

BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Penelitian ini menguji bagaimana *service quality* yang meliputi *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, *Emphaty* terhadap loyalitas tamu hotel. Objek penelitian yang menjadi variabel bebas adalah *service quality* yang terdiri dari *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, *Emphaty* sedangkan masalah penelitian yang merupakan variabel terikat adalah loyalitas yang terdiri dari *repeat*, *retention* dan *refferal*.

Pada penelitian ini, objek yang dijadikan responden adalah tamu *long stay guest* Holiday Inn Resort Batam. Penelitian ini dilakukan dalam kurun waktu kurang dari satu tahun, maka pendekatan yang digunakan menurut Sugiyono (2008:8) *Cross sectional method* adalah metode penelitian yang mempelajari objek dalam kurun waktu tertentu (tidak berkesinambungan dalam jangka waktu panjang). Berdasarkan objek penelitian tersebut, dianalisis mengenai *service quality* pada *long stay guest* di Holiday Inn Resort Batam dalam mewujudkan loyalitas tamu.

3.2 Metode Penelitian

3.2.1 Jenis Penelitian dan Metodologi yang Digunakan

Menurut Sugiyono (2008:2), “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 *service quality* berpengaruh terhadap loyalitas tamu hotel Holiday Inn Resort Batam.

Menurut pendapat 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 penelitian deskriptif, maka dapat diperoleh deskripsi gambaran mengenai kualitas pelayanan di Holiday Inn Resort Batam serta gambaran mengenai loyalitas tamu *Long Stay Guest* di Holiday Inn Resort Batam.

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”. Berdasarkan pada pengertian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kebenaran fenomena yaitu kepengaruh variabel bebas atau variabel eksogen yaitu kualitas pelayanan dengan variabel terikat atau variabel endogen yaitu loyalitas.

Berdasarkan jenis penelitiannya yaitu penelitian deskriptif dan verifikatif yang dilaksanakan melalui pengumpulan data di lapangan, maka metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *survey explanatory*. Menurut Kerlinger dalam Sugiyono (2008:11), bahwa yang dimaksud dengan metode *survey* adalah metode *survey* adalah metode yang digunakan untuk mendapatkan data dari tempat tertentu yang alamiah (bukan buatan), tetapi peneliti melakukan perlakuan dalam pengumpulan data, misalnya dengan mengedarkan kuesioner, *test*, wawancara, terstruktur dan sebagainya.

3.2.2 Operasionalisasi Variabel

Asep Hermawan (2006:118) mendefinisikan bahwa operasionalisasi variabel adalah bagaimana caranya kita mengukur variabel suatu penelitian agar dapat membedakan konsep teoritis dengan konsep analisis, maka perlu adanya penjabaran konsep melalui operasionalisasi variabel. Variabel yang diteliti adalah pengaruh kualitas pelayanan (X) yang terdiri dari *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, *Emphaty*, terhadap loyalitas (Y) yang terdiri dari *repeat*, *retention* dan *refferal*.

Penelitian ini menggunakan skala *Ordinal* dikarenakan data yang ada pada penelitian ini merupakan data ordinal. Secara lebih rinci operasionalisasi masing-masing variabel itu yang disajikan dalam Tabel 3.1.

TABEL 3.1
OPERASIONALISASI VARIABEL PENELITIAN

Variabel	Sub Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
<i>Service Quality</i> (X)		Seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas pelayanan yang mereka terima/peroleh. Parasuraman dalam Lovelock (2011:406)				
	<i>Reliability</i>	Kemampuan untuk memberikan pelayanan yang sesuai dengan janji yang ditawarkan. Parasuraman dalam Lovelock (2011:406)	Ketepatan	Front Office : <ul style="list-style-type: none"> • Tingkat ketepatan penjemputan tamu • Tingkat ketepatan memberikan informasi kepada tamu • Tingkat ketepatan memberikan ketersediaan kamar tamu. 	Ordinal	1 2 3

Variabel	Sub Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
				<ul style="list-style-type: none"> Tingkat ketepatan pembayaran <i>check in/check out</i> 		4
				Housekeeping : <ul style="list-style-type: none"> Tingkat ketepatan Informasi kamar untuk tamu 		5
				<ul style="list-style-type: none"> Tingkat ketepatan menata kamar 		6
				<ul style="list-style-type: none"> Tingkat ketepatan membersihkan kamar tamu 		7
				<ul style="list-style-type: none"> Tingkat ketepatan informasi laundry kamar tamu. 	Ordinal	8
				F & B : <ul style="list-style-type: none"> Tingkat ketepatan membuat pesanan tamu 		9
				<ul style="list-style-type: none"> Tingkat ketepatan ketersediaan menu yang ada 		10
				<ul style="list-style-type: none"> Tingkat ketepatan pembayaran makanan 		11
				<ul style="list-style-type: none"> Tingkat ketepatan <i>set up table</i> untuk setiap menu yang dihidangkan 		12
			Kecepatan	Front Office : <ul style="list-style-type: none"> Tingkat kecepatan <i>handle luggage</i> 		13
				<ul style="list-style-type: none"> Tingkat kecepatan melayani tamu <i>check in/check out</i> 		14

Variabel	Sub Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
				<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat kecepatan menanggapi <i>complaint</i> tamu 		15
				<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat kecepatan <i>luggage down</i> 		16
				Housekeeping : <ul style="list-style-type: none"> • Tingkat kecepatan menata kamar tamu 		17
				<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat kecepatan membersihkan kamar tamu 		18
				<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat kecepatan memberikan informasi kamar kepada FO team 	Ordinal	19
				F & B : <ul style="list-style-type: none"> • Tingkat kecepatan memberikan pesanan tamu 		20
				<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat kecepatan <i>set up table</i> untuk tamu 		21
				<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat kecepatan <i>clean up table</i> tamu 		22
				<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat kecepatan melayani pembayaran makanan tamu 		23
				Front Office : <ul style="list-style-type: none"> • Tingkat kesesuaian waktu penjemputan tamu 		24
			Kesesuaian	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat kesesuaian menyediakan kamar yang diinginkan tamu 	Ordinal	25

Variabel	Sub Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
				<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat kesesuaian pembayaran kamar 		26
				<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat kesesuaian waktu untuk <i>check out</i> 		27
				Housekeeping : <ul style="list-style-type: none"> • Tingkat kesesuaian kamar yang diinginkan tamu dan sudah dibersihkan housekeeping 		28
				<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat kesesuaian standar kebersihan kamar untuk tamu 		29
				<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat kesesuaian informasi laundry tamu 	Ordinal	30
			F & B : <ul style="list-style-type: none"> • Tingkat kesesuaian menu yang disajikan dengan makanan yang dipesan 	31		
				<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat kesesuaian <i>set up table</i> dengan makanan yang dipesan. 		32
				<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat kesesuaian pembayaran makanan yang dipesan 		33
	Responsiveness	Respon atau kesigapan karyawan dalam membantu pelanggan dan memberikan pelayanan yang cepat dan tanggap, yang				

Variabel	Sub Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
		meliputi: kesigapan karyawan dalam melayani pelanggan, kecepatan karyawan dalam menangani transaksi, dan penanganan Keluhan pelanggan Parasuraman dalam Lovelock (2011:406)	Kesigapan	Front Office :	Ordinal	34
				<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat kesigapan menanggapi kebutuhan tamu di <i>front desk</i> 		35
				<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat Kesigapan melayani transaksi tamu di <i>concierge</i> dan <i>front desk</i> 		36
				<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat Kesigapan merespon keluhan tamu di <i>lobby area</i> 		37
				Housekeeping :		38
				<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat Kesigapan menanggapi kebutuhan di dalam kamar tamu 		39
				<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat Kesigapan merespon keluhan kamar tamu yang kurang bersih 		40
				F & B :		41
				<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat Kesigapan merespon kebutuhan makanan yang diinginkan tamu 		
				<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat Kesigapan melayani transaksi pembayaran tamu 		
		<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat Kesigapan merespon keluhan dan keinginan tamu 				

Variabel	Sub Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
	Assurance	Kemampuan karyawan atas: pengetahuan terhadap produk secara tepat, kualitas keramahtamahan, perhatian dan kesopanan dalam memberi pelayanan, keterampilan dalam memberikan informasi, kemampuan dalam memberikan keamanan di dalam memanfaatkan jasa yang ditawarkan, dan kemampuan dalam menanamkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan. Parasuraman dalam Lovelock (2011:406)	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Product Knowledge</i> 	Front Office :	Ordinal	42
<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat pengetahuan produk seluruh karyawan <i>front office</i> • Tingkat keterampilan menyampaikan informasi di <i>front desk</i> 				43		
Housekeeping :				44		
<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat pengetahuan segala kebutuhan di kamar tamu • Tingkat keterampilan menyampaikan informasi seluruh kamar tamu 			45			
F & B :			46			
<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat pengetahuan seluruh produk F&B yang ada • Tingkat keterampilan menyampaikan seluruh informasi F&B 			47			
<ul style="list-style-type: none"> • Kepercayaan 			48			
Front Office :			49			
<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat kemampuan memberikan kepercayaan kepada tamu di <i>front desk area</i> • Tingkat kesopanan dan perhatian dalam melayani tamu • Tingkat keramahtamahan dalam melayani tamu 			50			

Variabel	Sub Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
				Housekeeping :		51
				<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat kemampuan memberikan kepercayaan kepada tamu dengan membersihkan kamar dengan baik 		52
				<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat kesopanan dan keramahtamahan pada saat membersihkan kamar ketika tamu berada di dalam kamar 		53
				<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat kemampuan untuk memberikan rasa aman pada saat kamar tamu sedang dibersihkan 	Ordinal	54
				F&B :		55
				<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat kesopanan dan keramahtamahan pada saat tamu berada di <i>restaurant area</i> 		56
				<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat kemampuan memberikan kepercayaan dengan menyediakan makanan sesuai keinginan tamu 		56
				<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat kemampuan memberikan informasi makanan dengan baik. 		56

Variabel	Sub Variabel Sub Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
			<ul style="list-style-type: none"> Kualitas 	Front Office : <ul style="list-style-type: none"> Tingkat kualitas melayani tamu sesuai standar operasional Tingkat kualitas kesopanan melayani tamu Tingkat kualitas dalam memberikan informasi kepada tamu Housekeeping : <ul style="list-style-type: none"> Tingkat kualitas dalam membersihkan kamar tamu Tingkat kualitas kesopanan melayani tamu didalam kamar Tingkat kualitas dalam memberikan informasi di dalam kamar tamu F & B : <ul style="list-style-type: none"> Tingkat kualitas makanan yang disajikan untuk tamu Tingkat kualitas memberikan makanan sesuai pesanan tamu Tingkat kualitas melayani tamu di restaurant Tingkat kualitas memberikan informasi F&B kepada tamu. 	Ordinal	57
						58
						59
						60
						61
						62
						63
					64	
					65	
					66	
	Empathy	Perhatian secara individual diberikan perusahaan pada pelanggan seperti kemudahan menghubungi perusahaan,	Perhatian	Front Office : <ul style="list-style-type: none"> Tingkat kemudahan mendapatkan informasi di front desk 	Ordinal	67

Variabel	Sub Variabel Sub Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
		kemampuan karyawan untuk berkomunikasi dengan pelanggan, dan usaha perusahaan untuk memahami keinginan dan kebutuhan pelanggannya. Parasuraman dalam Lovelock (2011:406)	Perhatian	<ul style="list-style-type: none"> Tingkat komunikasi yang baik dengan tamu Tingkat memahami keinginan dan kebutuhan tamu di front office area. 		68
				Housekeeping :		69
				<ul style="list-style-type: none"> Tingkat kemudahan tamu dalam mendapatkan segala kebutuhan di kamar hotel Tingkat komunikasi yang baik ketika tamu berada di kamar 		70
				<ul style="list-style-type: none"> Tingkat memahami segala keinginan dan kebutuhan tamu di dalam kamar 	Ordinal	71
				F & B :		72
				<ul style="list-style-type: none"> Tingkat kemudahan tamu untuk memesan makanan baik dari kamar atau di restaurant Tingkat komunikasi yang baik dengan tamu di restaurant area 		73
				<ul style="list-style-type: none"> Tingkat memahami segala kebutuhan dan keinginan tamu di <i>restaurant</i>. 		74
						75

Variabel	Sub Variabel Sub Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
Loyalitas (Y)		Perilaku yang ditunjukkan dengan pembelian rutin yang didasarkan pada awalnya dari pengambilan keputusan. Lupiyoadi (2001:161)				
	Repeat	Apabila konsumen membutuhkan produk atau jasa akan membeli produk tersebut pada perusahaan tersebut. Lupiyoadi (2001 : 161)	Pembelian produk dan jasa hotel	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat intensitas pembelian berulang produk <i>meeting</i> di hotel • Tingkat pembelian berulang produk F&B • Tingkat penggunaan layanan <i>Room Service</i> • Tingkat pembelian berulang produk Tea Tree Spa • Tingkat penggunaan Shuttle Bus • Tingkat Penggunaan Taxi hotel • Tingkat penggunaan Shuttle Van 	Ordinal	76
						77
						78
						79
						80
						81
	Retention	Konsumen tidak terpengaruh kepada pelayanan yang ditawarkan oleh pihak lain. Lupiyoadi (2001 : 161)	Kepercayaan	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat kekebalan pelanggan untuk berpindah ke hotel lain. • Tingkat kesesuaian produk F&B dengan hotel lain • Tingkat Keamanan dengan hotel lain • Tingkat ketersediaan kebutuhan tamu dengan hotel lain 	Ordinal	83
						84
						85
						86

Variabel	Sub Variabel Sub Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
			•	<ul style="list-style-type: none"> Tingkat variasi promosi produk dengan hotel lain. Tingkat kenyamanan fasilitas hotel dengan hotel lain. 	Ordinal	87
						88
	Refferal	Jika produk atau jasa baik, konsumen akan mempromosikan kepada orang lain, dan jika buruk konsumen diam dan memberitahukan-nya pada pihak perusahaan. Lupiyoadi (2001 : 161)	Rekomendasi	<ul style="list-style-type: none"> Tingkat merekomendasi kan menginap di Holiday Inn Resort Batam kepada orang lain. Tingkat menyampaikan hal positif tentang Holiday Inn Resort Batam pada orang lain. Tingkat merekomendas ikan produk F&B Holiday Inn Resort Batam kepada orang lain Tingkat merekomendas i-kan Tea Tree Spa di Holiday Inn Resort Batam kepada orang lain 	Ordinal	89
						90
						91
						92

Sumber : Hasil Pengolahan Data

3.2.3 Jenis dan Sumber Data

Ulber Silalahi (2010:280) mengemukakan bahwa data merupakan bahan penting yang digunakan oleh peneliti untuk menjawab pertanyaan atau menguji hipotesis dan mencapai tujuan penelitian.

Menurut Agus Salim (2008), data dapat dibedakan menjadi data primer dan data sekunder.

1. Data primer adalah data-data yang diperoleh secara langsung dalam kegiatan penelitian lapangan. Data primer dapat berbentuk isian kuesioner atau langsung dari responden berdasarkan masalah yang sedang dikaji.
2. Data sekunder adalah data-data yang diperoleh secara tidak langsung dalam kegiatan penelitian. Data sekunder dapat diperoleh dari sensus, laporan data, dan statistik yang berasal dari penelitian yang telah dilakukan sebelumnya.

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	Jenis Data	Sumber Data	Digunakan Untuk Tujuan		
				T-1	T-2	T-3
1.	Profil perusahaan, Struktur Organisasi	Sekunder	Holiday Inn Resort Batam	√		
2.	Operasi kegiatan perusahaan	Sekunder	Holiday Inn Resort Batam	√		
3.	Karakteristik responden	Primer	Konsumen	√	√	√
4	Tanggapan Konsumen terhadap <i>service quality</i>	Primer	Konsumen	√		√
5.	Tanggapan Konsumen terhadap loyalitas konsumen	Primer	Konsumen		√	√

Sumber : Data Primer, Diolah Kembali

Keterangan :

T-1 : Untuk mengetahui tanggapan mengenai kualitas pelayanan yang terdiri dari

Reliability, Responsiveness, Assurance, Emphaty.

T-2 : Untuk mengetahui tanggapan terhadap loyalitas.

T-3 : Untuk menjelaskan seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan yang terdiri dari *Reliability, Responsiveness, Assurance, Emphaty* terhadap loyalitas.

3.2.4 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

3.2.4.1. Populasi

Asep Hermawan (2009:143) menjelaskan bahwa “Populasi berkaitan dengan seluruh kelompok orang, peristiwa, atau benda yang menjadi pusat perhatian peneliti untuk diteliti”. Batasan lebih jelas disampaikan oleh Sugiyono (2009:61), bahwa “Populasi adalah 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 harus dimulai dengan penentuan yang jelas mengenai populasi yang menjadi sasaran penelitiannya yang disebut populasi sasaran yaitu populasi yang akan menjadi cakupan kesimpulan penelitian. Jadi apabila dalam sebuah hasil penelitian dikeluarkan kesimpulan, maka menurut etika penelitian kesimpulan tersebut hanya berlaku untuk populasi sasaran yang telah ditentukan.

Dalam hal ini Populasi Holiday Inn Resort Batam adalah sebagai berikut :

TABEL 3.3
JENIS DAN JUMLAH *LONG STAY GUEST*
HOLIDAY INN RESORT BATAM TAHUN 2010

No	Jenis Tamu	Jumlah pengunjung	%
1	<i>corporate</i>	156.098	71,1 %
2	<i>Leisure Group</i>	44.158	20,3 %
3	<i>Individual</i>	17.429	8,6 %
4	Total	217.685	100%

Sumber : Holiday Inn Resort Batam 2011

Sampel

Pada suatu penelitian tidak mungkin semua populasi dapat diteliti, hal ini disebabkan oleh beberapa faktor, diantaranya keterbatasan waktu, tenaga dan biaya yang tersedia. Maka itulah peneliti diperkenankan mengambil sebagian dari objek populasi yang telah ditentukan, dengan catatan bagian yang diambil tersebut cukup mempresentasikan yang lainnya. Pengambilan sebagian subyek dari populasi dinamakan sampel.

Sugiyono (2009:62) berpendapat bahwa sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan penelitian tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan biaya, tenaga, dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi tersebut.

Adapun rumus yang digunakan dalam menentukan besar atau tidaknya ukuran sampel yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan rumus iterasi, yaitu ukuran sampel yang merupakan perbandingan dari ukuran populasi dengan prosentase kelonggaran ketidaktelitian, karena dalam pengambilan sampel masih dapat ditolerir atau diinginkan. Dalam pengambilan sampel ini digunakan taraf kesalahan sebesar 5%. Adapun langkah-langkah metode iterasi adalah sebagai berikut (Sitepu, 1994:110):

1. Tentukan perkiraan harga koefisien terkecil antara variabel penyebab yang akan dibandingkan atau diuji perbedaan pengaruhnya dan yang ada dalam jalur variabel akibat. Hal ini didasarkan pada intuisi peneliti dalam bidang yang akan diteliti dan keterangan-keterangan lainnya.

2. Tentukan taraf nyata dan kuasa diuji 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.

Sampel dapat ditentukan berdasarkan rumus sebagai berikut:

$$n = \frac{(Z_{1-\alpha}) + Z_{(1-\beta)}^2}{U^2 \rho^2} \quad \text{dengan} \quad U^2 \rho^2 = \frac{1}{2} \ln \frac{1+\rho}{1-\rho}$$

Keterangan:

ρ = koefisien korelasi terkecil yang diperkirakan dengan 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

Pada iterasi kedua menggunakan rumus:

$$n = \frac{(Z_{1-\alpha}) + Z_{(1-\beta)}^2}{U^2 \rho^2} + 3 \quad \text{dengan} \quad U^2 \rho^2 = \frac{1}{2} \ln \frac{1+\rho}{1-\rho} + \frac{\rho}{2(n-1)}$$

5. Apabila ukuran sampel minimal pada iterasi 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 sama, baru berhenti)

Berikut langkah kerjanya :

$$\rho = 0,34 \quad Z_{1-\alpha} = 1,645$$

$$\alpha = 0,05 \quad Z_{1-\alpha} = 1,645$$

1. iterasi 1

$$U^{1\rho} = \frac{1}{2} \ln \left(\frac{1+0,34}{1-0,34} \right) = \frac{1}{2} (\ln 1,34 - \ln 0,66)$$

$$= \frac{1}{2} (0,292669614 - (-0,415515444))$$

$$= \frac{1}{2} (0,708185058)$$

$$= 0,354092529$$

$$n_1 = \frac{(1,645+1,645)^2}{(0,354092529)^2} = \frac{10,8241}{0,125381519} + 3$$

$$= 86,32930982 + 3$$

$$= 89,32930982 = 89$$

2. iterasi 2

$$U^{1\rho} = \frac{1}{2} \ln \left(\frac{1+0,34}{1-0,34} \right) + \frac{0,34}{2(89-1)} = 0,354092529 + \frac{0,34}{176}$$

$$= 0,354092529 + 0,001931818182$$

$$= 0,356024347$$

$$n_1 = \frac{(1,645+1,645)^2}{(0,356024347)^2} + 3 = \frac{10,8241}{0,126753335} + 3$$

$$= 85,39499178 + 3$$

$$= 88,39499178 = 88$$

3. iterasi 3

$$\begin{aligned}
 U^{1,p} &= \frac{1}{2} \frac{1+0,34}{1-0,34} + \frac{0,34}{2(89-1)} = 0,354092529 + \frac{0,34}{176} \\
 &= 0,354092529 + 0,001931818182 \\
 &= 0,356024347
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 n1 &= \frac{(1,645+1,645)^2}{(0,356024347)^2} + 3 = \frac{10,8241}{0,126753335} + 3 \\
 &= 85,39499178 + 3 \\
 &= 88,3499178 = 88
 \end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan di atas, maka ukuran sampel minimal dalam penelitian ini ditetapkan, kemudian untuk $\alpha = 0,05$, $\beta = 0,05$, $Z_{1-\alpha} = 1,645$, $Z_{1-\alpha} = 1,645$ adalah sebesar 88. Menurut Winarno Surakhman (1998:100) mengatakan bahwa “untuk jaminan ada baiknya sampel selalu ditambah sedikit lagi dari jumlah matematika”. Berdasarkan ukuran sampel (n) minimal, maka dalam penelitian ini ditetapkan ukuran sampel (n) yaitu 100 agar lebih representatif.

3.2.4.3 Teknik Sampling

Teknik sampling adalah cara bagi peneliti di dalam menentukan sampel yang akan diteliti yang diambil dari populasi tertentu seperti yang diungkapkan oleh Sugiyono (2009:77) bahwa teknik sampling adalah merupakan teknik pengambilan sampel.

Teknik yang digunakan pada penelitian ini adalah Proporsional *Stratified Random Sampling*. Menurut Sugiyono (2008:82).”Proporsional *Stratified Random Sampling* adalah teknik pengambilan sampel dengan mengambil anggota sampel

dari populasi yang mempunyai anggota atau unsur yang tidak homogen dan strata secara proporsional”

Teknik sampling ini digunakan apabila populasinya tidak homogen (heterogen). Stratified proportional random sampling menggambarkan sifat populasi yang heterogen dan harus dibagi ke dalam strata yang seragam atau homogen, kemudian dari setiap strata diambil sample dengan cara acak.

Berdasarkan teknik Proporsional *Stratified Random Sampling* atau pemilihan sampel secara acak sederhana karena populasi dalam penelitian dianggap heterogen. Ulber Silalahi (2010:241) mengemukakan bahwa:

Pemilihan sampel secara acak sederhana adalah proses pemilihan sampel dalam cara tertentu yang didalamnya semua elemen dalam populasi didefinisikan mempunyai kesempatan yang sama, bebas dan seimbang dipilih menjadi sampel. Ini berarti sampel acak sederhana adalah sejumlah elemen sampel yang secara random dipilih dari elemen-elemen populasi yang ada terdaftar.

Sampel yang didapatkan harus representatif (mewakili), untuk itu perlu dilakukan langkah-langkah yang sistematis untuk mendapatkan sampel yang representatif. Penggunaan teknik ini memungkinkan untuk memberikan peluang kepada populasi yang lebih kecil untuk tetap dipilih sebagai sampel (Rakhmat 2004:79) dengan rumus :

$$n_1 \times n$$

Keterangan : n_1 = Jumlah jiwa

$$N = \frac{\quad}{N}$$

N

$$n = \text{Jumlah sampel}$$

N = Populasi

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 Holiday Inn Resort Batam ini dilakukan kepada pihak pimpinan *Training Manager, Sales & Marketing, Reservation, dan Revenue manager* Holiday Inn Resort Batam. Wawancara ini dilakukan untuk memperoleh data mengenai profil perusahaan Holiday Inn Resort Batam.

2. Observasi

Observasi dilakukan dengan cara meninjau serta melakukan pengamatan langsung terhadap objek yang diteliti yaitu Holiday Inn Resort Batam, khususnya mengenai kualitas pelayanan dan loyalitas pada Holiday Inn Resort Batam.

3. Kuesioner (Angket)

Sugiyono (2008:142) mengemukakan bahwa “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 konsumen pada Holiday Inn Resort Batam,

kualitas pelayanan, serta loyalitas konsumen. Kuesioner ditujukan kepada tamu *Long Stay Guest* yang menginap di Holiday Inn Resort Batam

4. Studi Literatur

Studi literatur merupakan usaha pengumpulan informasi yang berhubungan dengan teori-teori yang berkaitan dengan masalah variabel yang diteliti yang terdiri dari kualitas pelayanan dan loyalitas. Studi literatur dalam penelitian ini didapat dari berbagai sumber seperti skripsi, jurnal, media cetak dan elektronik.

Untuk mengetahui lebih jelas teknik pengumpulan data dalam penelitian ini, maka peneliti mengumpulkan dan menyajikannya dalam tabel berikut ini :

TABEL 3.4
TEKNIK PENGUMPULAN DATA DIKAITKAN DENGAN
TUJUAN PENELITIAN

No	Teknik Pengumpulan Data	Sumber Data	Digunakan Untuk Tujuan Penelitian		
			T-1	T-2	T-3
1	Wawancara	Pihak pimpinan <i>Training Manager, Marketing, Reservation</i> dan <i>Revenue manager</i> Holiday Inn Resort Batam		√	√
2	Observasi	Aktivitas pelaksanaan kualitas pelayanan dan loyalitas tamu	√		√
3	Angket/Kuesioner	Tamu <i>long stay guest</i> yang menginap di Holiday Inn Resort Batam	√	√	√
4	Studi Literatur	Kualitas pelayanan dan loyalitas tamu	√	√	

Sumber : Data Primer, Diolah Kembali

Keterangan :

T-1 : Untuk mengetahui tanggapan mengenai kualitas pelayanan yang terdiri dari

Reliability, Responsiveness, Assurance, Emphaty

T-2 : Untuk mengetahui tanggapan terhadap loyalitas.

T-3 : Untuk menjelaskan seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan yang terdiri dari *Reliability, Responsiveness, Assurance, Emphaty* terhadap loyalitas tamu.

3.2.6 Hasil Pengujian Validitas dan Realibilitas

Setelah data yang diperoleh dari responden melalui kuesioner terkumpul, yang selanjutnya adalah mengolah dan menafsirkan data sehingga dari hasil tersebut dapat dilihat apakah antara variabel *service quality* (X) ada pengaruhnya atau tidak terhadap variabel loyalitas (Y). Sebelum melakukan analisis data, dan juga untuk menguji layak atau tidaknya kuesioner yang disebarakan kepada responden, terlebih dahulu dilakukan Uji Validitas dan Uji Reliabilitas untuk melihat tingkat kebenaran serta kualitas data.

3.2.6.1 Hasil Pengujian Validitas

Pengujian validitas dilakukan untuk mengukur bahwa terdapat kesamaan antara data yang ada dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek penelitian. Menurut Ulber Silalahi (2010:244) menjelaskan bahwa Validitas adalah sejauhmana perbedaan dalam skor pada suatu instrumen (item-item dan kategori respon yang diberikan kepada satu variabel khusus) mencerminkan kebenaran perbedaan antara individu-individu, kelompok-kelompok atau situasi-situasi dalam karakteristik (variabel) yang diketemukan untuk ukuran.

Rumus yang digunakan untuk menguji validitas adalah rumus Korelasi

Product Moment sebagai berikut :

$$r_{xy} = \frac{N\sum X_1 Y_1 - (\sum X_1)(\sum Y_1)}{\sqrt{\{N\sum X_1^2 - (\sum X_1)^2\} \{N\sum Y_1^2 - (\sum Y_1)^2\}}}$$

Sumber : Riduwan dan Asep Suryana (2010:60).

Dimana:

r : Koefisien korelasi antara variabel X dan Y, dua variabel yang dikorelasikan.

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

$\sum Y^2$: Jumlah kuadrat dalam skor distribusi Y

$\sum X^2$: Jumlah kuadrat dalam skor distribusi X

N : Banyaknya responden

Besarnya koefisien korelasi menurut Riduwan dan Asep Suryana (2010:61) adalah sebagai berikut :

TABEL 3.5
KOEFISIEN KORELASI

Besarnya Nilai	Interpretasi
Antara 0,800 sampai dengan 1,00	Sangat kuat
Antara 0,600 sampai dengan 0,800	kuat
Antara 0,400 sampai dengan 0,600	Cukup rendah
Antara 0,200 sampai dengan 0,400	Rendah
Antara 0,000 sampai dengan 0,199	Sangat rendah

Sumber : Riduwan dan Asep Suryana (2010:61)

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 ini keputusan pengujian validitas instrumen:

Ardi Wibisana Nugraha, 2011

Pengaruh Service Quality terhadap Loyalitas ...

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu

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

Pada pelaksanaan perhitungannya validitas item instrumen dilakukan dengan bantuan program SPSS 16.0 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 $n-2$, di mana $n-2$ merupakan jumlah responden). Sedangkan pengujian keberartian koefisien korelasi (r) dilakukan dengan taraf signifikansi 10%. Rumus uji t yang digunakan sebagai berikut :

$$t = r \frac{\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}; db = n-2$$

Keputusan pengujian validitas item instrumen, adalah sebagai berikut:

1. Nilai r dibandingkan dengan harga r_{tabel} dengan $dk = n-2$ dan taraf signifikansi $\alpha = 0,05$
2. Item pertanyaan yang diteliti dikatakan valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$
3. Item pertanyaan yang diteliti dikatakan tidak valid jika $r_{hitung} < r_{tabel}$

Berdasarkan uji validitas yang dilakukan, didapat hasil pengujian yang dicantumkan pada Tabel 3.6 Pada tabel tersebut dinyatakan bahwa seluruh pertanyaan pada variabel *service quality* dapat dilanjutkan untuk melakukan penelitian.

TABEL 3.6
HASIL PENGUJIAN VALIDITAS X (SERVICE QUALITY)

No	Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
a.	Reliability (ketepatan)			
1	ketepatan penjemputan tamu	0,964	0,374	Valid
2.	Ketepatan pembayaran check in/out di FO	0.904	0,374	Valid
3.	Ketepatan House Keeping menata kamar	0,964	0,374	Valid
4.	Ketepatan HK membersihkan kamar	0,995	0,374	Valid
5	Ketepatan FB membuat pesanan tamu	0,765	0,374	Valid
6	Ketepatan pembayaran di FB	0,883	0,374	Valid
	Reliability (kecepatan)			
5	Kecepatan FO handle luggage	0,985	0,374	Valid
6	kecepatan FO melayani check in/out	0,521	0,374	Valid
7	Kecepatan HK menata kamar	0,762	0,374	Valid
8	Kecepatan HK membersihkan kamar	0,924	0,374	Valid
9	Kecepatan FB memberikan pesanan tamu	0,734	0,374	Valid
10	Kecepatan FB clean up table	0,918	0,374	Valid
	Reliability (kesesuaian)			
11	Kesesuaian FO dalam penjemputan tamu	0,996	0,374	Valid
12	Kesesuaian FO menyediakan kamar yang diinginkan tamu	0,996	0,374	Valid
13	Kesesuaian HK dalam kebersihan kamar sesuai standar	0,956	0,374	Valid
14	Kesesuaian informasi HK dalam laundry tamu	0,910	0,374	Valid
15	Kesesuaian FB dalam menyajikan pesanan tamu	0,956	0,374	Valid
16	Kesesuaian FB dalam pembayaran	0,829	0,374	Valid
b	Responsiveness (kesigapan)			
14	Kesigapan FO menanggapi kebutuhan tamu di front desk	0,955	0,374	Valid
15	Kesigapan FO melayani transaksi di concierge dan front desk	0,750	0,374	Valid
16	Kesigapan HK menanggapi kebutuhan di dalam kamar tamu	0,975	0,374	Valid
17	Kesigapan HK merespon keluhan kamar tamu yang kurang bersih	0,498	0,374	Valid
18	Kesigapan FB merespon kebutuhan makanan yang diinginkan	0,498	0,374	Valid
19	Kesigapan FB melayani transaksi pembayaran	0,975	0,374	Valid
c.	Assurance (product knowledge)			
20	Pengetahuan seluruh karyawan FO	0,980	0,374	Valid
21	Keterampilan FO menyampaikan informasi di front desk	0,999	0,374	Valid
22	Pengetahuan HK dalam kebutuhan kamar tamu	0,999	0,374	Valid
23	Keterampilan HK menyampaikan informasi seluruh kamar tamu	0,751	0,374	Valid
24	Pengetahuan seluruh karyawan FB	0,982	0,374	Valid
25	Keterampilan FB menyampaikan informasi	0,844	0,374	Valid

No	Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Assurance (kepercayaan)				
26	Kepercayaan tamu akan kemampuan FO memberikan kepercayaan kepada tamu	1,000	0,374	Valid
27	Kepercayaan tamu kepada HK dalam kebersihan kamar tamu	1,000	0,374	Valid
28	Kepercayaan tamu kepada FB dalam menyediakan pesanan sesuai keinginan tamu	1,000	0,374	Valid
Assurance (kualitas)				
29	Kualitas FO melayani tamu	0,970	0,374	Valid
30	Kualitas HK dalam kebersihan kamar tamu	0,997	0,374	Valid
31	Kualitas HK dalam pelayanan kamar tamu	0,970	0,374	Valid
32	Kualitas produk FB	0,997	0,374	Valid
33	Kualitas pelayanan restaurant FB	0,772	0,374	Valid
Empathy (perhatian)				
34	Kemudahan tamu menghubungi FO	0,994	0,374	Valid
35	Kemampuan FO berkomunikasi dan memahami keinginan tamu	0,999	0,374	Valid
31	Kemudahan tamu menghubungi HK	0,960	0,374	Valid
32	Kemampuan HK berkomunikasi dan memahami keinginan tam	0,960	0,374	Valid
33	Kemudahan tamu menghubungi FB	0,810	0,374	Valid
34	Kemampuan FB dalam berkomunikasi dan memahami keinginan tamu	0,994	0,374	Valid

Sumber: Pengolahan data ,2011

Berdasarkan uji validitas yang dilakukan, didapat hasil pengujian yang dicantumkan pada Tabel 3.7. Pada tabel tersebut dinyatakan bahwa seluruh pertanyaan pada variabel loyalitas dapat dilanjutkan untuk melakukan penelitian.

Penyajian Tabel 3.7 sebagai berikut:

TABEL 3.7
HASIL PENGUJIAN VALIDITAS Y (Loyalitas)

No	Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
a.	Repeat (Pembelian Produk dan Jasa Hotel)			
	Tingkat intensitas tamu untuk menginap di hotel dalam 1 tahun	0,993	0,374	Valid
	Tingkat frekuensi lama menginap tamu di hotel	0,970	0,374	Valid
	Tingkat penggunaan fasilitas hotel selian kamar	0,993	0,374	Valid
	Tingkat keinginan tamu untuk menginap kembali di hotel	0,932		
b.	Refferal (Rekomendasi)			
	Tingkat penolakan tamu untuk menginap di hotel lain	0,970	0,374	Valid
	Tingkat penolakan tamu untuk menggunakan fasilitas hotel lain	0,693	0,374	Valid
	Tingkat penolakan tamu untuk memilih variasi produk hotel lain	0,989	0,374	Valid
	Tingkat kenyamanan hotel dengan hotel lain	0,536	0,374	Valid
c.	Retention (Kepercayaan)			
	Tingkat penolakan tamu untuk menginap di hotel lain	0,970	0,374	Valid
	Tingkat penolakan tamu untuk menggunakan fasilitas hotel lain	0,693	0,374	Valid
	Tingkat penolakan tamu untuk memilih variasi produk hotel lain	0,989	0,374	Valid

No	Pernyataan	r _{hitung}	r _{tabel}	Keterangan
	Tingkat kenyamanan hotel dengan hotel lain	0,536		Valid

Sumber: Pengolahan data ,2011

3.2.6.2 Pengujian Reliabilitas

Ulber silalahi (2010:237) menjelaskan bahwa “Reliabilitas adalah ketepatan atau akurasi instrumen pengukur”. Sedangkan menurut Uma Sekaran (2006:244) mengemukakan bahwa “Reliabilitas merupakan suatu ukuran untuk membuktikan konsistensi dan stabilitas instrumen penelitian”.

Pengujian reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan rumus *Cronbach alpha*. Hair, Anderson, Tatham & Black dalam Uma Sekaran (2006:177) mengemukakan:

Cronbach alpha adalah koefisien keandalan yang menunjukkan seberapa baik item dalam suatu kumpulan secara positif berkorelasi atau satu sama lain. *Cronbach alpha* dihitung dalam rata-rata interkorelasi antar item yang mengukur konsep. Semakin dekat *cronbach alpha* dengan 1, semakin tinggi keandalan konsistensi internal

Adapun rumus *Cronbach alpha* adalah sebagai berikut:

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

(Husein Umar, 2003:146)

Keterangan:

r_{11} = reliabilitas instrumen

k = banyak butir pertanyaan atau banyaknya soal

σ_1^2 = varians total

$\sum \sigma_b^2$ = jumlah varian butir

Jumlah varian butir dapat dicari dengan cara mencari nilai varians tiap butir, kemudian jumlahkan seperti berikut ini:

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

(Husein Umar, 2003:147)

Keputusan uji reliabilitas ditentukan dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Jika koefisien internal seluruh item (r_{11}) \geq r tabel dengan tingkat signifikansi 5% maka item pertanyaan dikatakan reliabel.
2. Jika koefisien internal seluruh item (r_{11}) $<$ r tabel dengan tingkat signifikansi 5% maka item pertanyaan dikatakan tidak reliabel.

Perhitungan validitas dan reliabilitas pertanyaan dilakukan dengan bantuan program aplikasi SPSS 16 *for window*. Adapun langkah-langkah menggunakan SPSS 16 *for window* sebagai berikut:

1. Memasukkan data variabel X dan Y setiap item jawaban responden atas nomor item pada data view.
2. Klik variabel view, lalu isi kolom *name* dengan variabel-variabel penelitian (misalnya X, Y) *width*, *decimal*, *label* (isi dengan nama-nama atas variabel penelitian), *coloum*, *align*, (*left*, *center*, *right*, *justify*) dan isi juga kolom *measure* (skala: ordinal).
3. Kembali ke data view, lalu klik *analyze* pada toolbar pilih *Reliability Analyze*
4. Pindahkan variabel yang akan diuji atau klik Alpha, OK.
5. Akan dihasilkan output, apakah data tersebut valid serta reliabel atau tidak dengan membandingkan data hitung dengan data tabel.

TABEL 3.8
HASIL UJI RELIABILITAS PENGARUH *SERVICE QUALITY*
TERHADAP LOYALITAS *LONG STAY GUEST* MANCANEGERA DI
HOLIDAY INN RESORT BATAM

No	Variabel	N of Item	r_{hitung} (Alpha)	r_{tabel}	Keterangan
1.	<i>Service quality</i>	4	0,913	0,70	Reliabel
2.	Loyalitas	3	0,964	0,70	Reliabel

Sumber: hasil pengolahan data, 2011

Berdasarkan Tabel 3.8 di atas, variabel yang memiliki nilai tertinggi adalah *Service quality*, dengan nilai r_{hitung} sebesar 0,913 sedangkan variabel Loyalitas memiliki nilai r_{hitung} sebesar 0,964.

3.2.7 Rancangan Analisis Data dan Pengujian Hipotesis

3.2.7.1 Rancangan Analisis Data Deskriptif dan Verifikatif

Analisis deskriptif digunakan untuk melihat faktor penyebab yang dalam penelitian ini analisis deskriptif yang digunakan antara lain :

- a. Analisis deskriptif tentang *service quality* melalui *I-Arrive*, *I-Opener* dan *I-Clean* yang terdiri dari *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, *Emphaty* pada Holiday Inn Resort Batam.
- b. Analisis deskriptif tentang loyalitas tamu di Holiday Inn Resort Batam yang terdiri dari *repeat*, *retention* dan *refferal*.
- c. Analisis deskriptif tentang *service quality* melalui *I-Arrive*, *I-Opener* dan *I-clean* yang terdiri dari *Empathy*, *Assurance*, *Responsiveness* dan *Reability staff* terhadap loyalitas tamu di hotel Holiday Inn Resort Batam.

Analisis verifikatif dipergunakan untuk menguji hipotesis dengan menggunakan uji statistik dan menitikberatkan pada pengungkapan perilaku

variabel penelitian.

3.2.7.2 Pengujian Hipotesis

Penelitian ini menggunakan data ordinal seperti dijelaskan dalam operasional variabel sebelumnya, Oleh karena itu, semua data ordinal yang terkumpul terlebih dahulu ditransformasikan menjadi skala interval dengan menggunakan *Method of Succesive Interval* (Suliyanto, 2005:25). Langkah-langkah untuk melakukan transformasi data tersebut sebagai berikut :

- a. Menghitung frekuensi (f) pada setiap pilihan jawaban, berdasarkan hasil jawaban responden pada setiap pertanyaan.
- b. Berdasarkan frekuensi yang diperoleh untuk setiap pertanyaan, dilakukan perhitungan proporsi (p) setiap pilihan jawaban dengan cara membagi frekuensi dengan jumlah responden.
- c. Berdasarkan proporsi tersebut, selanjutnya dilakukan perhitungan proporsi kumulatif untuk setiap pilihan jawaban.
- d. Menentukan nilai batas Z (tabel normal) untuk setiap pertanyaan dan setiap pilihan jawaban.
- e. Menentukan nilai interval rata-rata untuk setiap pilihan jawaban melalui persamaan sebagai berikut :

$$\text{Skor Value} = \frac{(Density \text{ at Lower Limit}) - (Density \text{ at Upper Limit})}{$$

$$(Area \text{ Below Upper Limit}) - (Area \text{ Below Lower Limit})$$

- f. Data penelitian yang telah berskala interval selanjutnya akan ditentukan pasangan data variable independent dengan variable

dependen serta akan ditentukan persamaan yang berlaku untuk pasangan-pasangan tersebut.

Keperluan analisis yang lebih khusus dalam menunjang pengujian hipotesis penelitian ditempuh melalui langkah-langkah sebagai berikut :

1. Menyusun data

Kegiatan ini dilakukan untuk mengecek kelengkapan identitas responden, kelengkapan data dan pengisian data yang disesuaikan dengan tujuan penelitian.

2. Tabulasi Data

1. Memberi skor pada setiap item
2. Menjumlahkan skor pada setiap item
3. Menyusun ranking skor pada setiap variabel penelitian

3. Menganalisis Data

Menganalisis data yaitu proses pengolahan data dengan menggunakan rumus-rumus statistik, menginterpretasi data agar diperoleh suatu kesimpulan.

4. Pengujian

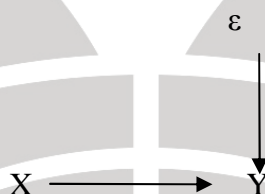
Proses pengujian hipotesis pada penelitian ini adalah metode verifikatif, maka dilakukan analisis jalur (*path analysis*). Analisis jalur bertujuan untuk menerangkan besarnya pengaruh langsung dan tidak langsung dari satu atau lebih variabel sebagai variabel penyebab terhadap satu atau lebih variabel lainnya sebagai variabel akibat.

Analisis digunakan untuk menentukan besarnya pengaruh variabel

eksogen (X) yaitu kinerja kualitas pelayanan yang terdiri dari reliability (X1), responsiveness (X2), assurance (X3), dan empathy (X4), terhadap variabel endogen (Y) yaitu loyalitas.

Pengolahan data yang bersifat kualitatif akan dilakukan dengan bantuan SPSS 18,0 *for window* dan *excel*, yang kemudian disajikan dalam bentuk tabel, grafik, gambar, yang dijadikan dasar untuk menganalisis secara kualitatif maupun kuantitatif, sehingga diperoleh deskripsi yang jelas mengenai tanggapan tamu yang menginap Holiday Inn Resort Batam terhadap *service quality* terhadap loyalitas Holiday Inn Resort Batam.

Selanjutnya akan ditentukan pasangan data variabel independen dari semua sampel penelitian. Berdasarkan hipotesis konseptual yang diajukan, terdapat hubungan antara variabel penelitian. Hipotesis tersebut digambarkan dalam sebuah paradigma seperti disajikan pada Gambar 3.1.



GAMBAR 3.1

DIAGRAM JALUR HIPOTESIS

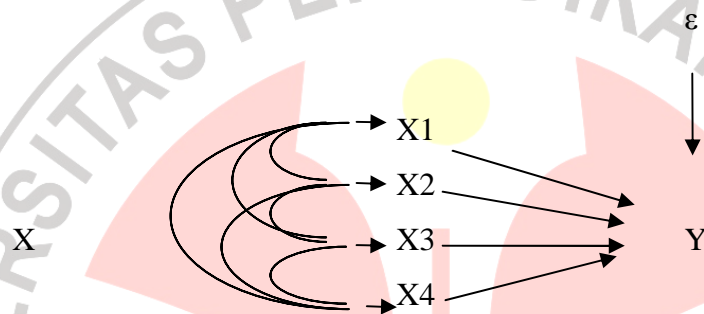
Keterangan :

X : *service quality* Y : Loyalitas ε : Epsilon (Variabel lain)

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

tersebut tidak diperhatikan.

Struktur hubungan antara X dan Y diuji melalui analisis jalur dengan hipotesis berbunyi terdapat pengaruh yang signifikan *service quality* (X) yang terdiri dari reliability (X1), responsiveness (X2), assurance (X3), empathy (X4), terhadap loyalitas (Y). Pengujian hipotesis dilakukan dengan beberapa langkah, berikut gambar diagram jalur sub struktur hipotesis :



GAMBAR 3.2
DIAGRAM JALUR SUB STRUKTUR HIPOTESIS

a. Menghitung Matriks Korelasi Antar Variabel Bebas

$$R1 = \begin{pmatrix} X.1 & X.2 & X.3 & X.4 \\ 1 & r_{X.2X.1} & r_{X.3X.1} & r_{X.4X.1} \\ & 1 & r_{X.3X.2} & r_{X.4X.2} \\ & & 1 & r_{X.4X.3} \\ & & & 1 \end{pmatrix}$$

b. Identifikasi Persamaan Sub Struktur Hipotesis Menghitung Matriks Invers

$$\text{Korelasi } R1^{-1} = \begin{pmatrix} X.1 & X.2 & X.3 & X.4 \\ C.1 & C.2 & C.3 & C.4 \\ & C.2 & C.3 & C.4 \\ & & C.3 & C.4 \\ & & & C.4 \end{pmatrix}$$

c. Menghitung Semua Koefisien Jalur Melalui Rumus

$$\begin{pmatrix} \text{PYX.1} \\ \text{PYX.2} \\ \text{PYX.3} \\ \text{PYX.4} \\ \text{PYX.5} \end{pmatrix} = \begin{pmatrix} \text{X.1} & \text{X.2} & \text{X.3} & \text{X.4} \\ \text{C.1} & \text{C.2} & \text{C.3} & \\ & \text{C.2} & \text{C.3} & \\ & & \text{C.3} & \\ & & & \text{C.3} & \text{rYX.4} \end{pmatrix} \begin{pmatrix} \text{C.4} & \text{rYX.1} \\ \text{C.4} & \text{rYX.2} \\ \text{C.4} & \text{rYX.3} \\ \text{C.4} & \text{rYX.4} \end{pmatrix}$$

d. Menghitung R^2Y (X.1, X.2, X.3, X.4) yaitu koefisien yang menyatakan determinasi total X.1, X.2, X.3, X.4 terhadap Y dengan rumus :

$$R^2Y (X.1, \dots, X.4) = \begin{bmatrix} \text{PYX.1} & \dots & \text{PYX.4} \end{bmatrix} \begin{bmatrix} \text{rYX.1} \\ \dots \\ \text{rYX.4} \end{bmatrix}$$

e. Menguji pengaruh langsung maupun tidak langsung dari setiap variabel. Hasil pengujian sebagai berikut :

Pengaruh X Terhadap Y

Pengaruh X.1 terhadap Y :

Pengaruh langsung = $\text{PYX.1} \cdot \text{PYX.1}$

Pengaruh tidak langsung melalui (X1.2) = $\text{PYX.1} \cdot \text{rX.1X.2} \cdot \text{PYX.2}$

Pengaruh tidak langsung melalui (X1.3) = $\text{PYX.1} \cdot \text{rX.1X.3} \cdot \text{PYX.3}$

Pengaruh tidal langsung melalui (X1.4) = $\text{PYX.1} \cdot \text{rX.1X4} \cdot \text{PYX.4} +$

Pengaruh Total X.1 terhadap Y =

Pengaruh X.2 terhadap Y :

Pengaruh langsung = $\text{PYX.2} \cdot \text{PYX.2}$

Pengaruh tidak langsung melalui (X.1) = $\text{PYX.2} \cdot \text{rX.2X.1} \cdot \text{PYX.1}$

Pengaruh tidak langsung melalui (X.3) = $\text{PYX.2} \cdot \text{rX.2X.3} \cdot \text{PYX.3}$

$$\text{Pengaruh tidak langsung melalui (X.4)} = \frac{\text{PYX.2} \cdot r_{X.2X4} \cdot \text{PYX.4}}{\dots} +$$

$$\text{Pengaruh Total X.2 terhadap Y} = \dots$$

Pengaruh X.3 terhadap Y :

$$\text{Pengaruh langsung} = \text{PYX.3} \cdot \text{PYX.3}$$

$$\text{Pengaruh tidak langsung melalui (X.1)} = \text{PYX.3} \cdot r_{X.3X1} \cdot \text{PYX.1}$$

$$\text{Pengaruh tidak langsung melalui (X.2)} = \text{PYX.3} \cdot r_{X.3X2} \cdot \text{PYX.2}$$

$$\text{Pengaruh tidak langsung melalui (X.4)} = \frac{\text{PYX.3} \cdot r_{X.3X4} \cdot \text{PYX.4}}{\dots} +$$

$$\text{Pengaruh Total X.3 terhadap Y} = \dots$$

Pengaruh X.4 terhadap Y :

$$\text{Pengaruh langsung} = \text{PYX.4} \cdot \text{PYX.4}$$

$$\text{Pengaruh tidak langsung melalui (X.1)} = \text{PYX.4} \cdot r_{X.4X1} \cdot \text{PYX.1}$$

$$\text{Pengaruh tidak langsung melalui (X.2)} = \text{PYX.4} \cdot r_{X.4X2} \cdot \text{PYX.2}$$

$$\text{Pengaruh tidak langsung melalui (X.3)} = \frac{\text{PYX.4} \cdot r_{X.4X3} \cdot \text{PYX.3}}{\dots} +$$

$$\text{Pengaruh Total X.4 terhadap Y} = \dots$$

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

$$\text{Pr}\epsilon = \sqrt{1 - R^2_{Y(X.1, X.2, \dots, X.4)}}$$

Keputusan penerimaan atau penolakan h_0

Rumusan Hipotesis operasional :

$$H_0 : \text{PYX.1} = \text{PYX.2} = \text{PYX.3} = \text{PYX.4} = 0$$

H_1 : Sekurang-kurangnya ada sebuah $\text{PYX}_i \neq 0, i = 1, 2, 3, \text{ dan } 4$

Statistik uji yang digunakan adalah :

$$(n - k - 1) \sum_{i=1}^k \text{PYX}_i \text{PYX}_i$$

$$F = \frac{\sum_{i=1}^k (Y_i - \bar{Y})^2 / (k-1)}{\sum_{i=1}^k \sum_{j=1}^n (Y_{ij} - \bar{Y}_i)^2 / (n-k)}$$

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 :

$$t = \frac{\bar{Y}_i - \bar{Y}_j}{\sqrt{\frac{(1 - R^2) \sum_{j=1}^n (Y_{ij} - \bar{Y}_i)^2}{(n-k-1)}}$$

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

Secara statistik hipotesis yang akan di uji berada pada taraf kesalahan 0,05 dengan derajat kebebasan dk (n-2). Kriteria penerimaan atau penolakan hipotesis pada penelitian ini dapat ditulis sebagai berikut :

1. $H_0 : \rho = 0$

Artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara *service quality* yang terdiri dari *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *emphaty* terhadap loyalitas tamu *long stay*.

2. $H_0 : \rho > 0$

Artinya terdapat pengaruh yang signifikan *service quality* yang terdiri dari *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *emphaty* terhadap loyalitas tamu *long stay*.