

BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Penelitian ini menganalisa pengaruh *servicescape* terhadap loyalitas tamu mancanegara. Objek penelitian yang menjadi *independent variabel* atau variabel bebas (variabel X) yaitu *servicescape* terdiri dari *ambient conditions* (X1), *spatial layout and functionality* (X2), dan *signs, symbols and artifacts* (X3). Selanjutnya yang menjadi *dependent variabel* atau variabel terikat (Variabel Y) yaitu loyalitas yang terdiri dari *behavioral* dan *attitudinal*. Responden dari penelitian ini adalah tamu mancanegara yang menginap secara berulang di Alam Kukul Boutique Resort Bali.

Penelitian ini menggunakan pendekatan *cross sectional* karena dilakukan dalam waktu kurang dari satu tahun. *Cross sectional method* adalah metode penelitian yang mempelajari objek dalam kurun waktu tertentu (tidak berkesinambungan dalam jangka waktu panjang) (Sugiyono 2008:8). Penelitian dilakukan dari bulan Januari hingga Mei 2012. Dalam menggunakan metode ini diharapkan peneliti dapat mengungkapkan dan mengkaji seberapa besar pengaruh *servicescape* terhadap loyalitas tamu mancanegara di Alam Kukul Boutique Resort Bali.

3.2 Metode Penelitian

3.2.1 Jenis Penelitian dan Metode yang Digunakan

Menurut Sugiyono (2008:2) mengemukakan bahwa metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Berdasarkan penjelasan dan bidang penelitian, maka jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif dan verifikatif, dimana dalam penelitian ini akan diuji apakah *servicescape* berpengaruh pada loyalitas tamu mancanegara di Alam Kukul Boutique Resort Bali. Penelitian deskriptif menurut Sugiyono (2008:35)

Penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui keberadaan variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih (variabel yang berdiri sendiri) tanpa membuat perbandingan dan/atau mencari hubungan variabel satu sama lain.

Melalui jenis penelitian deskriptif maka dapat diperoleh deskripsi mengenai penerapan *servicescape* pada Alam Kukul Boutique Resort Bali serta pandangan responden tentang loyalitas di Alam Kukul Boutique Resort Bali. Menurut Sugiyono (2008:36), Penelitian verifikatif adalah penelitian yang membandingkan keberadaan satu variabel atau lebih pada dua atau lebih sampel yang berbeda, atau pada waktu yang berbeda. Sedangkan jenis penelitian verifikatif menguji kebenaran suatu hipotesis yang dilakukan melalui pengumpulan data di lapangan, dalam hal ini penelitian verifikatif bertujuan untuk mengetahui pengaruh *servicescape* terhadap loyalitas.

Berdasarkan jenis penelitiannya yaitu penelitian deskriptif dan verifikatif maka metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah *survey explanatory*.

Menurut Kerlinger yang dikutip dari buku Sugiyono (2008:75) adalah :

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.

3.2.2 Operasionalisasi Variabel

Menurut Ulber (2009:201) operasionalisasi variabel adalah merupakan kegiatan mengurai variabel menjadi sejumlah variabel operasional atau variabel empiris (indikator, item) yang merujuk langsung pada hal-hal yang dapat diamati atau diukur. Variabel yang diteliti adalah pengaruh *servicescape* (X) yang terdiri dari *ambient conditions* (X1), *spatial layout and functionality* (X2), dan *signs, symbols and artefacts* (X3) terhadap loyalitas (Y) yang terdiri dari *behavioral* dan *attitudinal*. Penelitian ini menggunakan skala ordinal. Secara lebih rinci operasionalisasi masing-masing variabel itu dapat terlihat dalam Tabel 3.1 berikut:

TABEL 3.1
OPERASIONALISASI VARIABEL PENELITIAN

Variabel	Sub Variabel/ Dimensi	Konsep variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
Servicescape (X)	Servicescape merupakan gaya dan wujud dari lingkungan fisik dan elemen-elemen eksperimental lainnya yang ditemukan oleh pelanggan di tempat jasa tersebut disampaikan (Lovelock dan Wirtz 2011:277)					
	<i>Ambient conditions</i> (X1)	Karakteristik lingkungan yang berkenaan dengan kelima indera. Lovelock dan Wirtz (2011:284)	• Suhu	• Tingkat kenyamanan suhu di <i>private area</i> (kamar) dan <i>public area</i> (Lobi, Alam Club, restoran, spa, dll)	Ordinal scale	C1.1- C.1.2
• Pencahayaan			• Tingkat pencahayaan di <i>private area</i> (kamar) dan <i>public area</i> (Lobi, Alam Club, restoran, spa, dll)	Ordinal scale	C.1.3- C.1.4	
• Musik			• Tingkat kesesuaian music dengan tema jasa (tradisional Bali)	Ordinal scale	C.1.5	
			• Tingkat volume musik yang diperdengarkan	Ordinal scale	C.1.6	

Ghea Astri Yuliantina, 2012
Penaruh Servicescape Terhadap...

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu

Variabel	Sub Variabel/ Dimensi	Konsep variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
Lanjutan Tabel 3.1			<ul style="list-style-type: none"> • Warna 	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat kesesuaian pilihan warna dengan tema jasa 	<i>Ordinal scale</i>	C.1.7
			<ul style="list-style-type: none"> • <i>Scent</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat kecerahan warna pada bangunan hotel • Tingkat kenyamanan aroma terapi yang dipakai di hotel 	<i>Ordinal scale</i> <i>Ordinal scale</i>	C.1.8 C.1.9
	<i>Spatial layout and functionality (X2)</i>	Denah ruangan, ukuran dan bentuk dari perlengkapan furnitur, meja-meja, mesin dan peralatan yang berpotensi dan cara mereka diatur juga kemampuan benda-benda tersebut untuk memfasilitasi kegiatan transaksi jasa Lovelock dan Wirtz (2011:289)	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Spatial layout</i> • <i>Floor plan</i> • <i>Size and shape of furnitures</i> • <i>Counter</i> • <i>Potential machinery and equipment</i> • <i>Interior design</i> • <i>Functionality</i> • Fungsional 	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat kenyamanan denah ruangan Alam Kukul Boutique Resort Bali • Tingkat kesesuaian ukuran furnitur pada <i>private area</i> (kamar) dan <i>public area</i> (Lobi, Alam Club, restoran, spa, dll) • Tingkat daya tarik bentuk furnitur pada <i>private area</i> (kamar) dan <i>public area</i> (Lobi, Alam Club, restoran, spa, dll) • Tingkat kenyamanan counter <i>front desk</i> di lobi • Tingkat kelengkapan peralatan pendukung jasa di <i>private area</i> (telepon, TV, DVD <i>player</i>, <i>coffee maker</i>, <i>water heater</i>, <i>room amenities</i>, <i>safe deposit box</i>, dll) • Tingkat kelengkapan peralatan pendukung jasa di <i>public area</i> (computer, EDC <i>machines</i>, troli, <i>self-service kitchen utensils</i> di Alam Club, dll) • Tingkat daya tarik desain interior di <i>private area</i> (kamar) dan <i>public area</i> (Lobi, Alam Club, restoran, spa, dll) • Tingkat keunikan desain interior <i>private area</i> (kamar) dan <i>public area</i> (Lobi, Alam Club, restoran, spa, dll) • Tingkat kegunaan peralatan dan furnitur ruangan dalam 	<i>Ordinal scale</i> <i>Ordinal scale</i> <i>Ordinal scale</i> <i>Ordinal scale</i> <i>Ordinal scale</i> <i>Ordinal scale</i> <i>Ordinal scale</i> <i>Ordinal scale</i>	C.2.10 C.2.11- C.2.12 C.2.13- C.2.14 C.2.15 C.2.16 C.2.17 C.2.18- C.2.19 C.2.10- C.2.21 C.2.22

				memudahkan proses melayani tamu		
--	--	--	--	---------------------------------	--	--

Lanjutan Tabel 3.1

Variabel	Sub Variabel/ Dimensi	Konsep variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
	<i>Signs, symbols, and artifact</i> (X3)	Segala sesuatu yang ada di lingkungan jasa yang berperan sebagai sinyal secara langsung maupun tidak langsung untuk mengkomunikasikan citra perusahaan, membantu pelanggan menemukan arah, dan untuk menyampaikan proses pelayanan jasa Lovelock dan Wirtz (2011:284)	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Direction signs</i> • <i>Labels</i> • <i>Behavioral rules sign</i> • Logo 	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat kejelasan tanda petunjuk arah • Tingkat kejelasan label penanda departemen atau fasilitas tertentu • Tingkat kejelasan pesan yang disampaikan (dilarang merokok, dilarang membuang sampah, dll) • Tingkat daya tarik logo Alam Kulkul Boutique Resort Bali • Tingkat kesesuaian logo Alam Kulkul Boutique Resort Bali dengan citra hotel (<i>Natural and the traditional of Bali</i>) 	<i>Ordinal scale</i> <i>Ordinal scale</i> <i>Ordinal scale</i> <i>Ordinal scale</i> <i>Ordinal scale</i>	C.3.23 C.3.24 C.2.25 C.3.26 C.3.27
Loyalitas Pelanggan (Y)	Loyalitas merupakan sikap dan perilaku pelanggan yang menunjukkan adanya pembelian berulang akan suatu barang atau jasa selain itu juga menunjukkan komitmen yang tinggi pada merek atau perusahaan (Baloglu 2002:47)					
			<i>Behavioral</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat frekuensi menginap di Alam Kulkul Boutique Resort Bali • Tingkat lama menginap di Alam Kulkul Boutique Resort Bali 	<i>Ordinal scale</i> <i>Ordinal scale</i>	D.1.1 D.1.2

				<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat pemberian saran kepada Alam Kukul Boutique Resort Bali 	<i>Ordinal scale</i>	D.1.3
				<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat memberikan rekomendasi kepada orang lain untuk menginap di Alam Kukul Boutique Resort Bali 	<i>Ordinal scale</i>	D.1.4

Lanjutan Tabel 3.1

Variabel	Sub Variabel/ Dimensi	Konsep variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
			<i>Attitudinal</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat kepercayaan terhadap produk dan jasa yang ditawarkan Alam Kukul Boutique Resort Bali 	<i>Ordinal scale</i>	D.2.5
				<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat komitmen untuk teruskembali menginap di Alam Kukul Boutique Resort Bali 	<i>Ordinal scale</i>	D.2.6
				<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat biaya peralihan (biaya, waktu dan usaha) yang harus dikeluarkan jika ingin menggunakan produk atau jasa pesaing 	<i>Ordinal scale</i>	D.2.7

Sumber: Hasil pengolahan data 2012

3.2.3 Jenis dan Sumber Data

Menurut Ulber (2009:280), data merupakan hasil pengamatan dan pengukuran empiris yang mengungkapkan fakta tentang karakteristik dari suatu gejala tertentu. Data dalam penelitian ini dibedakan menjadi dua yaitu data primer dan data sekunder. Menurut Ulber (2009:289) data primer adalah suatu objek atau

Ghea Astri Yuliantina, 2012
Penaruh Servicescape Terhadap...

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu

dokumen *original* – material mentah dari perilaku yang disebut “*first-hand information*”. Masih menurut Ulber (2009:291) data sekunder merupakan data yang dikumpulkan dari tangan kedua atau dari sumber-sumber lain yang telah tersedia sebelum penelitian yang dilakukan.

Berdasarkan data dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini, maka peneliti menuliskannya dalam Tabel 3.2 berikut ini:

TABEL 3.2
JENIS DAN SUMBER DATA

No	Jenis data	Sumber data
Data Sekunder		
1	Tingkat kunjungan wisatawan mancanegara ke Indonesia	Data statistik Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Pariwisata Indonesia
2	Jumlah kunjungan wisatawan ke provinsi Bali	Data statistik Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Pariwisata Indonesia
3	Jumlah hotel di Bali	Badan Pusat Statistik Provinsi Bali dan riset <i>Knight Frank</i>
4	Tingkat hunian kamar Alam Kulkul Boutique Resort Bali	Alam Kulkul Boutique Resort Bali
5	Jumlah tamu loyal yang menginap	Alam Kulkul Boutique Resort Bali
6	Profil Perusahaan	Alam Kulkul Boutique Resort Bali
Data Primer		
1	Karakteristik responden	Tamu
2	Tanggapan tamu terhadap <i>servicescape</i> di Alam Kulkul Boutique Resort Bali	Tamu
3	Tanggapan tamu terhadap loyalitas tamu di Alam Kulkul Boutique Resort Bali	Tamu

Sumber : Data primer , diolah kembali.

3.2.4 Populasi, Sampel, dan Teknik Sampel

3.2.4.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono 2008:215)

Berdasarkan pengertian di atas, populasi dalam penelitian ini adalah tamu mancanegara yang menginap di Alam Kukul Boutique Resort Bali sepanjang tahun 2011 yaitu sebanyak 1955 orang. Tamu mancanegara tersebut adalah tamu yang pernah menginap di Alam Kukul Boutique Resort Bali lebih dari dua kali dan kembali menginap minimal satu kali dalam setahun. Secara umum, masing-masing tamu loyal mancanegara terbagi menjadi sembilan kategori berdasarkan negara asal.

TABEL 3.3
PENGLASIFIKASIAN TAMU MANCANEKARA DI ALAM
KULKUL BOUTIQUE RESORT BALI SELAMA TAHUN 2011

Asal Tamu	Presentase	Jumlah sub populasi
Australia	53,2%	1040
Jepang	11,3%	222
Malaysia	8,6%	168
RRC	3,5%	69
Amerika Serikat	3,6%	70
Inggris	2,4%	48
Jerman	5,4%	105
Italia	7,4%	145
Perancis	4,5%	88
Total populasi		1955

Sumber: Alam Kukul Boutique Resort Bali

Berdasarkan Tabel 3.3 di atas menunjukkan bahwa masing-masing populasi yang diambil yakni diantaranya tamu Australia sebanyak 1040 orang, tamu Jepang sebanyak 222 orang, tamu Malaysia sebanyak 168 orang, tamu Cina sebanyak 69 orang, tamu Amerika Serikat sebanyak 70 orang, tamu Inggris

sebanyak 48 orang, tamu Jerman sebanyak 105 orang, Tamu Italia sebanyak 145 orang dan tamu Perancis sebanyak 88 orang.

3.2.4.2 Sampel

Pada umumnya penelitian yang dilakukan tidak meneliti semua populasi. Hal tersebut disebabkan oleh beberapa faktor seperti keterbatasan dana, tenaga dan waktu. Maka penelitian diperkenankan mengambil sebagian objek populasi yang telah ditentukan, dengan catatan bagian yang diambil tersebut mewakili bagian yang lain yang diteliti. Menurut Sugiyono (2008:215), “Sampel adalah sebagian dari populasi”. Donald R. Cooper dan Pamela S. Schindler (2006:83) mendefinisikan “Sampel adalah bagian dari populasi target, yang dipilih secara cermat untuk mewakili populasi itu”. Uma Sekaran (2006:122) menyatakan “Sampel adalah sebagian dari populasi yang terdiri atas sejumlah anggota yang dipilih dari populasi”. Berdasarkan pengertian sampel tersebut, maka sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagian dari populasi penelitian yaitu sebagian tamu mancanegara (loyal) yang menginap di Alam Kukul Boutique Resort Bali pada periode tertentu.

Dalam menentukan ukuran sampel digunakan rumus pengambilan sampel Yamane (Riduwan 2008:65) sebagai berikut :

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

n = Jumlah sampel

N = Jumlah populasi

d = Presisi yang ditetapkan (10%)

Ghea Astri Yuliantina, 2012

Penaruh Servicescape Terhadap...

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu

Untuk mengukur jumlah sampel maka dilakukan perhitungan sebagai berikut:

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

$$n = \frac{1955}{1955 \times 0,10^2 + 1}$$

$$s = \frac{1955}{20,55}$$

$$s = 95,13 = 95 = 100$$

Berdasarkan hasil perhitungan di atas dengan menggunakan rumus Yamane dengan tingkat signifikansi sebesar 10% maka jumlah sampel untuk penelitian ini yaitu sebesar 100 orang. Jadi dalam penelitian ini jumlah sampel yang akan diambil berjumlah 100 orang tamu mancanegara yang terbagi atas:

TABEL 3.4
JUMLAH SAMPEL TAMU MANCANEGERA YANG MENGINAP
DI ALAM KULKUL BOUTIQUE RESORT BALI SELAMA TAHUN 2011

Asal Tamu	Presentase	Jumlah sub populasi
Australia	53 %	53
Jepang	11 %	11
Malaysia	9 %	9
RRC	4 %	4
Amerika Serikat	4 %	4
Inggris	2 %	2
Jerman	5 %	5
Italia	7 %	7
Perancis	5 %	5
Total sampel		100

Sumber: Hasil perhitungan penulis.

Berdasarkan Tabel 3.4 di atas menunjukkan bahwa masing-masing sampel yang diambil yakni diantaranya dari tamu Australia sebanyak 53 orang, tamu Jepang sebanyak 11 orang, tamu Malaysia sebanyak 9 orang, tamu Cina sebanyak

4 orang, tamu Amerika Serikat sebanyak 4 orang, tamu Inggris sebanyak 2 orang, tamu Jerman sebanyak 5 orang, Tamu Italia sebanyak 7 orang dan tamu Perancis sebanyak 5 orang.

3.2.4.3 Teknik Sampling

Menurut Sugiyono (2008:217), “Teknik sampel merupakan teknik pengambilan sampel”. Teknik sampel pada dasarnya dikelompokkan menjadi dua yaitu *probability sampling* dan *non probability sampling*. *Probability sampling* meliputi *simple random sampling*, *systematic sampling*, *stratified sampling*, dan *cluster sampling* (Ulber 2009:261). *Non probability sampling* meliputi *sampling* aksidental, *sampling purposive*, *sampling* kuota, dan *snowball sampling* (Ulber 2009:272).

Dalam penelitian ini tamu yang akan dijadikan sampel bersifat heterogen, dibedakan berdasarkan asal tinggal tamu. Sehingga untuk mendapatkan sampel representatif, maka dalam penelitian ini digunakan *stratified random sampling* atau sampel acak distratifikasi. Ulber (2009:265), memberikan definisi sampel acak distratifikasi sebagai proses pemilihan sampel dari sub-kelompok (strata) yang diidentifikasi dalam populasi yang diwakili dalam sampel dalam proporsi yang sama dengan yang ada dalam populasi.

Terdapat dua cara pemilihan sampel acak distratifikasi yaitu proporsional dan disproporsional. Dalam sampel distratifikasi proporsional anggota-anggota dari suatu populasi diklasifikasi ke dalam strata dan jumlah unit dipilih dari masing-masing stratum adalah secara langsung proporsional kepada ukuran dari

populasi dalam stratum tersebut. Sementara dalam sampel distratifikasi disproporsional dari tiap strata diambil jumlah sampel yang sama sehingga semua stratum memiliki ukuran sampel yang sama besar (Ulber 2009:268). Dalam penelitian ini digunakan sampel acak distratifikasi dengan cara pemilihan proporsional.

3.2.5 Teknik Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2008:224), “Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data”. Secara umum terdapat beberapa teknik pengumpulan data yaitu observasi, wawancara, dokumentasi, kuesioner, serta studi literatur. Adapun teknik pengumpulan data yang penulis gunakan adalah:

1. Wawancara

Teknik komunikasi langsung dengan pihak Alam Kukul Boutique Resort Bali ini dilakukan kepada *Executive Assistant Manager* dan *Room Department*. Wawancara dilakukan untuk memperoleh data mengenai profil perusahaan, volume penjualan, data loyalitas tamu, serta *servicescape* pada Alam Kukul Boutique Resort Bali.

2. Observasi

Observasi dilakukan dengan cara meninjau serta melakukan pengamatan langsung terhadap objek yang diteliti yaitu Alam Kukul Boutique Resort

Bali, khususnya mengenai *servicescape* dan loyalitas tamu mancanegara di Alam Kukul Boutique Resort Bali.

3. Kuesioner

Sugiyono (2008:142) mengemukakan, “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 tamu mancanegara di Alam Kukul Boutique Resort Bali, *servicescape*, serta loyalitas tamu. Kuesioner ditujukan kepada tamu mancanegara di hotel tersebut.

4. Studi literatur

Studi literatur merupakan usaha pengumpulan informasi dari buku-buku maupun jurnal yang berhubungan dengan teori-teori yang berkaitan dengan masalah variabel yang diteliti yang terdiri dari *servicescape* dan loyalitas.

3.2.6 Pengujian Validitas dan Reliabilitas

3.2.6.1 Pengujian Validitas

Dalam penelitian ini, dilakukan uji validitas untuk mengukur bahwa terdapat kesamaan antara data yang ada dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek penelitian.

Menurut Sugiyono (2008:121), Instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur itu valid). Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Instrumen yang valid harus memiliki validitas internal dan eksternal.

Tipe validitas yang digunakan adalah validitas konstruk yang menentukan validitas dengan cara mengkorelasikan antar skor yang diperoleh dari masing-masing item berupa pertanyaan dengan skor totalnya. Skor total ini merupakan nilai yang diperoleh dari penjumlahan semua skor item. Berdasarkan ukuran statistik, bila ternyata skor semua item yang disusun menurut dimensi konsep berkorelasi dengan skor totalnya, maka dapat dikatakan bahwa alat ukur tersebut mempunyai validitas.

Rumus yang digunakan untuk menguji validitas menggunakan nilai korelasi antara data pada masing-masing pernyataan dengan skor total memakai teknik korelasi *product moment*, dikarenakan skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala ordinal dan terdapat prasyarat pengolahan data yang menggunakan tehnik korelasi *product moment* sekurang-kurangnya merupakan data interval. Maka data dalam penelitian ini perlu untuk ditransformasi menjadi skala interval dengan menggunakan *Method of Succesive Interval* (MSI). Teknik korelasi menggunakan *pearson product moment*. Untuk proses perhitungannya dibantu dengan *software PASW Statistics 18*.

Untuk mengadakan interpretasi mengenai besarnya koefisien korelasi menurut Arikunto (2009: 245) adalah sebagai berikut :

TABEL 3.5
INTERPRETASI BESARNYA KOEFISIEN KORELASI

Besarnya Nilai	Interpretasi
Antara 0,700 sampai dengan 1,00	Sangat tinggi
Antara 0,600 sampai dengan 0,500	Tinggi
Antara 0,500 sampai dengan 0,400	Agak tinggi
Antara 0,400 sampai dengan 0,300	Sedang

Ghea Astri Yuliantina, 2012
Penaruh Servicescape Terhadap...

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu

Besarnya Nilai	Interpretasi
Antara 0,300 sampai dengan 0,200	Agak tidak tinggi
Antara 0,200 sampai dengan 0,100	Tidak tinggi
Antara 0,100 sampai dengan 0,000	Sangat tidak tinggi

Sumber : Suharsimi (2009: 245)

Sedangkan pengujian keberartian koefisien korelasi (t) dilakukan dengan taraf signifikansi 10%. Kriteria pengambilan keputusan:

$r_{\text{Hitung}} > r_{\text{Tabel}}$, maka instrumen valid

$r_{\text{Hitung}} < r_{\text{Tabel}}$, maka instrumen tidak valid

Dalam penelitian ini yang akan diuji adalah validitas dari variabel *servicescape* yang terdiri dari *ambient conditions*, *spatial layout and functionality* dan *signs, symbols and artifacts* sebagai instrumen variabel X dan loyalitas sebagai variabel Y.

1. Nilai r dibandingkan dengan nilai r tabel dengan $dk = n - 2$ dan taraf signifikansi sebesar 0,10 (10%)
2. Item pernyataan yang dikatakan valid jika $r_{\text{Hitung}} > r_{\text{Tabel}}$
3. Item pernyataan yang diteliti dikatakan tidak valid jika $r_{\text{Hitung}} < r_{\text{Tabel}}$
4. Berdasarkan jumlah angket yang diuji sebanyak 30 responden dengan tingkat signifikansi 10% dan derajat kebebasan (dk) $n - 2$ ($30 - 2 = 28$), maka didapat nilai r_{Tabel} sebesar 0,306.

Berikut hasil pengolahan data dengan menggunakan *software* PASW *Statistics* 18 yang menunjukkan item-item pernyataan dalam kuesioner valid kecuali item pernyataan nomor enam, karena r_{Hitung} item tersebut lebih kecil dibandingkan dengan r_{Tabel} yang bernilai 0,306. Untuk itu item pernyataan nomor

enam akan di *drop* dan dikeluarkan dari kuesioner. Berikut uji validitas instrumen penelitian.

TABEL 3.6
HASIL UJI VALIDITAS INSTRUMEN PENELITIAN

No.	Pernyataan	r Hitung	r Tabel	Keterangan
SERVICESCAPE				
Ambient conditions				
1.	Kenyamanan suhu di <i>private area</i> (kamar)	0,452	0,306	Valid
2.	Kenyamanan suhu di <i>public area</i> (lobi, Alam Club, restoran, spa dll)	0,601	0,306	Valid
3.	Pencahayaan pada <i>private area</i> (kamar)	0,680	0,306	Valid
4.	Pencahayaan pada <i>public area</i> (lobi, Alam Club, restoran, spa dll)	0,697	0,306	Valid
5.	Kesesuaian musik dengan tema jasa (Tradisional Bali)	0,811	0,306	Valid
6.	Volume musik yang diperdengarkan	-0,205	0,306	Tidak valid
7.	Kesesuaian pemilihan warna dengan tema hotel (Bali tradisional)	0,683	0,306	Valid
Lanjutan Tabel 3.1				
8.	Kecerahan warna pada semua bangunan hotel	0,554	0,306	Valid
9.	Kenyamanan aroma terapi yang dipakai di Alam Kukul Boutique Resort Bali	0,579	0,306	Valid
Spatial layout and functionality				
10.	Kenyamanan denah ruangan di Alam Kukul Boutique Resort Bali	0,516	0,306	Valid
11.	Kesesuaian ukuran furnitur pada <i>private area</i> (kamar)	0,710	0,306	Valid
12.	Kesesuaian ukuran furnitur pada <i>public area</i> (lobi, Alam Club, restoran, dan spa)	0,831	0,306	Valid
13.	Daya tarik bentuk furnitur pada <i>private area</i> (kamar)	0,646	0,306	Valid
14.	Daya tarik bentuk furnitur pada <i>public area</i> (lobi, Alam Club, restoran, dan spa)	0,649	0,306	Valid
15.	Kenyamanan counter <i>front desk</i> di lobi	0,636	0,306	Valid
16.	Kelengkapan peralatan pendukung jasa di <i>private area</i> atau kamar (telepon, TV, dvd player, coffee maker, water heater, room amenities, safe deposit box dll)	0,586	0,306	Valid
17.	Kelengkapan peralatan pendukung jasa di <i>public area</i> (komputer, EDC	0,697	0,306	Valid

Ghea Astri Yuliantina, 2012
Penaruh Servicescape Terhadap...

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu

	<i>machines, troli, self-service kitchen utensils</i> di Alam Club, dll)			
18.	Daya tarik desain interior di <i>private area</i> (kamar)	0,790	0,306	Valid
19.	Daya tarik desain interior di <i>public area</i> (lobi, Alam Club, restoran, dan spa)	0,750	0,306	Valid
20.	Keunikan desain interior di <i>private area</i> (kamar)	0,889	0,306	Valid
21.	Keunikan desain interior di <i>public area</i> (lobi, Alam Club, restoran, dan spa)	0,895	0,306	Valid
22.	Kegunaan peralatan dan furnitur ruangan dalam memudahkan proses pelayanan tamu	0,573	0,306	Valid
Signs, symbols and artifacts				
23.	Kejelasan tanda petunjuk arah	0,825	0,306	Valid
24.	Kejelasan label penanda departemen atau fasilitas tertentu	0,748	0,306	Valid
25.	Kejelasan pesan yang disampaikan oleh <i>behavioral rules sign</i> (dilarang merokok, dilarang membuang sampah, dll)	0,519	0,306	Valid
26.	Daya tarik logo Alam Kukul Boutique Resort Bali	0,589	0,306	Valid
Lanjutan Tabel 3.1				
27.	Kesesuaian logo Alam Kukul Boutique Resort Bali dengan citra hotel (<i>Natural and the traditional of Bali</i>)	0,541	0,306	Valid
Loyalitas				
Behavioral				
1.	Frekuensi kembali menginap di Alam Kukul Boutique Resort Bali	0,849	0,306	Valid
2.	Waktu yang dihabiskan selama menginap di Alam Kukul Boutique Resort Bali	0,739	0,306	Valid
3.	Memberikan saran kepada Alam Kukul Boutique Resort Bali	0,702	0,306	Valid
4.	Memberikan rekomendasi kepada orang lain untuk menginap di Alam Kukul Boutique Resort Bali	0,792	0,306	Valid
Attitudinal				
5.	Kepercayaan terhadap produk dan jasa yang ditawarkan Alam Kukul Boutique Resort Bali	0,820	0,306	Valid
6.	Komitmen untuk terus kembali menginap di Alam Kukul Boutique Resort Bali	0,809	0,306	Valid

7.	Biaya peralihan (waktu, biaya, dan usaha) yang harus dikeluarkan jika ingin menggunakan produk atau jasa pesaing	0,831	0,306	Valid
----	--	-------	-------	-------

Sumber: Hasil pengolahan data, 2012.

3.2.6.2 Pengujian Reliabilitas

Sugiyono (2008:268) mengemukakan bahwa

Reliabilitas berkenaan dengan derajat konsistensi dan stabilitas data atau temuan. Dalam pandangan positivistik, suatu data dinyatakan reliabel apabila dua atau lebih peneliti dalam objek yang sama menghasilkan data yang sama atau peneliti sama dalam waktu berbeda menghasilkan data yang sama, atau sekelompok data bila dipecah menjadi dua menunjukkan data yang tidak berbeda.

Pengujian reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan rumus *Cronbach Alpha* dengan bantuan *software PASW Statistics 18* untuk proses penghitungannya. Keputusan uji reliabilitas ditentukan dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Jika koefisien internal seluruh item (r_{11}) $\geq r_{\text{tabel}}$ dengan tingkat signifikansi 10% maka item pertanyaan dikatakan reliabel.
2. Jika koefisien internal seluruh item (r_{11}) $< r_{\text{tabel}}$ dengan tingkat signifikansi 10% maka item pertanyaan dikatakan tidak reliabel.

Untuk mengadakan interpretasi mengenai besarnya koefisien korelasi menurut Suharsimi Arikunto (2009: 245) adalah sebagai berikut :

TABEL 3.7
INTERPRETASI BESARNYA KOEFISIEN KORELASI

Besarnya Nilai	Interpretasi
Antara 0,700 sampai dengan 1,00	Sangat tinggi
Antara 0,600 sampai dengan 0,500	Tinggi
Antara 0,500 sampai dengan 0,400	Agak tinggi
Antara 0,400 sampai dengan 0,300	Sedang
Antara 0,300 sampai dengan 0,200	Agak tidak tinggi

Ghea Astri Yuliantina, 2012
Penaruh Servicescape Terhadap...

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu

Antara 0,200 sampai dengan 0,100	Tidak tinggi
Antara 0,100 sampai dengan 0,000	Sangat tidak tinggi

Sumber : Suharsimi (2009: 245)

Pengujian reliabilitas instrumen dilakukan terhadap 30 responden dengan tingkat signifikansi 10% dan derajat kebebasan (dk) $n-2$ ($30-2=28$) dengan menggunakan *software* komputer PASW *Statistics* 18, diketahui bahwa semua variabel reliabel, hal ini dikarenakan $C\sigma$ masing-masing variabel lebih besar dibandingkan dengan koefisien *alpha cronbach* yang bernilai 0,700, berikut tabel uji reliabilitas instrumen penelitian:

TABEL 3.8
HASIL UJI RELIABILITAS INSTRUMEN PENELITIAN

No Variabel	Variabel	$C\sigma$ hitung	$C\sigma$ min imul	Keterangan
1	<i>Servicescape</i>	0,811	0,700	Reliabel
2	Loyalitas	0,778	0,700	Reliabel

Sumber : Hasil Pengolahan Data, 2012

Berdasarkan tabel di atas variabel yang memiliki nilai tertinggi adalah *servicescape* dengan nilai $C\sigma$ hitung sebesar 0,811, sedangkan variabel loyalitas memiliki nilai $C\sigma$ hitung sebesar 0,778.

3.2.7 Rancangan Analisis Data

3.2.7.1 Analisis Data Deskriptif

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

1. Analisis deskriptif tentang *servicescape* yang terdiri dari *ambient conditions, spatial layout and functionality, signs symbols and artifact* yang ada di Alam Kukul Boutique Resort Bali.

2. Analisis deskriptif tentang loyalitas yang terdiri dari perilaku (*behavioral*) dan sikap (*attitudinal*).
3. Analisis deskriptif tentang tingkatan loyalitas yang terdiri dari *true loyalty*, *spurious loyalty*, *latent loyalty* dan *low loyalty*.

3.2.7.2 Pengujian Hipotesis

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis jalur (*path analysis*). Analisis jalur (*path analysis*) merupakan satu tipe analisis multivariat untuk mempelajari efek-efek langsung dan tidak langsung dari sejumlah variabel yang dihipotesiskan sebagai variabel sebab (juga disebut *ultimate variables*) terhadap variabel lainnya yang merupakan variabel akibat (Ulber 2009:375). Variabel-variabel tersebut adalah *servicescape* sebagai variabel independen (X) yang terdiri dari *ambient conditions* (X1), *spatial layout and functionality* (X2), *signs, symbols and artefacts* (X3) dan variabel dependennya yaitu loyalitas (Y).

Penelitian ini menggunakan data ordinal seperti dijelaskan dalam operasionalisasi variabel sebelumnya, oleh karena itu semua data ordinal yang terkumpul terlebih dahulu ditransformasi menjadi skala interval dengan menggunakan *Method Successive Interval* (Harun Al Rasyid, 1994:131). Langkah-langkah untuk melakukan transformasi data tersebut adalah sebagai berikut:

1. Menghitung frekuensi (f) pada setiap pilihan jawaban, berdasarkan hasil jawaban responden pada setiap pertanyaan.

Ghea Astri Yuliantina, 2012
Penaruh Servicescape Terhadap...

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu

2. Berdasarkan frekuensi yang diperoleh untuk setiap pertanyaan, dilakukan perhitungan proporsi (p) setiap pilihan jawaban dengan membagi frekuensi dengan jumlah responden.
3. Berdasarkan proporsi tersebut, selanjutnya dilakukan perhitungan proporsi kumulatif untuk setiap pilihan jawaban.
4. Menentukan nilai batas Z untuk setiap pertanyaan dan setiap pilihan jawaban.
5. Menentukan nilai interval rata-rata untuk setiap pilihan jawaban melalui persamaan sebagai berikut:

$$\text{scale value} = \frac{(\text{density at lower limit}) - (\text{density at upper limit})}{(\text{area below upper limit}) - (\text{area below lower limit})}$$

Data penelitian yang telah berskala interval selanjutnya akan ditentukan pasangan variabel independen dengan variabel dependen serta akan ditentukan persamaan yang berlaku untuk pasangan-pasangan tersebut. Setelah data penelitian berskala interval selanjutnya akan ditentukan pasangan data variabel independen dari semua sampel penelitian. Berdasarkan hipotesis tersebut digambarkan dalam sebuah paradigma seperti terlihat di gambar berikut:



GAMBAR 3.1
STRUKTUR KAUSAL ANTARA X DAN Y

Keterangan:

Ghea Astri Yuliantina, 2012
Pengaruh Servicescape Terhadap...

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu

X : *Servicescape*

Y : Loyalitas

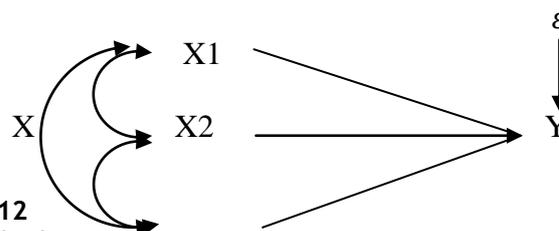
ε : Epsilon (Variabel lain)

Struktur hubungan di atas menunjukkan bahwa *servicescape* berpengaruh terhadap loyalitas. Selain itu terdapat faktor-faktor lain yang mempengaruhi hubungan antara X (*servicescape*), dan Y (loyalitas) yaitu variabel residu dan dilambangkan dengan ε namun pada penelitian ini variable tersebut tidak diperhatikan.

Struktur hubungan antara X dan Y diuji melalui analisis jalur dengan hipotesis berbunyi terdapat pengaruh yang signifikan antara *servicescape* (X) yang terdiri dari *ambient conditions* (X1), *spatial layout and functionality* (X2), *signs, symbols and artifacts* (X3) terhadap loyalitas (Y). Pengujian hipotesis dilakukan dengan langkah-langkah sebagai berikut:

1. Menggambar struktur 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.

Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Gambar 3.2 berikut:



Ghea Astri Yuliantina, 2012
Pengaruh *Servicescape* Terhadap...

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu

X3

GAMBAR 3.2
DIAGRAM JALUR HIPOTESIS

3. Menghitung matriks korelasi antarvariabel bebas :

$$R_1 = \begin{pmatrix} X_1 & X_2 & X_3 \\ 1 & r_{X_1X_2} & r_{X_1X_3} \\ & 1 & r_{X_2X_3} \\ & & 1 \end{pmatrix}$$

4. Identifikasi persamaan sub struktur hipotesis

$$Y = \beta_{YX_1}X_1 + \beta_{YX_2}X_2 + \beta_{YX_3}X_3 + \varepsilon$$

5. Menghitung matriks invers korelasi

$$R_1^{-1} = \begin{pmatrix} X_1 & X_2 & X_3 \\ C_1 & C_2 & C_3 \\ & C_2 & C_3 \\ & & C_3 \end{pmatrix}$$

6. Menghitung semua koefisien jalur melalui rumus :

$$\begin{pmatrix} \beta_{YX1.1} \\ \beta_{YX1.2} \\ \beta_{YX1.3} \end{pmatrix} = \begin{pmatrix} X_1 & X_2 & X_3 \\ C_1 & C_2 & C_3 \\ & C_2 & C_3 \\ & & C_3 \end{pmatrix} \begin{pmatrix} X_3 \\ r_{YX_1} \\ r_{YX_2} \\ r_{YX_3} \end{pmatrix}$$

7. Hitung $R^2Y(X_1, X_2, X_3)$ yaitu koefisien yang menyatakan determinasi total X_1, X_2, X_3 , terhadap Y dengan menggunakan rumus :

$$R^2Y(X_1, \dots, X_3) = [P_{YX_1}, \dots, P_{YX_3}] \begin{pmatrix} r_{YX_1} \\ \dots \\ r_{YX_3} \end{pmatrix}$$

8. Statistik uji yang digunakan adalah:

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

Hasil F_{hitung} dibandingkan dengan tabel distribusi F-Snedecor, apabila $F_{hitung} \geq F_{tabel}$, maka H_0 ditolak dengan demikian dapat diteruskan pada pengujian secara individual, statistik yang digunakan adalah:

$$t = \frac{P_{YX_i} - P_{YX_j}}{\sqrt{\frac{(1 - R^2_{Y(X_1, X_2, X_3)}) (C_{ii} + C_{jj} + C_{ij})}{(n-k-1)}}$$

t mengikuti distribusi t-Student dengan derajat kebebasan $n-k-1$.

Menguji analisis langsung maupun tidak langsung dari setiap variabel:

Analisis X terhadap Y :

Analisis (X_1) terhadap Y:

Analisis langsung $= P_{YX_1} \cdot P_{YX_1}$

Analisis tidak langsung melalui (X_2) $= P_{YX_1} \cdot r_{X_1X_2} \cdot P_{YX_2}$

Analisis tidak langsung melalui (X_3) $= P_{YX_1} \cdot r_{X_1X_3} \cdot P_{YX_3} +$

Analisis total (X_1) terhadap Y =

Analisis (X_2) terhadap Y:

Analisis langsung = $PYX_2 \cdot PYX_2$

Analisis tidak langsung melalui (X_1) = $PYX_2 \cdot r_{X_2X_1} \cdot PYX_1$

Analisis tidak langsung melalui (X_3) = $\frac{PYX_2 \cdot r_{X_2X_3} \cdot PYX_3}{+}$

Analisis total (X_2) terhadap Y =

Analisis (X_3) terhadap Y:

Analisis langsung = $PYX_3 \cdot PYX_3$

Analisis tidak langsung melalui (X_1) = $PYX_3 \cdot r_{X_3X_1} \cdot PYX_1$

Analisis tidak langsung melalui (X_2) = $\frac{PYX_3 \cdot r_{X_3X_2} \cdot PYX_2}{+}$

Analisis total (X_3) terhadap Y =

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

$$P_{Y\varepsilon} = \sqrt{1 - R^2_{Y(X11, X12, X13)}}$$

10. Keputusan penerimaan atau penolakan H_0

Rumusan Hipotesis operasional:

$$H_0: PYX_1 = PYX_2 = PYX_3 = 0$$

H_i : sekurang-kurangnya ada sebuah $PYX_i \neq 0$, $i = 1, 2$, dan 3

Kriteria pengambilan keputusan pengujian hipotesis secara statistik dalam rangka pengambilan keputusan penerimaan atau penolakan hipotesis dapat ditulis sebagai berikut :

H_0 artinya tidak terdapat pengaruh antara *servicescape* yang terdiri atas *ambient conditions, spatial layout and functionality*, dan *signs symbols and*

artifact terhadap loyalitas tamu mancanegara di Alam Kukul Boutique Resort Bali.

H₁ artinya terdapat pengaruh antara *servicescape* yang terdiri atas *ambient conditions, spatial layout and functionality*, dan *signs symbols and artifact* terhadap loyalitas tamu mancanegara di Alam Kukul Boutique Resort Bali.

