KALAUTAN DAN PERIKANAN	10
Maret	SUMBER ALFARIA TRIJAYA	28
	SAVE THE CHILDREN	35
	SURVEYOR INDONESIA	10
	DIKNAS SIMKEU	16
April	PT TIFICO	29
	PT. NASIO KARYA PRATAMA	14
Mei	PT. LOTTE	49
	PT. GOLDEN NUSA	20
	DEPT. PERTANIAN	63
	PERUSAHAAN GAS NEGARA	16
Juni	PT. NASIO KARYA PRATAMA	14
Juli	PT. SUMBER ALFARIAN TRIJAYA	25
	UNIVERSITAS MUHAMMADYAH JAKARTA	30
	UPTK KECAMATAN BOJONG GEDE	50
Agustus	INDORACK MULTIKREASI	30
	PT. KAO	20
	PT. PACCESS SUPPLY CHAIN SOLUTIONS	30
	WAHANA LINGKUNGAN HIDUP	15
Total	23 Perusahaan	620 Peserta

Sumber : Juni, 2009 Manager sales Puncak Pass Resort

3.2.5.2 Sampel

Berdasarkan Tabel 3.3 diketahui bahwa populasi pada penelitian ini terdiri dari 23 perusahaan pengguna *meeting package* dengan jumlah peserta sebanyak 620 orang. Agar penelitian ini lebih efektif maka penelitian ini hanya meneliti sebagian jumlah populasi penelitian. Dalam menentukan ukuran sampel dalam penelitian ini digunakan rumus Sampel Slovin yaitu:

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

Sumber: Husein Umar (2002:141)

Dengan : n = ukuran sampel
 N = ukuran populasi
 E = presentase kelonggaran ketelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditolelir. ($e = 0.1$)

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

$$n = \frac{23}{1 + 23(0,1)^2}$$

$$n = 18,699 \approx 19 \text{ perusahaan}$$

Berdasarkan perhitungan di atas, dapat diketahui bahwa jumlah sampel yang akan diteliti adalah sebanyak 19 perusahaan. Agar sampel yang digunakan lebih *representative* dan untuk menjaga keakuratan data, penelitian ini dilakukan selama dua bulan, maka sampel yang diambil untuk penelitian ini terdiri dari $19/8 \times 2 = 4$ perusahaan.

Berdasarkan Tabel 3.3 diketahui bahwa populasi pada penelitian ini terdiri dari 620 peserta. Jumlah sampel peserta *meeting package* berdasarkan rumus Sampel Slovin diperoleh sebagai berikut yaitu:

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

$$n = \frac{620}{1 + 620(0,1)^2}$$

$$n = 86,11111111 \approx 86$$

Berdasarkan perhitungan di atas, dapat diketahui bahwa jumlah sampel yang akan diteliti adalah sebanyak 86 orang responden. Agar sampel yang digunakan lebih *representative* dan untuk menjaga keakuratan data, maka jumlah sampel yang ditarik adalah sebesar 90 responden.

3.2.5.3 Teknik Penarikan Sampel

Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *systematic random sampling*. *Systematic random sampling* menurut Rianse (2008:199) adalah “Teknik penarikan sampel, di mana hanya unsur pertama saja dari sampel dipilih secara acak, sedangkan unsur-unsur selanjutnya dipilih secara sistematis menurut suatu pola tertentu.”. *Systematic random sampling* merupakan teknik yang paling tepat untuk penelitian ini karena menurut Al Rasyid (2000:66) *systematic random sampling* mempunyai keuntungan yaitu standar eror lebih sedikit dan mudah dilakukan. Menurut Rianse (2008:199) kesalahan sampel (*sampling error*) yang kecil disebabkan anggota sampel memencar secara merata di seluruh populasi. Tujuan dari teknik penarikan sample *systematic random*

sampling adalah agar anggota populasi memiliki peluang yang sama untuk dipilih menjadi anggota sampel, dan untuk mempermudah peneliti mengambil sampel yang diteliti. Dalam penelitian ini sampel yang diambil merupakan sample bergerak, artinya sampel satu hingga sembilan puluh memiliki kemungkinan merupakan pembeli yang berbeda, meskipun tidak menutup kemungkinan merupakan pembeli yang sama.

Systematic random sampling dalam penelitian ini dilakukan dengan langkah-langkah sebagai berikut:

1. Menentukan populasi sasaran, dalam penelitian ini yang menjadi populasi sasaran adalah seluruh peserta *meeting package* yang telah melakukan *meeting package* di Puncak Pass Resort
2. Menentukan sebuah tempat tertentu sebagai checkpoint, dalam penelitian ini yang menjadi tempat checkpoint adalah kamar tidur tempat peserta *meeting package* menginap
3. Menentukan waktu yang akan digunakan untuk menentukan sampling, dalam penelitian ini waktu yang digunakan oleh peneliti selama 2 bulan.
4. Menentukan ukuran sampel (n) yang akan diambil dari keseluruhan anggota populasi (N), berdasarkan rumus Slovin maka sampelnya berukuran 90 orang.
5. Data ini selanjutnya digunakan untuk menentukan interval pemilihan pertama dengan menggunakan rumus $n = \frac{N}{1 + Ne^2}$. Setelah diketahui interval, maka penyebaran angket dilakukan secara sistematis.

Tabel 3.4
Penyebaran Proporsi Sampel

Nama Perusahaan	Jumlah Populasi	Sampel	Jumlah
PT.KAO	23	23/153x90	14orang
PT. Sumber Alfarian Trijaya	30	30/153x90	18 orang
Bank DKI	50	50/153x90	29 orang
Megalife	50	50/153x90	29 orang
Jumlah	153		90 orang

3.2.6 Validitas, Reabilitas dan Hasil Pengujian

3.2.6.1 Pengujian Validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat keandalan atau kesahihan suatu alat ukur (instrumen). Instrumen yang valid memiliki validitas atau tingkat kesalahan yang tinggi, sebaliknya instrumen yang kurang valid memiliki validitas atau tingkat kesahihan yang rendah.

Untuk menentukan kevalidan dari item kuesioner digunakan metode koefisien korelasi *Product Moment Pearson* yaitu dengan mengkorelasikan skor total yang dihasilkan oleh masing-masing responden (Y) dengan skor masing-masing item (X) dengan rumus:

$$r = \frac{n(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{n(\sum X^2) - (\sum X)^2\}\{n(\sum Y^2) - (\sum Y)^2\}}} \quad (\text{Suharsimi Arikunto, 2008:146})$$

Dimana :

r = Koefisien validitas item yang dicari

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

ΣX^2 = Jumlah kuadrat dalam skor distribusi X

ΣY^2 = Jumlah kuadrat dalam skor distribusi Y

n = Banyaknya responden

Langkah-langkah yang dilakukan dalam uji validitas instrumen angket tersebut adalah sebagai berikut :

- 1) Memberikan nomor pada angket yang masuk.
- 2) Memberikan skor pada setiap item sesuai dengan bobot yang telah ditentukan, yakni dengan menggunakan kategori 5 Skala Likert.
- 3) Membuat tabel untuk mendapatkan harga Σxy , Σx^2 , dan Σy^2 , sesuai dengan rumus diatas, dengan mengikuti langkah-langkah sebagai berikut :
 - a) Meng-*input* data skor setiap item angket
 - b) Menghitung harga Σx^2 , dengan mengikuti langkah-langkah sebagai berikut:
 - (1) Menghitung mean untuk setiap item angket.
 - (2) Mengurangkan skor tiap item dengan mean tiap item, sehingga diperoleh harga x.
 - (3) Mengkuadratkan harga x untuk tiap-tiap item, sehingga mendapatkan harga x^2 .
 - (4) Menjumlahkan harga x^2 , sehingga diperoleh harga Σx^2 .
 - c) Menghitung harga Σy^2 , dengan mengikuti langkah-langkah sebagai berikut:

- (1) Menjumlahkan skor setiap responden, sehingga mendapatkan skor total untuk tiap responden.
 - (2) Menghitung mean skor total.
 - (3) Mengurangkan skor total tiap-tiap responden dengan mean skor total, sehingga diperoleh harga y .
 - (4) Mengkuadratkan harga y tiap-tiap responden sehingga mendapatkan harga y^2 .
 - (5) Menjumlahkan harga y^2 , sehingga diperoleh harga $\sum y^2$.
- d) Menghitung harga $\sum xy$, dengan mengikuti langkah-langkah sebagai berikut:
- (1) Mengalikan harga x untuk setiap item angket dengan harga y , sehingga mendapatkan harga xy .
 - (2) Menjumlahkan harga xy , sehingga mendapatkan harga $\sum xy$.
 - (3) Mensubstitusikan harga-harga $\sum xy$, $\sum x^2$, dan $\sum y^2$ ke dalam rumus, sehingga diperoleh harga r_{xy} untuk tiap-tiap item angket.
 - (4) Mengkonsultasikan harga r_{xy} dengan kriteria pengujian validitas.
- 4) Menghitung Uji-t dengan rumus :

$$t = r_s \sqrt{\frac{N-2}{1-r_s^2}}$$

(Riduwan, 2008:110)

Keterangan :

t = Nilai t_{hitung}

r = Koefisien Korelasi hasil r_{hitung}

n = Jumlah Responden

distribusi (Tabel t) untuk $\alpha = 0,05$ dan derajat kebebasan ($dk = n-2$).

5) Keputusan pengujian validitas instrumen :

Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, berarti item instrumen penelitian dianggap layak (valid)

Jika $t_{hitung} \leq t_{tabel}$, berarti item instrumen penelitian dianggap tidak valid.

3.2.6.2 Uji Reliabilitas

Instrumen penelitian di samping harus *valid*, juga harus dapat dipercaya (*reliabel*). Oleh karena itu digunakan uji reliabilitas yang gunanya untuk mengetahui ketepatan nilai kuesioner, artinya instrumen penelitian bila diujikan pada kelompok yang sama walaupun pada waktu yang berbeda hasilnya akan sama.

Koefisien *Alpha Cronbach* ($C\alpha$) merupakan statistik yang paling umum digunakan untuk menguji reliabilitas suatu instrumen penelitian. Suatu instrumen penelitian diindikasikan memiliki tingkat reliabilitas memadai jika koefisien *alpha Cronbach* lebih besar atau sama dengan 0,70.

$$rC\alpha = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum S_i^2}{\sum S_t^2} \right]$$

(Suharsimi Arikunto, 2008:171)

Keterangan :

$C\alpha$ = reliabilitas angket

k = banyak item angket

$\sum S_i^2$ = jumlah varians item

S_t^2 = varians total

Langkah-langkah pengujian dengan menggunakan rumus tersebut adalah sebagai berikut :

- 1) Membuat daftar distribusi nilai untuk setiap item angket dengan langkah-langkah sebagai berikut :
 - a) Memberikan nomor pada angket yang masuk.
 - b) Memberikan nomor pada setiap item sesuai dengan bobot yang telah ditentukan yakni kategori 5 Skala Likert.
 - c) Menjumlahkan skor untuk setiap responden dan kemudian jumlah skor tersebut dikuadratkan.
 - d) Menjumlahkan skor yang ada pada setiap item dari setiap jawaban yang diberikan responden. Total dari setiap jumlah skor setiap item harus sama dengan total skor dari setiap responden.
 - e) Mengkuadratkan skor-skor jawaban dari tiap-tiap responden untuk setiap item, dan kemudian menjumlahkannya.
- 2) Menghitung koefisien r untuk uji reliabilitas dengan menggunakan rumus alpha, dengan memperhatikan ketentuan sebagai berikut :
 - a) Untuk mendapatkan koefisien reliabilitas instrumen terlebih dahulu setiap item tersebut dijumlahkan untuk mendapatkan jumlah varians item $\sum S_i^2$ dengan rumus sebagai berikut :

$$S_i^2 = \frac{\sum X^2 - \frac{(\sum X)^2}{N}}{N}$$

(Suharsimi Arikunto, 2008:160)

Keterangan :

S_i^2 = harga varians tiap item

$\sum X^2$ = jumlah kuadrat skor jawaban responden tiap item

$(\sum X)^2$ = kuadrat skor seluruh responden dari setiap item

N = jumlah responden

- b) Langkah selanjutnya adalah melakukan perhitungan untuk mendapatkan varians total (S_t^2) dengan rumus sebagai berikut :

$$S_t^2 = \frac{\sum Y^2 - \frac{(\sum Y)^2}{N}}{N} \quad (\text{Suharsimi Arikunto, 2008:160})$$

Keterangan :

S_t^2 = harga varians total

$\sum Y^2$ = jumlah kuadrat skor total

$(\sum Y)^2$ = jumlah kuadrat dari jumlah skor total

N = jumlah responden

- 3) Keputusan pengujian reliabilitas instrumen :

$C\alpha < 0,70$: instrumen penelitian tidak reliabel

$C\alpha > 0,70$: instrumen penelitian reliabel

Keterangan : 0,70 merupakan standar minimal reliabilitas instrumen penelitian yang dikemukakan oleh Gujarati (2003:88).

3.2.6.3 Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian

1. Hasil Pengujian Validitas

Pengujian validitas instrumen dalam penelitian ini dilakukan pada setiap item pertanyaan, yang terdiri dari 45 item. Hasil pengujian validitas instrumen untuk setiap item pertanyaan dalam penelitian ini diperlihatkan pada Tabel 3.5.

Tabel 3.5
Hasil Pengujian Validitas Instrumen Penelitian

Variabel	No. Item	Pertanyaan	r_{hitung}	$r_{i(x-i)}$	r_{tabel}	Ket
Kinerja Personil (X_1)						
Kemampuan dalam Berkomunikasi	1	Kemampuan dalam komunikasi verbal	0,824	0,760	0,213	Valid
	2	Informasi yang diberikan	0,718	0,595	0,213	Valid
	3	Karyawan dalam menyampaikan informasi	0,745	0,661	0,213	Valid
Penampilan Karyawan	4	Kerapihan karyawan	0,628	0,504	0,213	Valid
Sikap Karyawan	5	Kesopanan Karyawan	0,811	0,737	0,213	Valid
	6	Keramahan Karyawan	0,654	0,570	0,213	Valid
Kemampuan memberikan layanan	7	Karyawan saat anda memerlukan bantuan	0,787	0,702	0,213	Valid
	8	Karyawan menjalankan tugasnya sesuai bidang keahlian	0,679	0,554	0,213	Valid
Kinerja Bukti Fisik (X_2)						
Desain Bangunan	9	Daya tarik bangunan Puncak Pass Resort	0,500	0,442	0,213	Valid
	10	Daya tarik lobby	0,643	0,588	0,213	Valid
	11	Daya tarik kamar tidur	0,611	0,547	0,213	Valid
	12	Daya tarik restaurant	0,473	0,410	0,213	Valid
	13	Daya tarik ruangan <i>meeting</i>	0,590	0,529	0,213	Valid
Seragam Karyawan	14	Daya tarik seragam karyawan	0,750	0,694	0,213	Valid
	15	Keserasian seragam karyawan	0,560	0,491	0,213	Valid
Kelengkapan yang disediakan	16	Kelengkapan seminar kit	0,740	0,683	0,213	Valid
	17	Kelengkapan kamar tidur	0,438	0,372	0,213	Valid
	18	Kelengkapan ruangan <i>meeting</i>	0,309	0,235	0,213	Valid
Keluasan area parkir	19	Area parkir yang disediakan	0,474	0,409	0,213	Valid
Atribut	20	Logo Puncak Pass Resort	0,580	0,501	0,213	Valid
Kenyamanan Fasilitas Tambahan	21	Kenyamanan toilet	0,575	0,501	0,213	Valid
	22	Kenyamanan kamar tidur	0,595	0,520	0,213	Valid
	23	Kenyamanan ruangan <i>meeting</i>	0,551	0,495	0,213	Valid
Kebersihan	24	Kebersihan toilet	0,615	0,564	0,213	Valid
	25	Kebersihan kamar tidur	0,533	0,479	0,213	Valid
	26	Kebersihan restaurant	0,430	0,363	0,213	Valid
	27	Kebersihan ruangan <i>meeting</i>	0,555	0,499	0,213	Valid
Keberagaman Variasi Menu <i>Meeting</i>	28	Variasi menu <i>meeting</i> yang ditawarkan	0,430	0,364	0,213	Valid
	29	Kelezatan rasa menu <i>meeting</i>	0,388	0,320	0,213	Valid

Tabel 3.5
Hasil Pengujian Validitas Instrumen Penelitian (Lanjutan)

Variabel	No. Item	Pertanyaan	r_{hitung}	$r_{i(x-i)}$	r_{tabel}	Ket
Kinerja Proses Pelayanan (X_3)						
Pemesanan <i>Meeting Package</i>	30	Kemudahan memahami prosedur <i>meeting package</i>	0,666	0,569	0,213	Valid
	31	Kecepatan pemesanan <i>meeting package</i>	0,638	0,527	0,213	Valid
Pelaksanaan <i>Meeting Package</i>	32	Kesesuaian pemesanan dengan pelaksanaan <i>meeting</i>	0,705	0,607	0,213	Valid
	33	Kemudahan akses menuju ruangan <i>meeting</i>	0,697	0,577	0,213	Valid
	34	Pengaturan jarak antara mimbar dengan <i>audience</i>	0,696	0,597	0,213	Valid
	35	Pengaturan jarak antara <i>audience</i> dengan <i>audience</i> lainnya	0,705	0,579	0,213	Valid
Pasca Pelaksanaan <i>Meeting Package</i>	36	Kemudahan untuk memberikan saran dan kritik	0,749	0,632	0,213	Valid
	37	Kemudahan untuk memberikan keluhan	0,752	0,654	0,213	Valid
Perilaku Pasca Pembelian (Y)						
Kepuasan Pelanggan	38	Pelayanan <i>meeting package</i> yang diberikan	0,562	0,399	0,213	Valid
	39	Fasilitas yang diberikan	0,666	0,530	0,213	Valid
	40	Citra Puncak Pass Resort	0,638	0,473	0,213	Valid
	41	Kinerja perusahaan dan karyawan Puncak Pass Resort	0,698	0,568	0,213	Valid
Loyalitas Konsumen	42	Penolakan terhadap produk pesaing Puncak Pass Resort	0,506	0,321	0,213	Valid
	43	Anda menginap dan melakukan aktivitas di Puncak Pass Resort lebih dari 1 kali	0,639	0,518	0,213	Valid
	44	Anda melakukan rekomendasi untuk menginap dan melakukan aktivitas bisnis di Puncak Pass Resort	0,627	0,484	0,213	Valid
	45	Anda menyarankan kepada orang lain untuk menginap dan melakukan aktivitas bisnis di Puncak Pass Resort	0,655	0,520	0,213	Valid

Sumber: Pengolahan data 2009

Pengujian validitas instrumen dalam penelitian ini dilakukan terhadap 90 pelanggan bisnis dengan tingkat signifikansi 5% dan derajat kebebasan (df) $n-2-1$ atau $(90-2-1=87)$, sehingga diperoleh nilai r_{tabel} sebesar 0,213. Dengan demikian, dapat diketahui bahwa setiap item pertanyaan dalam kuesioner dapat dikatakan valid, karena setiap item pertanyaan memiliki $r_{i(x-i)}$ hitung lebih besar daripada r_{tabel} ($r_{i(x-i)} > r_{tabel}$). Artinya, pertanyaan-pertanyaan dalam kuesioner dapat dijadikan alat ukur apa yang hendak diukur.

2. Hasil Pengujian Reabilitas

Pengujian reliabilitas instrumen penelitian dilakukan pada setiap variabel, yakni Personil (X_1), Bukti Fisik (X_2), Proses Pelayanan (X_3), dan Perilaku Pasca Pembelian (Y). Hasil pengujian reliabilitas instrumen untuk setiap variabel dalam penelitian ini diperlihatkan pada Tabel 3.6.

Tabel 3.6
Hasil Pengujian Reliabilitas Instrumen Penelitian

No	Variabel	$C\alpha_{hitung}$	$C\alpha_{minimal}$	Keterangan
1	Kinerja Personil (X_1)	0.872	0.70	Reliabel
2	Kinerja Bukti Fisik (X_2)	0.882	0.70	Reliabel
3	Kinerja Proses Pelayanan (X_3)	0.851	0.70	Reliabel
4	Perilaku Pasca Pembelian (Y)	0.773	0.70	Reliabel

Sumber: Hasil pengolahan data 2008

Pengujian reliabilitas instrumen dalam penelitian ini dilakukan terhadap 90 orang pelanggan bisnis dengan tingkat signifikansi 5% dan derajat (df) $n-2-1$ atau $(90-2-1=87)$, sehingga diperoleh nilai $C\alpha$ masing-masing variabel lebih besar dari $C\alpha_{minimal}$ menurut ketentuan yang dikemukakan oleh Hair, Anderson, Tatham & Black (1998:88), atau dengan kata lain $C\alpha_{hitung} > 0,70$.

3.2.7 Teknik 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.

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 prosentase 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. Adapun metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif dan verivikatif.

3.2.7.1 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. Analisis deskriptif bertujuan mengubah kumpulan data mentah menjadi mudah dipahami dalam bentuk informasi yang lebih ringkas.

Analisis deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan variabel-variabel penelitian, antara lain:

1. Kinerja Personil yang dilakukan oleh Puncak Pass Resort dalam program *meeting package* yang terdiri dari dimensi keramahan, kejelasan informasi, kemampuan dalam memberikan layanan dan keahlian dalam berkomunikasi
2. Kinerja Bukti fisik yang dilakukan oleh Puncak Pass Resort dalam program *meeting package* yang terdiri dari dimensi bukti fisik hotel dan bukti fisik *meeting package*.
3. Kinerja Proses pelayanan yang dilakukan oleh Puncak Pass Resort dalam program *meeting package* yang terdiri dari dimensi kemudahan, kecepatan, dan kemampuan melayani keluhan.
4. Perilaku pasca pembelian yang dilakukan oleh Puncak Pass Resort dalam program *meeting package* yang terdiri dari dimensi kepuasan dan loyalitas

3.2.7.2 Analisis Verifikatif Menggunakan Analisis Jalur

Pengujian hipotesis bertujuan untuk menguji nilai hipotesis suatu variabel. Melalui analisis ini dapat diketahui pengaruh antara satu variabel dengan variabel lainnya. Sehingga dalam penelitian ini dapat diketahui:

- a) Pengaruh kinerja personil terhadap perilaku pasca pembelian program *meeting package*
- b) Pengaruh kinerja bukti fisik terhadap perilaku pasca pembelian program *meeting package*
- c) Pengaruh kinerja proses pelayanan terhadap perilaku pasca pembelian program *meeting package*
- d) Pengaruh kinerja personil, bukti fisik dan proses pelayanan terhadap perilaku pasca pembelian program *meeting package*

Proses menguji hipotesis di mana metode analisis yang digunakan dalam penelitian kuantitatif ini adalah metode analisis verifikatif, maka dilakukan analisis jalur (*analisis path*). Analisis jalur digunakan untuk menentukan besarnya pengaruh variabel independen (X_1 , X_2 , X_3) terhadap Y baik secara langsung maupun tidak langsung. Untuk memenuhi persyaratan digunakan nya metode analisis jalur, maka sekurang-kurangnya data yang diperoleh adalah data interval.

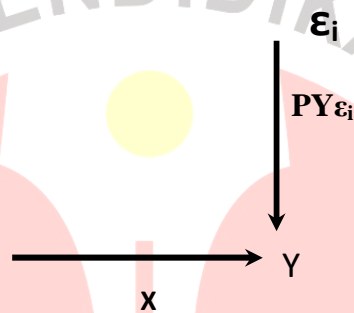
Penelitian ini penulis mengemukakan hipotesis sebagai berikut

1. Personil berpengaruh terhadap perilaku pasca pembelian pada program *meeting package*
2. Bukti fisik berpengaruh terhadap perilaku pasca pembelian pada program *meeting package*

3. Proses pelayanan berpengaruh terhadap perilaku pasca pembelian pada program *meeting package*
4. Personil, Bukti fisik, Proses pelayanan berpengaruh terhadap perilaku pasca pembelian pada program *meeting package* secara simultan maupun parsial.

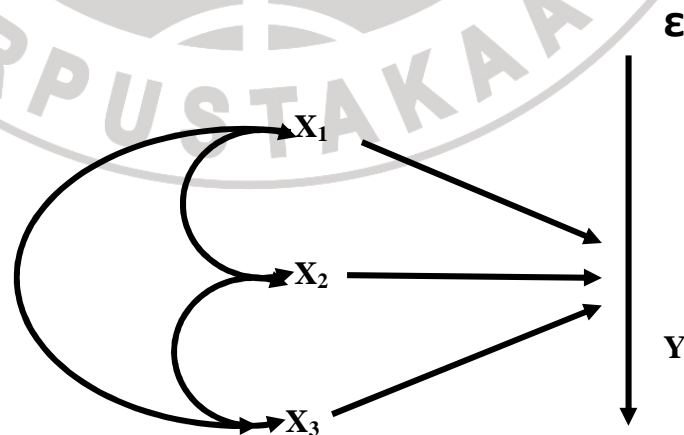
Pengujian hipotesis dilakukan dengan langkah-langkah sebagai berikut:

- 1) Menggambar struktur jalur hipotesis



Gambar 3.2
Diagram Jalur Hipotesis

- 2) Selanjutnya diagram hipotesis di atas diterjemahkan ke dalam beberapa sub hipotesis yang menyatakan pengaruh sub variabel independen yang paling dominan terhadap variabel dependen. Lebih jelasnya dapat dilihat pada Gambar 3.4 berikut:



Gambar 3.3
Diagram Jalur Sub Struktur Hipotesis

Keterangan Gambar 3.4 :

- X₁ = Personil
- X₂ = Bukti fisik
- X₃ = Proses pelayanan
- ε = Epsilon (Variabel sisa)

3) Menghitung Matriks korelasi antar variabel bebas:

$$R = \begin{matrix} & \begin{matrix} X1 & X2 & X3 \end{matrix} \\ \begin{matrix} 1 & r_{X1X2} & r_{X3X1} \\ & 1 & r_{X3X2} \\ & & 1 \end{matrix} \end{matrix}$$

4) Identifikasi persamaan sub struktur hipotesis

Menghitung matriks invers korelasi:

$$R^{-1} = \begin{matrix} & \begin{matrix} X1 & X2 & X3 \end{matrix} \\ \begin{matrix} C1.1 & C1.2 & C1.3 \\ & C2.2 & C2.3 \\ & & C3.3 \end{matrix} \end{matrix}$$

5) Hitung R²Y (X₁, X₂, X₃) yaitu koefisien yang menyatakan determinasi total X₁, X₂, X₃ terhadap Y dengan menggunakan rumus:

$$R^2Y (X_1, \dots, X_3) = [P_{YX1.1} \dots P_{YX1.7}] \begin{bmatrix} r_{YX1.1} \\ \dots \\ r_{YX1.7} \end{bmatrix}$$

6) Menguji pengaruh langsung maupun tidak langsung dari setiap variabel.

a. Pengaruh (X₁) terhadap Y

Pengaruh langsung	= P _{YX1} · P _{YX1}
Pengaruh tidak langsung melalui (X ₂)	= P _{YX1} · r _{X1 . X2} · P _{YX2}
Pengaruh tidak langsung melalui (X ₃)	= P _{YX1} · r _{X1 . X3} · P _{YX3} +
Pengaruh total (X ₁) terhadap Y	=

b. Pengaruh (X₂) terhadap Y

Pengaruh langsung	= P _{YX2} · P _{YX2}
Pengaruh tidak langsung melalui (X ₁)	= P _{YX2} · r _{X1 . X1} · P _{YX1}
Pengaruh tidak langsung melalui (X ₃)	= P _{YX2} · r _{X1 . X3} · P _{YX3} +
Pengaruh total (X ₂) terhadap Y	=

c. Pengaruh (X₃) terhadap Y

Pengaruh langsung	= P _{YX3} · P _{YX3}
Pengaruh tidak langsung melalui (X ₁)	= P _{YX3} · r _{X1 . X1} · P _{YX2}
Pengaruh tidak langsung melalui (X ₂)	= P _{YX3} · r _{X1 . X2} · P _{YX3} +
Pengaruh total (X ₃) terhadap Y	=

7) Menghitung pengaruh variabel lain (ε) dengan rumus sebagai berikut:

$$P_{y\epsilon} = \sqrt{1 - R^2} y(x_1, x_2, x_3, x_4, x_5, x_6, x_7)$$

Pengujian secara keseluruhan dengan uji F Keputusan penerimaan atau penolakan

Ho

a. Rumusan hipotesis operasional

$$H_0 : P_{x_2x_j} = P_{x_2x_j}$$

$$H_1 : P_{x_2x_j} \neq P_{x_2x_j}; i \neq j$$

Statistik uji yang digunakan ialah:

$$F = \frac{(n - k - 1) \sum_{i=1}^k P_{yx_{1,2,3,4,5,6,7}}}{k(1 - \sum_{i=1}^k P_{yx_{1,2,3,4,5,6,7}})}$$

Keterangan:

n = Banyaknya responden

k = Banyaknya variabel bebas

Kriteria pengambilan keputusan untuk hipotesis yang diajukan menurut Sugiyono (2007:188) ialah:

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

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

Dengan demikian dapat diteruskan pada pengujian secara individual, statistik yang digunakan adalah:

$$t = \frac{P_{YXi} - P_{YXj}}{\sqrt{\frac{(1 - R^2) y(x_1, x_2, x_3, x_4, x_5, x_6, x_7) (C_{ii} + C_{ij} + C_{jj})}{(n - k - 1)}}$$

t mengikuti distribusi t-student dengan derajat kebebasan n-k-1

3.2.7.3 Uji Hipotesis

Gujarati (2003:81) mengemukakan bahwa: “*the coefficient of determination r^2 (two-variabel case) or R^2 (multiple regression) is a summary measure that tells how well the sample regression line fits the data*”. R^2 mengukur prosentase total variasi dalam Y yang dijelaskan oleh model regresi.

Nilai R sendiri adalah nilai koefisien korelasi (r). Nilai ini digunakan untuk mengetahui kuat atau lemahnya hubungan pengaruh. Menentukan besarnya pengaruh variabel bebas secara bersama-sama atau menyeluruh terhadap variabel Y.

Untuk mengetahui besarnya kontribusi dari pelayan hotel (X_1), bukti fisik (X_2) dan proses pelayanan (X_3) terhadap perilaku pasca pembelian (Y) dihitung dengan suatu koefisien yang disebut koefisien determinasi atau *coefficient of determination* (KD).

$$(KD) = r^2 \times 100\% \quad (\text{Riduwan, 2008:136}).$$

Keterangan :

KD = Nilai Koefisien determinan

r = Nilai koefisien korelasi

Adapun untuk mengetahui kuat lemahnya hubungan pengaruh menurut Sugiyono (2006:183) dapat diklasifikan sebagai berikut :

Tabel 3.7
Interprestasi Nilai Korelasi

Nilai Korelasi	Interprestasi
0,000 – 0,199	Sangat rendah
0,200 – 0,399	Rendah
0,400 – 0,599	Sedang
0,600 – 0,799	Kuat
0,800 – 1,000	Sangat Kuat

Sumber : Sugiyono (2006:183)

Koefisien determinasi adalah kuadrat koefisien korelasi. Nilai koefisien determinasi dinyatakan dalam persentase, sehingga kuadrat koefisiennya harus dikalikan dengan 100%. Koefisien determinasi ini digunakan untuk mengetahui persentase pengaruh yang terjadi antara variabel bebas terhadap variabel tak bebas, dengan asumsi $0 \leq r^2 \leq 1$.

Untuk merancang hipotesis dalam penelitian ini maka dilakukan Uji Signifikansi Koefisien Korelasi dengan menggunakan rumus t hitung (t_{hitung}) :

$$t_{hitung} = r_s \sqrt{\frac{n-2}{1-r_s^2}} \quad (\text{Riduwan, 2008:137})$$

Keterangan :

t_{hitung} = Nilai t

r = Koefisien korelasi *Product Moment*

n = Banyaknya data

Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_a ditolak dan H_o diterima.

Jika $t_{hitung} \leq t_{tabel}$, maka H_o ditolak dan H_a diterima.

Kriteria pengambilan keputusan untuk hipotesis dilakukan pada taraf kesalahan 0,05 dengan derajat kebebasan dk (n-2) serta pada uji satu pihak.

