

## BAB III

### OBJEK DAN METODE PENELITIAN

#### 3.1 Objek Penelitian.

Penelitian ini menganalisis variabel bebas yaitu, *Service Encounter* (X) yang memiliki empat sub variabel, *civility* (X<sub>1</sub>), *adaptability* (X<sub>2</sub>), *spontaneity* (X<sub>3</sub>), dan *coping* (X<sub>4</sub>). Sedangkan loyalitas (Y) sebagai variabel terikat memiliki indikator berdasarkan Pembelian ulang, pembelian antar lini produk dan jasa, referensi kepada orang lain, dan kekebalan pelanggan terhadap tawaran pesaing

Berdasarkan objek penelitian di atas, maka akan dianalisis mengenai pengaruh *Service Encounter* dalam mempertahankan loyalitas pelanggan pada Garden Permata Hotel Bandung.

Oleh karena itu penelitian ini dilakukan dalam kurun waktu kurang dari satu tahun, terhitung sejak awal bulan agustus s/d september maka pendekatan yang digunakan menurut Husein Umar (2002:45) adalah pendekatan *cross sectional*, yaitu “Metode penelitian dengan cara mempelajari objek dalam satu kurun waktu tertentu/tidak berkesinambungan dalam jangka waktu panjang”.

#### 3.2 Metode Penelitian

Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Penelitian yang dilakukan yaitu deskriptif dan verifikatif, maka metode penelitian yang digunakan adalah *deskriptif survey* dan *explanatory survey*. Menurut Ker Linger dalam Sugiyono (2008:7) bahwa “metode *deskriptif survey* dan *explanatory survey*

merupakan metode penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil, tetapi data yang dipelajari adalah data dari sampel yang diambil dari populasi tersebut, sehingga ditemukan deskripsi dan hubungan-hubungan antar variabel”. Pada penelitian yang menggunakan metode ini informasi dari sebagian populasi dikumpulkan langsung ditempat kejadian dengan tujuan untuk mengetahui pendapat dari sebagian populasi terhadap objek yang sedang diteliti.

### 3.2.1 Jenis Penelitian dan Metode yang Digunakan

Jenis penelitian ini berupa deskriptif dan verifikatif. Menurut Sugiyono (2008:11) “Penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih tanpa membuat perbandingan, atau menghubungkan dengan variabel yang lain.” Penelitian deskriptif di sini bertujuan untuk memperoleh deskripsi atau gambaran mengenai *Service encounter (civility, adaptability, spontaneity, dan coping)* dan loyalitas, sedangkan jenis penelitian *verifikatif* menguji kebenaran suatu hipotesis yang dilakukan melalui pengumpulan data di lapangan, dalam hal ini penelitian *verifikatif* bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Service encounter (civility, adaptability, spontaneity, dan coping)* terhadap loyalitas.

Berdasarkan hal di atas, dalam penelitian ini akan diuji kebenaran mengenai pengaruh *service encounter* yang memiliki empat dimensi yaitu *civility, adaptability, spontaneity, dan coping* terhadap loyalitas pelanggan yang merupakan hasil survei pada tamu yang menginap di Garden Permata Hotel.

### 3.2.2 Operasionalisasi Variabel

Variabel yang akan dikaji dalam penelitian ini meliputi *service encounter* (X) yaitu interaksi antara penyedia jasa dan konsumen. Sub variabel *service encounter* terdiri dari *civility* (X<sub>1</sub>), *adaptability* (X<sub>2</sub>), *spontaneity* (X<sub>3</sub>), dan *coping* (X<sub>4</sub>). Variabel lainnya yang diteliti adalah loyalitas pelanggan (Y) Garden Permata Hotel Bandung.

Pengaruh variabel-variabel tersebut dapat dianalisis melalui pengukuran variabel-variabel penelitian yang dijelaskan dalam tabel operasionalisasi variabel. Secara lebih rinci operasionalisasi variabel dalam penelitian ini digambarkan dalam Tabel 3.1 sebagai berikut:

**TABEL 3.1**  
**OPERASIONALISASI VARIABEL PENELITIAN**

| Variabel/Sub Variabel        | Konsep Variabel   | Indikator      | Ukuran  | Skala          | No. Item Pertanyaan |
|------------------------------|---|----------------|---|----------------|---------------------|
| <b>Service Encounter (X)</b> | Interaksi antara penyedia jasa dan konsumen yang mewakili citra atau kesan terhadap keseluruhan kualitas jasa.<br><br>(Zeithaml dan Mary Jo bitner, 2009: 434. <i>Africal journal of business management</i> 2009: 434) |                |   |                |                     |
| <b>Civility (X1.1)</b>       | Sikap karyawan dalam berinteraksi dengan tamu<br><br>(Farrell, dalam Sriharso 2008: <i>web blog</i> )   | Keramahtamahan | Tingkat keramahtamahan karyawan dalam berkomunikasi | <i>Ordinal</i> | <b>C.1.1</b>        |
|                              |   | Kerapihan      | Tingkat Keseragaman karyawan dalam berpenampilan    | <i>Ordinal</i> | <b>C.1.2</b>        |
|                              |   | Sikap          | Tingkat perilaku karyawan                           | <i>Ordinal</i> | <b>C.1.3</b>        |

|                                |   |  |   |                |               |
|--------------------------------|---|--|---|----------------|---------------|
|                                |   | Intelegensi                              | Tingkat kejelasan informasi dalam menyampaikan pesan dalam berinteraksi baik secara langsung maupun telepon | <i>Ordinal</i> | <b>C.1.4</b>  |
| <b>Adaptability (X1.2)</b>     | Cara karyawan dalam menanggapi permintaan dan kebutuhan konsumen. (Kemampuan beradaptasi dengan konsumen).<br><br>(Zeithaml dan Bitner 2009: 127) | Pengetahuan                              | Tingkat pengetahuan karyawan dalam menjelaskan produk/jasa yang ditawarkan                                  | <i>Ordinal</i> | <b>C.2.1</b>  |
|                                |   | Kemampuan                                | Tingkat kemampuan karyawan dalam memahami apa yang dibutuhkan tamu  | <i>Ordinal</i> | <b>C.2.2</b>  |
|                                |   | Suasana                                  | Tingkat kesesuaian Kenyamanan suasana hotel   | <i>Ordinal</i> | <b>C. 2.3</b> |
| <b>Spontaneity (X1.3)</b>      | Tindakan karyawan secara spontan dan tanpa harus diminta. (spontanitas)<br><br>(Zeithaml dan Bitner 2009: 127)                                    | Pelayanan                                | Tingkat pelayanan karyawan  | <i>Ordinal</i> | <b>C.3.1</b>  |
|                                |   | Pengalaman                               | Tingkat pengalaman yang dimiliki oleh karyawan hotel  | <i>Ordinal</i> | <b>C.3.2</b>  |
|                                |   | <i>Responsiveness</i>                    | Tingkat kecepatan melayani  | <i>Ordinal</i> | <b>C.3.3</b>  |
|                                |   | Komunikasi                               | Tingkat komunikasi karyawan dan tamu  | <i>Ordinal</i> | <b>C.3.4</b>  |
| <b>Coping (X1.4)</b>           | Sikap dan cara karyawan dalam membantu apa yang dibutuhkan pelanggan<br><br>(Zeithaml dan Bitner, 2009: 127)                                      | Perhatian                                | Tingkat perhatian karyawan hotel terhadap tamu  | <i>Ordinal</i> | <b>C.4.1</b>  |
|                                |   | Kepedulian                               | Tingkat kepedulian karyawan hotel terhadap tamu   | <i>Ordinal</i> | <b>C.4.2</b>  |
|                                |   | Tanggung jawab                           | Tingkat rasa tanggung jawab karyawan hotel terhadap tamu  | <i>Ordinal</i> | <b>C.4.3</b>  |
| <b>Loyalitas Pelanggan (Y)</b> | Wujud perilaku dari unit-unit pengambilan keputusan untuk melakukan pembelian secara terus-menerus terhadap barang/jasa suatu perusahaan yang     | Melakukan Pembelian ulang secara teratur | Tingkat keseringan tamu hotel melakukan pembelian ulang   | <i>Ordinal</i> | <b>D.1.1</b>  |
|                                |   | Pembelian antar lini produk dan jasa     | Tingkat minat pembelian antar lini produk dan jasa  | <i>Ordinal</i> | <b>D.1.2</b>  |
|                                |   | Mereferensikan kepada orang lain         | Tingkat kebiasaan   | <i>Ordinal</i> | <b>D.1.3</b>  |

|  |                                      |  |   |                |              |
|--|--------------------------------------|--|---|----------------|--------------|
|  | dipilih<br>(Jill Griffin,<br>2005:5) |  | merekomendasikan dan mengajak orang lain  |                |              |
|  |                                      | Menunjukkan kekebalan Pelanggan terhadap tawaran pesaing | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Tingkat kekebalan terhadap harga yang ditawarkan pesaing</li> <li>• Tingkat kekebalan terhadap kualitas yang ditawarkan pesaing</li> </ul> | <i>Ordinal</i> | <b>D.1.4</b> |

Sumber: Hasil pengolahan data 2010

### 3.2.3 Jenis dan Sumber Data

Data diperoleh melalui suatu proses yang disebut pengumpulan data. Pengumpulan data dapat didefinisikan sebagai satu proses mendapatkan data empiris melalui responden dengan menggunakan metode-metode tertentu (Ulber Silalahi, 2009: 280).

Data merupakan sesuatu yang harus dikumpulkan lebih dulu oleh peneliti sebelum mengolahnya menjadi informasi. Ridwan (2004:146) berpendapat bahwa “Data adalah bahan mentah yang perlu diolah sehingga menghasilkan informasi dan keterangan, baik kualitatif maupun kuantitatif yang menunjukkan fakta”. Data berdasarkan sumbernya dapat digolongkan menjadi data primer dan data sekunder.

#### a. *Primary Data* (Sumber Data Primer)

*Primary data is information that collected or gathered by researcher specially for purpose of research*, yaitu data yang dikumpulkan oleh peneliti untuk keperluan penelitian (Saiki Danyi, 2008: 32). Dalam penelitian ini, sumber data primer diperoleh dari kuesioner yang disebarakan kepada sejumlah responden

dianggap mewakili seluruh populasi dalam penelitian, yaitu tamu Garden Permata Hotel Bandung.

*b. Secondary Data (Data Sekunder)*

*Secondary data is data have previously been gathered by someone other than the researcher and for some other purpose than research project at hand,* yaitu data yang dikumpulkan sebelumnya dari sumber lain untuk tujuan penelitian yang dilakukan (Alvin C Burn, Ronald F Bush 2003:). Sumber data sekunder adalah sumber data yang mana subjeknya tidak berhubungan langsung dengan objek penelitian tetapi membantu dan dapat memberikan informasi untuk bahan penelitian. Dalam penelitian ini, yang menjadi sumber data sekunder adalah berbagai literatur, artikel, karya-karya ilmiah, serta situs internet mengenai teori *service encounter terhadap* loyalitas, maka peneliti mengumpulkan dan menyajikan data dalam Tabel 3.2 berikut:

**TABEL 3.2  
JENIS DAN SUMBER DATA**

| No                   | Jenis Data   | Sumber Data   | Digunakan Untuk Tujuan Penelitian |     |     |
|----------------------|--|---|-----------------------------------|-----|-----|
|                      |  |   | T-1                               | T-2 | T-3 |
| <b>Data Sekunder</b> |  |   |                                   |     |     |
| 1                    | <i>World, International Tourist</i>                                      | UN-WTO, Januari 2010  | -                                 | -   | -   |
| 2                    | Statistik Kunjungan Wisatawan Mancanegara ke Indonesia, 2001-2009        | <i>Statistical Report on Visitor Arrivals to Indonesia, 2010</i>  | -                                 | -   | -   |
| 3                    | Perkembangan wisatawan mancanegara yang berkunjung ke Jawa Barat 2009    | Badan Pusat Statistik Jawa Barat                                  | -                                 | -   | -   |
| 4                    | Hotel-hotel beribintang di Bandung                                       | Dinas Pariwisata 2010   | -                                 | -   | -   |
| 5                    | Kunjungan wisatawan mancanegara ke DKI Jakarta bulan November, 2006-2009 | Badan Pusat Statistik DKI Jakarta                                 | -                                 | -   | -   |
| 6                    | Tingkat Okupansi Garden Permata Hotel 2007-2009                          | <i>Sales &amp; Marketing Departement Garden Permat Hotel 2010</i> | -                                 | -   | -   |

|                    |   |   |   |   |   |
|--------------------|---|---|---|---|---|
| 7                  | Kunjungan Tamu Hotel dan Loyalitas Garden Permata Hotel 2008-2009   | <i>Sales &amp; Marketing Departement</i><br>Garden Permata Hotel 2009 | - | - | - |
| 8                  | Strategi Pemasaran Garden Permata Hotel Bandung   | <i>Sales &amp; Marketing Departement</i><br>Garden Permata Hotel 2009 | - | - | - |
| 9.                 | Profil Garden Permata Hotel   | <i>Sales &amp; Marketing</i> Garden Permata Hotel 2009                |   |   |   |
| <b>Data Primer</b> |   |   |   |   |   |
| 1                  | Tanggapan terhadap <i>service encounter</i> yang diberikan oleh Garden Permata Hotel Bandung                    | Tamu Garden Permata Hotel Bandung                                     | ✓ | - | ✓ |
| 2                  | Tingkat Loyalitas pelanggan terhadap <i>service encounter</i> yang diberikan oleh Garden Permata Hotel Bandung. | Tamu Garden Permata Hotel Bandung                                     | - | ✓ | ✓ |

Keterangan:

T-1: Untuk mengetahui tanggapan mengenai *service encounter* yang terdiri dari *civility*, *adaptability*, *spontaneity*, dan *coping* pada Garden Permata Hotel.

T-2: Untuk mengetahui tanggapan terhadap loyalitas pelanggan Garden Permata Hotel.

T-3: Untuk menjelaskan seberapa besar *service encounter* yang terdiri dari *civility*, *adaptability*, *spontaneity*, dan *coping* dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan di Garden Permata Hotel Bandung.

### 3.2.4 Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling

#### 3.2.4.1 Populasi

Saiki Danyi (2008:33) mengungkapkan bahwa “*Population is all elements or individuals that are interest to research for spesific study*”. Secara sederhana, Ulber Silalahi (2009: 253) mengungkapkan bahwa “Populasi adalah seluruh unit-unit yang darinya sampel dipilih”.

Populasi dalam penelitian ini adalah para tamu individu hotel yang menginap di Garden Permata Hotel Bandung dalam kurun waktu 2009, Penentuan populasi tersebut dilakukan karena sesuai dengan metode penelitian yang

digunakan yaitu *cross sectional method*. Berikut ini adalah jumlah populasi tamu Garden Permata Hotel dari kategori tamu individu selama tahun 2009:

**TABEL 3.3**  
**POPULASI PENELITIAN**

| <b>Hotel</b> | <b>Jumlah Tamu Individu Menginap</b> |
|--------------|--------------------------------------|
| Individu     | 3590                                 |

### 3.2.4.2 Sampel

Simon Hudson (2008: 135) "*Sample is a part of population that must be surveyed in order to obtain accurate response*". Menurut Malhotra (2005:364), agar diperoleh sampel yang representatif dari populasi maka setiap subjek diupayakan untuk memiliki peluang yang sama untuk menjadi sampel.

Husein Umar (2003: 141) mengemukakan bahwa untuk menghitung besarnya ukuran sampel, maka dapat dilakukan dengan menggunakan teknik Slovin dengan rumus :

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

Keterangan :

n: ukuran sampel

N: ukuran populasi

e: taraf kesalahan ( $0,1^2$ )

Berdasarkan rumus di atas, maka ukuran sampel pada penelitian ini adalah sebagai berikut :



$$n = \frac{3590}{1 + (3590 \times (0,1)^2)}$$

$$n = 97$$

Jadi dari perhitungan tersebut, jumlah sampel minimal yang diteliti adalah berjumlah 97 tamu Garden Permata Hotel.

### 3.2.4.3 Teknik Sampling

Sugiyono (2010: 62) mengemukakan bahwa “Teknik sampling adalah merupakan teknik pengambilan sampel”. Pada dasarnya ada dua tipologi dari teknik pengambilan sampel yaitu *probability sampling* dan *nonprobability sampling* (Ulber Silalahi, 2009: 257). *Probability sampling* meliputi sampling acak sederhana (*simple random sampling*), sampling sistematis (*systematic sampling*), sampling di stratifikasi (*stratified sampling*), dan sampling bergugus (*cluster sampling*). *Nonprobability sampling* meliputi *convenience sampling*, *judgement sampling*, *quota sampling*, dan *snowball sampling*.

Teknik sampling dalam penelitian ini menggunakan *simple random sampling* yang termasuk ke dalam *probability sampling*. Menurut Saiki Danyi (2008: 33) bahwa “*Simple random sampling is equal chance for each member of population*”. Yaitu proses pemilihan sampel dimana semua elemen dalam populasi mempunyai kesempatan yang sama untuk dipilih menjadi sampel.

Selanjutnya Ulber Silalahi (2009: 261) juga mengatakan bahwa, “*Simple random sampling* merupakan cara terbaik memperoleh sampel yang representatif karena probabilitas dalam teknik ini sangat tinggi dibandingkan dengan yang lain.

Rancangan *Simple random sampling* efektif digunakan jika populasi tersebut relatif bersifat homogen, tersedia kerangka sampling atau kerangka populasi, populasi tidak tersebar dan biasanya secara geografis, populasi relatif tidak besar, sifat generalisasi dari temuan untuk populasi adalah tujuan dari penelitian, atau tidak ada lagi teknik sampling lain yang dianggap efektif. Berdasarkan hal tersebut, setiap tamu individu yang menginap di Garden Permata Hotel Bandung dapat dijadikan sampel dalam penelitian.

### 3.2.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan suatu cara yang digunakan untuk memperoleh data. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut

1. Wawancara, yaitu digunakan sebagai teknik komunikasi langsung dengan responden mengenai *service encounter* dan loyalitas tamu Garden Permata Hotel Bandung
2. Kuesioner, merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada tamu hotel untuk dijawab. Kuesioner berisi pertanyaan dan pernyataan mengenai karakteristik responden, pengalaman responden menginap di Garden Permata Hotel, *service encounter* (yang terdiri dari empat sub variabel *civility*, *adaptability*, *spontaneity*, dan *coping*), serta loyalitas.
3. Studi literature, merupakan usaha pengumpulan data dan informasi yang berhubungan dengan teori-teori yang ada kaitannya dengan masalah dan variabel yang diteliti. Studi literatur dapat dilakukan dengan mempelajari

buku mengenai *service encounter* serta loyalitas, jurnal pemasaran jasa yang berhubungan dengan *service encounter* dan loyalitas, *website* dan lain sebagainya.

### 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 encounter* (X) ada pengaruhnya atau tidak terhadap variabel loyalitas (Y). Sebelum melakukan analisis data, dan juga untuk menguji layak atau tidaknya *kuesioner* yang disebarkan kepada responden, terlebih dahulu dilakukan Uji Validitas dan Uji Reliabilitas untuk melihat tingkat kebenaran serta kualitas data.

#### 3.2.6.1 Pengujian Validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan kevalidan dari suatu instrumen. Suatu instrumen yang valid atau sah mempunyai validitas yang tinggi. Sebaliknya instrumen yang kurang memiliki validitas rendah (Suharsimi Arikunto, 2007:146).

Adapun rumus yang digunakan untuk menghitung kevalidan dari suatu instrumen adalah rumus *Korelasi Product Moment*, yang dikemukakan oleh Pearson sebagai berikut:

$$r = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{(N \sum X^2) - (\sum X)^2\} \{N \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}} \quad (\text{Sugiyono, 2010: 356})$$

Keterangan :

- $r$  = 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  
 $\sum X^2$  = Jumlah Kuadrat dalam skor distribusi X  
 $\sum Y^2$  = Jumlah Kuadrat dalam skor distribusi Y  
 $n$  = Banyaknya responden

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

**TABEL 3.4**  
**INTERPRETASI BESARNYA KOEFISIEN KORELASI**

| Besarnya Nilai                   | Interpretasi  |
|----------------------------------|---------------|
| Antara 0,800 sampai dengan 1,00  | Sangat Tinggi |
| Antara 0,600 sampai dengan 0,800 | Tinggi        |
| Antara 0,000 sampai dengan 0,600 | Cukup         |
| Antara 0,200 sampai dengan 0,400 | Rendah        |
| Antara 0,000 sampai dengan 0,200 | Sangat rendah |

Sumber : Suharsimi Arikunto (2009:164)

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:

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

Pengujian validitas *item* instrumen dilakukan dengan bantuan SPSS (*Statistical Product for Service Solution*) 11.5 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 10% dan derajat kebebasan  $n-2$ , di mana  $n-2$  merupakan jumlah responden). Sedangkan pengujian keberartian koefisien korelasi ( $y$ ) 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  $\alpha = 0,1$
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 3.5 Pada tabel tersebut dinyatakan bahwa seluruh pertanyaan pada variabel *service encounter* dapat dilanjutkan untuk melakukan penelitian. Penyajian Tabel 3.5 sebagai berikut:

**TABEL 3.5**  
**HASIL PENGUJIAN VALIDITAS X (SERVICE ENCOUNTER)**

| No              | Item Pertanyaan   | $r_{hitung}$ | $r_{tabel}$ | sig   | keterangan |
|-----------------|-------------------|--------------|-------------|-------|------------|
| <i>Civility</i> |                   |              |             |       |            |
| 1               | Keramahtamahan FO | 0.809        | 0.374       | 0.000 | Valid      |
| 2               | Keramahtamahan FB | 0.500        | 0.374       | 0.005 | Valid      |
| 3               | Keramahtamahan HK | 0.665        | 0.374       | 0.000 | Valid      |

|                     |                   |       |       |       |       |
|---------------------|-------------------|-------|-------|-------|-------|
| 4                   | Kerapihan FO      | 0.900 | 0.374 | 0.000 | Valid |
| 5                   | Kerapihan FB      | 0.920 | 0.374 | 0.000 | Valid |
| 6                   | Kerapihan HK      | 0.629 | 0.374 | 0.001 | Valid |
| 7                   | Sikap FO          | 0.500 | 0.374 | 0.005 | Valid |
| 8                   | Sikap FB          | 0.771 | 0.374 | 0.000 | Valid |
| 9                   | Sikap HK          | 0.791 | 0.374 | 0.000 | Valid |
| 10                  | Intelegensi FO    | 0.594 | 0.374 | 0.001 | Valid |
| 11                  | Intelegensi FB    | 0.604 | 0.374 | 0.000 | Valid |
| 12                  | Intelegensi HK    | 0.858 | 0.374 | 0.000 | Valid |
| <b>Adaptability</b> |                   |       |       |       |       |
| 13                  | Pengetahuan FO    | 0.478 | 0.374 | 0.000 | Valid |
| 14                  | Pengetahuan FB    | 0.798 | 0.374 | 0.000 | Valid |
| 15                  | Pengetahuan HK    | 0.838 | 0.374 | 0.000 | Valid |
| 16                  | Kemampuan FO      | 0.403 | 0.374 | 0.027 | Valid |
| 17                  | Kemampuan FB      | 0.890 | 0.374 | 0.000 | Valid |
| 18                  | Kemampuan HK      | 0.911 | 0.374 | 0.000 | Valid |
| 19                  | Suasana FO        | 0.764 | 0.374 | 0.000 | Valid |
| 20                  | Suasana FB        | 0.903 | 0.374 | 0.000 | Valid |
| 21                  | Suasana HK        | 0.761 | 0.374 | 0.000 | Valid |
| <b>Spontaneity</b>  |                   |       |       |       |       |
| 22                  | Pelayanan FO      | 0.449 | 0.374 | 0.005 | Valid |
| 23                  | Pelayanan FB      | 0.811 | 0.374 | 0.000 | Valid |
| 24                  | Pelayanan HK      | 0.829 | 0.374 | 0.000 | Valid |
| 25                  | Pengalaman FO     | 0.468 | 0.374 | 0.009 | Valid |
| 26                  | Pengalaman HB     | 0.867 | 0.374 | 0.000 | Valid |
| 27                  | Pengalaman HK     | 0.904 | 0.374 | 0.000 | Valid |
| 28                  | Responsiveness FO | 0.834 | 0.374 | 0.000 | Valid |
| 29                  | Responsiveness FB | 0.859 | 0.374 | 0.000 | Valid |
| 30                  | Responsiveness HK | 0.783 | 0.374 | 0.000 | Valid |
| 31                  | Komunikasi FO     | 0.520 | 0.374 | 0.003 | Valid |
| 32                  | Komunikasi FB     | 0.845 | 0.374 | 0.000 | Valid |
| 33                  | Komunikasi HK     | 0.748 | 0.374 | 0.000 | Valid |
| <b>Coping</b>       |                   |       |       |       |       |
| 34                  | Perhatian FO      | 0.559 | 0.374 | 0.000 | Valid |
| 35                  | Perhatian FB      | 0.442 | 0.374 | 0.014 | Valid |
| 36                  | Perhatian HK      | 0.663 | 0.374 | 0.000 | Valid |
| 37                  | Kepedulian FO     | 0.907 | 0.374 | 0.000 | Valid |
| 38                  | Kepedulian FB     | 0.889 | 0.374 | 0.000 | Valid |
| 39                  | Kepedulian HK     | 0.922 | 0.374 | 0.000 | Valid |
| 40                  | Tanggung Jawab    | 0.703 | 0.374 | 0.000 | Valid |
| 41                  | Tanggung Jawab    | 0.788 | 0.374 | 0.000 | Valid |
| 42                  | Tanggung Jawab    | 0.840 | 0.374 | 0.000 | Valid |

Sumber: Pengolahan data 2010

Berdasarkan uji validitas yang dilakukan, didapat hasil pengujian yang dicantumkan pada Tabel 3.6. Pada tabel tersebut dinyatakan bahwa seluruh pertanyaan pada variabel loyalitas tamu yang menginap di Garden Permata Hotel

dapat dilanjutkan untuk melakukan penelitian. Penyajian Tabel 3.6 sebagai berikut:

**TABEL 3.6**  
**HASIL PENGUJIAN VALIDITAS Y (LOYALITAS)**

| No                     | Item Pertanyaan | r <sub>hitung</sub> | r <sub>tabel</sub> | sig   | Keterangan |
|------------------------|-----------------|---------------------|--------------------|-------|------------|
| <i>Repeat Purchase</i> |                 |                     |                    |       |            |
| 1                      | Item 1          | 1.000               | 0.374              | 0.000 | Valid      |
| <i>Purchase across</i> |                 |                     |                    |       |            |
| 2                      | Item 2          | 0.842               | 0.374              | 0.000 | Valid      |
| 3                      | Item 3          | 0.839               | 0.374              | 0.000 | Valid      |
| <i>Refer others</i>    |                 |                     |                    |       |            |
| 4                      | Item 4          | 0.925               | 0.374              | 0.000 | Valid      |
| 5                      | Item 5          | 0.818               | 0.374              | 0.000 | Valid      |
| <i>Immunity</i>        |                 |                     |                    |       |            |
| 6                      | Item 6          | 0.733               | 0.374              | 0.000 | Valid      |
| 7                      | Item 7          | 0.920               | 0.374              | 0.000 | Valid      |

Sumber: Pengolahan data 2010

### 3.2.6.2 Pengujian Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2008: 268), 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*, yaitu:

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

(Husein Umar, 2003:146)

Keterangan:

$r_{11}$  = reliabilitas instrumen

$k$  = banyak butir pertanyaan atau banyaknya soal

$\sigma_1^2$  = 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:

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

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

Perhitungan validitas dan reliabilitas pertanyaan dilakukan dengan bantuan program aplikasi SPSS 11,5 *for window*. Adapun langkah-langkah menggunakan SPSS 11,5 *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.

Hasil pengujian reliabilitas sebagai berikut.

**TABEL 3.7**  
**HASIL PENGUJIAN REALIBILITAS**

| No | Variabel                 | Alpha cronbach | r <sub>tabel</sub> | Kesimpulan      |
|----|--------------------------|----------------|--------------------|-----------------|
| 1  | <i>Service Encounter</i> | 0,9096         | 0.374              | <i>Reliable</i> |
| 2  | Loyalitas                | 0,7193         | 0.374              | <i>Reliable</i> |

Pada Tabel 3.7 dapat diketahui bahwa hasil tingkat *reliability* pada penelitian ini, untuk *Service Encounter* yaitu sebesar 0,9096 dan untuk loyalitas yaitu sebesar 0,7193.

### 3.2.7 Rancangan Analisis Data dan Pengujian Hipotesis

Teknik analisis data merupakan suatu cara untuk mengukur, mengelola 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 disusun oleh peneliti berdasarkan variabel yang terdapat dalam penelitian. Dalam penelitian kuantitatif analisis data dilakukan setelah data terkumpul.

#### 3.2.7.1 Rancangan Analisis Data Deskriptif

Analisis deskriptif dapat digunakan untuk mencari kuatnya hubungan antara variabel. Melalui analisis korelasi dan membuat perbandingan rata-rata data sampel atau populasi tanpa perlu diuji signifikannya.

Jenis data yang akan terkumpul dalam penelitian ini adalah data ordinal dan interval, sejalan dengan tujuan penelitian yaitu untuk mengetahui *service encounter* (yang terdiri dari *civility*, *adaptability*, *spontaneity*, dan *coping*) terhadap loyalitas tamu Garden Permata Hotel. (Survei pada tamu yang menginap di Garden Permata Hotel Bandung) dengan bantuan statistik untuk mengolah data yang terkumpul dari sejumlah kuesioner.

### **3.2.7.2 Rancangan Analisis Data Verifikatif**

*Path analysis* merupakan teknik analisa data yang digunakan dalam penelitian ini. *Path analysis* digunakan untuk melihat pengaruh *service encounter* (X) yang terdiri dari *civility* ( $X_1$ ), *adaptability* ( $X_2$ ), *spontaneity* ( $X_3$ ), dan *coping* ( $X_4$ ) terhadap Loyalitas tamu (Y) Garden Permata Hotel Bandung. Dalam hal ini, analisis jalur digunakan untuk menentukan besarnya pengaruh variabel independen ( $X_1$ ,  $X_2$ ,  $X_3$ ,  $X_4$ ) terhadap Y baik secara langsung maupun tidak langsung.

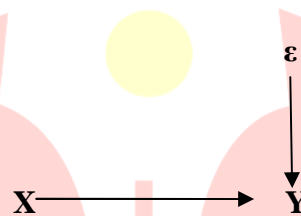
### **3.2.7.3 Pengujian Hipotesis**

Skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah *ordinal scale* 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*. Data penelitian yang sudah berbentuk interval selanjutnya akan ditentukan pasangan data variabel bebasnya dengan variabel terikat dari semua sampel penelitian. Pengolahan data-data tersebut dilakukan dengan bantuan

program SPSS 11,5 *for windows*. Berdasarkan hipotesis konseptual yang diajukan, terdapat hubungan antara variabel penelitian.

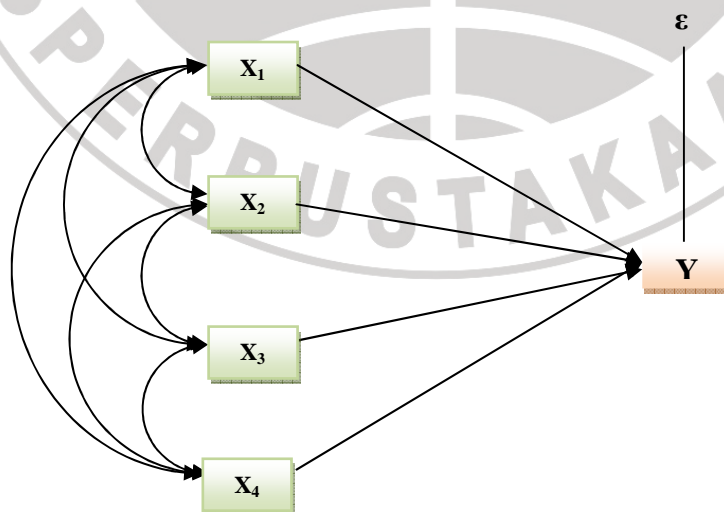
**Hipotesis: Pengaruh *Service Encounter* yang terdiri dari *civility* ( $X_1$ ), *adaptability* ( $X_2$ ), *spontaneity* ( $X_3$ ), dan *coping* ( $X_4$ ) terhadap loyalitas ( $Y$ ) secara Simultan dan Parsial.**

Hipotesis tersebut digambarkan dalam sebuah paradigma seperti terlihat pada Gambar 3.1



**GAMBAR 3.1  
DIAGRAM JALUR HIPOTESIS**

Selanjutnya diagram hipotesis 1 tersebut diterjemahkan ke dalam beberapa sub hipotesis yang menyatakan pengaruh sub variabel independen yang paling dominan terhadap variabel dependen. Diagram jalur tersebut untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Gambar 3.2 di bawah ini:



**GAMBAR 3.2  
DIAGRAM JALUR SUB STRUKTUR**

Keterangan:

Y = Loyalitas  
 X = *Service Encounter*  
 X<sub>1</sub> = *Civility*  
 X<sub>2</sub> = *Adaptability*  
 X<sub>3</sub> = *Spontaneity*  
 X<sub>4</sub> = *Coping*  
 ε = Residu (variabel lain di luar variabel X yang berpengaruh) ke variabel akibat (*endogeneus*) dinyatakan oleh besarnya nilai numerik dari variabel.

Struktur hubungan di atas menunjukkan bahwa *Service Encounter* yang terdiri dari *civility* (X<sub>1</sub>), *adaptability* (X<sub>2</sub>), *spontaneity* (X<sub>3</sub>), dan *coping* (X<sub>4</sub>) berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan (Y). Selain itu, terdapat faktor-faktor lain yang mempengaruhi hubungan antara *Service Encounter* (X) yang terdiri dari *civility* (X<sub>1</sub>), *adaptability* (X<sub>2</sub>), *spontaneity* (X<sub>3</sub>), dan *coping* (X<sub>4</sub>) terhadap loyalitas pelanggan (Y) yaitu variabel residu yang dilambangkan dengan ε, namun pada penelitian ini variabel tersebut tidak diperhitungkan. Selanjutnya menghitung pengaruh langsung dan tidak langsung.

#### **Pengaruh (X1) terhadap (Y)**

Pengaruh langsung =  $PYX_1 \cdot PYX_1$   
 Pengaruh tidak langsung melalui (X2) =  $PYX_1 \cdot r_{X_1X_2} \cdot PYX_2$   
 Pengaruh tidak langsung melalui (X3) =  $PYX_1 \cdot r_{X_1X_3} \cdot PYX_3$   
 Pengaruh tidak langsung melalui (X4) =  $PYX_1 \cdot r_{X_1X_4} \cdot PYX_4 +$   
 Pengaruh total (X1) terhadap Y = .....

#### **Pengaruh (X2) terhadap (Y)**

Pengaruh langsung =  $PYX_2 \cdot PYX_2$   
 Pengaruh tidak langsung melalui (X1) =  $PYX_2 \cdot r_{X_2X_1} \cdot PYX_1$   
 Pengaruh tidak langsung melalui (X3) =  $PYX_2 \cdot r_{X_2X_3} \cdot PYX_3$

$$\text{Pengaruh tidak langsung melalui (X4)} = \underline{P_{YX2} \cdot r_{X2X4} \cdot P_{YX4}}$$

$$\text{Pengaruh total (X2) terhadap Y} = \dots\dots\dots$$

### Pengaruh (X3) terhadap (Y)

$$\text{Pengaruh langsung} = P_{YX3} \cdot P_{YX3}$$

$$\text{Pengaruh tidak langsung melalui (X1)} = P_{YX3} \cdot r_{X3X1} \cdot P_{YX1}$$

$$\text{Pengaruh tidak langsung melalui (X2)} = P_{YX3} \cdot r_{X3X2} \cdot P_{YX2}$$

$$\text{Pengaruh tidak langsung melalui (X4)} = \underline{P_{YX3} \cdot r_{X3X4} \cdot P_{YX4}}$$

$$\text{Pengaruh total (X3) terhadap Y} = \dots\dots\dots$$

### Pengaruh (X4) terhadap (Y)

$$\text{Pengaruh langsung} = P_{YX4} \cdot P_{YX4}$$

$$\text{Pengaruh tidak langsung melalui (X1)} = P_{YX4} \cdot r_{X4X1} \cdot P_{YX1}$$

$$\text{Pengaruh tidak langsung melalui (X2)} = P_{YX4} \cdot r_{X4X2} \cdot P_{YX2}$$

$$\text{Pengaruh tidak langsung melalui (X3)} = \underline{P_{YX4} \cdot r_{X4X3} \cdot P_{YX3}}$$

$$\text{Pengaruh total (X4) terhadap Y} = \dots\dots\dots$$

a. Keputusan penerimaan atau penolakan  $H_0$

a. Rumusan hipotesis operasional

$$H_0 : P_{YX1} = P_{YX2} = P_{YX3} = P_{YX4} = 0$$

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

Statistik uji yang digunakan adalah:

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

Keterangan:

n = Banyaknya responden,

k = Banyaknya variabel bebas

Kriteria pengambilan keputusan untuk hipotesis yang diajukan adalah:

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

b. Kriteria keputusan

Pengujian secara individual dengan uji t

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

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

$$\text{Dimana : } t = t = \frac{P_{YX_i} - P_{YX_j}}{\sqrt{\frac{(1 - R^2_{Y(X_1, \dots, X_4)})(C_{ii} + C_{ij} + C_{jj})}{(n - k - 1)}}$$

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

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

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

