

BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Penelitian ini menganalisis mengenai bagaimana peningkatan *Service Convenience* pada Padma Hotel Bandung dan pengaruhnya terhadap *Customer Loyalty*. Adapun yang menjadi variabel bebas (independen) adalah *Service Convenience* yang memiliki dimensi yaitu *decision convenience*, *access convenience*, *transaction convenience*, *benefit convenience*, dan *postbenefit convenience* dan variabel terikatnya adalah *Customer Loyalty*.

Unit analisis penelitian yang dilakukan di Padma Hotel Bandung adalah tamu hotel yang menginap di hotel tersebut, baik tamu yang memiliki tujuan bisnis, *family* maupun individu. Alasan mendasar yang dijadikan suatu alasan penelitian pada Padma Hotel Bandung adalah hotel tersebut terlihat meningkatkan kualitasnya seiring dengan persepsi konsumen yang semakin baik pada setiap tahunnya terhadap jasa yang disediakan oleh Padma Hotel Bandung meskipun tiap bulannya mengalami naik turun namun hal ini dikatakan wajar, tingkat hunian kamar jika dilihat perbulannya akan mengalami perkembangan yang fluktuatif. Sehingga terjadi peningkatan dalam *Service Convenience* yang berdampak pada kepuasan pelanggan dan berujung pada *Customer Loyalty*. Penelitian ini juga dilakukan dalam kurun waktu selama enam bulan dari bulan Januari – Juni 2011 dengan menggunakan metode *cross sectional*.

3.2 Metode Penelitian

Metode penelitian adalah suatu ilmu tentang kerangka kerja melaksanakan penelitian yang bersistem, yang berarti dikerjakan secara kontekstual. Konteks penelitian tersusun atas unsur- unsur yang terdiri dari filsafat yang menjadi pangkal beranjak pemikiran, berpikir yang membentuk gagasan dasar dan konsep, nalar yang menjalankan proses pemahaman persoalan yang menjadi buah telaah dan selanjutnya menjalankan proses penarikan kesimpulan, takrif yang membuat batasan pemikiran tentang konsep sebagai abstraksi wujud dan asumsi yang menjadi latar belakang hipotesis dengan suatu implikasi tertentu.

3.2.1 Jenis Penelitian dan Metode yang Digunakan

Berdasarkan variabel- variabel yang diteliti maka jenis penelitian yang diambil penulis adalah jenis penelitian deskriptif dan verifikatif. Best (1982:119) mengemukakan bahwa: “Penelitian deskriptif merupakan metode penelitian yang berusaha menggambarkan dan menginterpretasi objek sesuai dengan apa adanya”. Penelitian ini juga sering disebut noneksperimen, karena pada penelitian ini penelitian tidak melakukan kontrol dan manipulasi variabel penelitian. West (1982) berpendapat bahwa: “Dengan metode deskriptif, penelitian memungkinkan untuk melakukan hubungan antar variabel, menguji hipotesis, mengembangkan generalisasi, dan mengembangkan teori yang memiliki validitas universal”. Di samping itu, penelitian deskriptif juga merupakan penelitian, dimana pengumpulan data untuk mengetes pertanyaan penelitian atau hipotesis yang berkaitan dengan keadaan dan kejadian sekarang.

Penelitian verifikatif menurut Suharsimi Arikunto (2006;8) adalah menguji kebenaran melalui penelitian di lapangan. Dalam penelitian ini akan di uji mengenai kebenaran hipotesis melalui pengumpulan data di lapangan, dalam penelitian ini di uji pengaruh *Service Convenience* terhadap Peningkatan *Customer Loyalty* pada Padma Hotel Bandung.

Berdasarkan penelitian di atas yaitu penelitian deskriptif dan verifikatif yang dilaksanakan melalui pengumpulan data di lapangan maka yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah *explanatory survey* yang berupa daftar pertanyaan bersifat terbuka atau berupa panduan wawancara yang sebelumnya telah disusun yang akan diajukan pada responden yang telah ditentukan.

3.2.2 Operasionalisasi Variabel

Penelitian ini menggunakan dua variabel seperti yang telah ditulis dalam judul penelitian, sebagai berikut:

1. Variabel Independen

Variabel ini merupakan variabel bebas yang mempengaruhi variabel lain dimana dalam penelitian ini yang menjadi variabel independen adalah *Service Convenience* yang dinotasikan sebagai variabel X

2. Variabel Dependen

Variabel ini merupakan variabel terikat yang dipengaruhi oleh variabel lain dimana dalam penelitian ini yang menjadi variabel dependen adalah *Customer Loyalty* yang dinotasikan sebagai variabel Y.

Variabel yang dijadikan objek pada penelitian kali ini dioperasikan variabelnya menggunakan skala ordinal yang akan ditransformasikan ke dalam

skala interval dengan menggunakan MSI (*Method of Successive Interval*). Berdasarkan ruang lingkup permasalahan yang telah dikemukakan di atas maka variabel- variabel yang akan diteliti dapat dijabarkan dalam tabel sebagai berikut:

TABEL 3.1
OPERASIONALISASI VARIABEL PENELITIAN

Variabel / Sub Variabel	Konsep Variabel dan Sub Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
<i>Service Convenience</i> (X)	<i>Convenience</i> adalah suatu usaha penyedia jasa untuk lebih mementingkan kebutuhan konsumen. (Leonard L. Berry, Kathleen Seiders, & Dhruv Grewa.2002)				
<i>Decision Convenience</i> (X1)	Persepsi Konsumen terhadap usaha untuk membuat keputusan pembelian atau pemakaian jasa	Kemudahan akses informasi	Tingkat kemudahan dalam mendapatkan informasi Padma Hotel Bandung	Ordinal	III A.1
		Daya tarik program promosi hotel	Tingkat daya tarik program promosi hotel	Ordinal	III A.2
		Daya tarik arsitektur kamar	Tingkat daya tarik arsitektur kamar	Ordinal	III A.3
		Daya tarik fasilitas pendukung hotel	Tingkat daya tarik terhadap fasilitas pendukung di Padma Hotel	Ordinal	III A.4
		Kepercayaan terhadap merk	Tingkat kepercayaan terhadap merk hotel	Ordinal	III A.5
<i>Access Convenience</i> (X2)	Persepsi konsumen terhadap usaha untuk menginisiasi penyampaian jasa	Kemudahan menuju lokasi	Tingkat kemudahan menuju lokasi hotel dengan kendaraan digunakan	Ordinal	III B.1

Variabel / Sub Variabel	Konsep Variabel dan Sub Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
		Kemudahan reservasi	Tingkat kemudahan mengontak pihak Padma Hotel melalui telepon, fax untuk melakukan reservasi serta penilaian terhadap operator.	Ordinal	III B.2
			Tingkat kemudahan mengontak pihak Padma Hotel melalui website untuk melakukan reservasi.	Ordinal	III B.3
Transaction Convenience (X3)	Persepsi konsumen terhadap usaha untuk mengadakan sebuah transaksi	Kemudahan melakukan pembayaran	Tingkat kemudahan melakukan pembayaran	Ordinal	III C.1
		Keamanan dalam bertransaksi	Tingkat keamanan bertransaksi yang dirasakan	Ordinal	III C.2
		Keragaman metode pembayaran	Tingkat keragaman metode pembayaran	Ordinal	III C.3
Benefit Convenience (X4)	Persepsi konsumen terhadap usaha untuk mendapatkan manfaat inti jasa	Kualitas kamar dan fasilitas pendukung hotel	Tingkat kualitas kamar dan fasilitas pendukung hotel	Ordinal	III D.1
		Pelayanan yang diberikan oleh pihak hotel	Tingkat pelayanan yang diberikan oleh pihak hotel	Ordinal	III D.2
		Kecepatan kinerja karyawan hotel	Tingkat kecepatan kinerja karyawan hotel	Ordinal	III D.3
		Keramahan karyawan hotel	Tingkat keramahan karyawan hotel	Ordinal	III D.4

Variabel / Sub Variabel	Konsep Variabel dan Sub Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
		Kesesuaian janji Padma Hotel Bandung dengan bukti yang dirasakan .	Tingkat kesesuaian janji Padma Hotel Bandung dengan bukti yang dirasakan	Ordinal	III D.5
Postbenefit Convenience (X5)	Persepsi konsumen terhadap usaha sewaktu mengontak kembali penyedia jasa setelah tahap manfaat jasa (<i>benefit stage</i>)	Kemudahan mengontak kembali pihak hotel	Tingkat kemudahan mengontak kembali Padma Hotel Bandung di lain waktu	Ordinal	III E.1
		Kemudahan menyampaikan saran	Tingkat kemudahan untuk menyampaikan saran	Ordinal	III E.2
		Kecepatan karyawan dalam mengatasi keluhan pelanggan	Tingkat kecepatan karyawan dalam mengatasi keluhan pelanggan	Ordinal	III E.3
Customer Loyalty (Y)	Orang yang membeli, khususnya yang membeli secara teratur dan berulang-ulang. (Ali Hasan,2008)				
		<i>Word of mouth promotion</i>	Tingkat keinginan member untuk mempromosikan hotel kepada orang lain	Ordinal	IV.1
		<i>Future repurchase intentions</i>	Intensitas member untuk melakukan kunjungan berulang	Ordinal	IV.2
		<i>Price sensitivity</i>	Tingkat kesetiaan member jika terjadi perubahan harga	Ordinal	IV.3

Variabel / Sub Variabel	Konsep Variabel dan Sub Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
		<i>Complaining behaviour</i>	Tingkat penciptaan komplain langsung terhadap hotel	Ordinal	IV.4

Sumber : diolah penulis

3.2.3 Jenis dan Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini tersiri atas dua jenis diantaranya data primer yaitu data yang diperoleh dengan proses wawancara kepada tamu hotel yang menginap dan didasarkan pada acuan kesioner yang telah dipersiapkan dengan responden mewakili populasi, serta data sekunder merupakan data mengenai adanya suatu peristiwa ataupun catatan- catatan yang jaraknya telah jauh dari sumber orsinil. Untuk memperjelas mengenai data dan sumber data yang digunakan dapat dilihat pada Tabel 3.2 berikut ini:

TABEL 3.2
JENIS DAN SUMBER DATA

No	Jenis data	Sumber data
Data Sekunder		
1	PERKEMBANGAN JUMLAH WISATAWAN MANCANEGERA TAHUN 2010- 2011	Badan Pusat Statistik Indonesia 2011
2	JUMLAH KUNJUNGAN WISATAWAN NUSANTARA TAHUN 2004- 2010	Badan Pusat Statistik Indonesia 2011
3	TINGKAT HUNIAN KAMAR HOTEL DI INDONESIA 2010-2011	Badan Pusat Statistik Indonesia 2011
4	JUMLAH TAMU HOTEL YANG MENGINAP PADA PADMA HOTEL BANDUNG 2009-2011	Manajemen Padma Hotel Bandung
5	JUMLAH MEMBER PADMA RESIDENT	Manajemen Padma Hotel Bandung
Data Primer		
1	Kuesioner	Responden

Sumber : diolah penulis

3.2.4 Populasi, Sampel dan Teknik Sampel

3.2.4.1 Populasi

Sugiyono (2009: 115) mengemukakan bahwa populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas objek maupun subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan.

Berdasarkan definisi populasi di atas maka populasi pada penelitian ini adalah jumlah tamu hotel yang menginap yang diperoleh dari pihak manajemen pada bulan Januari – Juni 2011 sebanyak 17.413 tamu hotel. Namun tamu yang memiliki member Padma Residence hanya sebagian kecil jumlahnya sehingga populasi dapat ditarik sebanyak 2462 member.

3.2.4.2 Sampel

Sugiyono (2009:116) dalam bukunya “Metode Penelitian Bisnis” mendefinisikan sampel adalah: “Bagian dari jumlah ataupun karakteristik yang dimiliki oleh suatu populasi tertentu”. Sampel juga merupakan sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Apabila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada populasi, hal ini dikarenakan adanya keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi tersebut. Apa yang dipelajari dari sampel itu, kesimpulannya akan diberlakukan untuk populasi.

Berdasarkan pengertian mengenai sampel di atas, maka sampel yang diambil untuk penelitian ini adalah sejumlah orang yang dipilih dari populasi yaitu sebagian dari jumlah tamu hotel yang menginap.

Dalam penelitian ini peneliti melakukan cara pengambilan sampel dengan menggunakan rumus sederhana dalam menentukan ukuran sampel yang dikembangkan oleh Slovin yang dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut:

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

Keterangan: n = ukuran sampel
N = ukuran populasi
e = galat pendugaan

Berdasarkan perhitungan pada rumus Slovin, maka ukuran sampel pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{2462}{1 + (2462 \times (0.1)^2)}$$

$$= 100$$

Berdasarkan teknik perhitungan tersebut maka untuk penelitian ini dapat ditarik sampel sebanyak 100 orang.

3.2.4.3 Teknik Sampel

Teknik sampling merupakan teknik pengambilan sampel untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian sehingga dapat diperoleh nilai karakteristik perkiraan (*estimate value*). Sugiyono (2009:116) mengemukakan bahwa teknik sampling merupakan teknik pengambilan sampel.

Terdapat berbagai teknik sampling untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian. Teknik sampling pada dasarnya dapat dikelompokkan menjadi dua yaitu *probability sampling* dan *non probability sampling*.

Probability sampling adalah teknik sampling yang memberikan peluang/kesempatan yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. Teknik ini meliputi *simple random sampling*, *proportionate stratified random sampling*, *disproportionate stratified random sampling* dan *cluster sampling (area sampling)*. Sedangkan *non probability sampling* adalah teknik yang tidak memberikan peluang/ kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Teknik ini terdiri sampling sistematis, sampling kuota, sampling aksidental, sampling purposive, sampling jenuh dan *snowball sampling*.

Menentukan ukuran sampel merupakan bagian dari teknik sampling, dimana jumlah anggota sampel sering dinyatakan dengan ukuran sampel. Jumlah sampel yang 100% mewakili populasi adalah sama dengan populasi. Makin besar jumlah sampel mendekati populasi, maka peluang kesalahan generalisasi semakin kecil dan sebaliknya makin kecil jumlah sampel menjauhi populasi, maka makin besar kesalahan generalisasi (diberlakukan umum).

Dalam prakteknya, sangat jarang penelitian yang menerapkan sensus dalam upaya pengumpulan datanya karena keterbatasan dalam operasionalnya. Sehingga peneliti lebih sering menggunakan teknik sampling.

Berdasarkan pada penjelasan di atas maka pada penelitian ini menggunakan teknik sampel *simple random sampling* karena semua populasi memiliki peluang yang sama.

3.2.5 Teknik Pengumpulan Data

Penulis dalam penelitian ini melakukan penelitian dengan teknik pengumpulan data sebagai berikut:

1. Studi Kepustakaan (*Library Research*)

Mengadakan penelitian dengan membaca literatur maupun sumber-sumber lainnya yang ada kaitannya dengan masalah yang diteliti.

2. Studi Lapangan (*Field Research*)

Penelitian yang dilakukan pengamatan secara langsung terhadap objek yang diteliti dengan instrumen-instrumen sebagai berikut:

a. Observasi

Pengamatan secara langsung terhadap perilaku tamu hotel yang menginap.

b. Wawancara

Proses memperoleh keterangan untuk tujuan memperoleh penelitian dengan melakukan tanya jawab dengan tamu hotel.

c. Kuesioner

Teknik pengambilan data dengan menyebarkan pertanyaan-pertanyaan yang tertulis untuk memperoleh data yang objektif.

3.2.6 Pengujian Validitas dan Reabilitas

3.2.6.1 Pengujian Validitas

Instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Sugiyono (2009: 172) mengemukakan bahwa “Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur”.

Pengujian Validitas dapat menggunakan rumus korelasi sederhana atau sering kali disebut sebagai korelasi Pearson dimana teknik korelasi ini masuk kategori statistik parametrik sehingga ada syarat-syarat yang harus terpenuhi diantaranya:

- a. Data berskala interval atau rasio
- b. Sebaran data mengikuti distribusi kurva normal
- c. Teknik sampling sebaiknya *probability sampling*

Adapun rumus korelasi *Product Moment* yang dikemukakan oleh Pearson dapat dijabarkan sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{n \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{(n \sum X^2 - (\sum X)^2)(n \sum Y^2 - (\sum Y)^2)}}$$

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

Hubungan antara 2 variabel ada yang positif dan ada juga yang negatif. Hubungan X dan Y dikatakan positif apabila kenaikan (penurunan) X pada umumnya diikuti oleh kenaikan (penurunan) Y. Sebaliknya dikatakan negatif apabila kenaikan (penurunan) X disertai dengan penurunan (kenaikan) Y.

Kuat atau tidaknya hubungan antara X dan Y apabila dinyatakan dengan fungsi linier (paling tidak mendekati), diukur dengan suatu nilai yang disebut koefisien korelasi. Nilai koefisien korelasi ini paling sedikit -1 dan paling besar adalah 1. Jadi jika r = koefisien korelasi maka r dapat dirumuskan $-1 \leq r \leq +1$.

Artinya:

- a. Jika $r = 1$ atau mendekati, hubungan X dan Y sangat kuat, sempurna dan positif
- b. Jika $r = -1$ atau mendekati, hubungan X dan Y sangat kuat, sempurna dan negatif
- c. Jika $r = 0$ maka X dan Y tidak mempunyai hubungan

Menurut Suharsimi Arikunto(2006:245) untuk memberi interpretasi terhadap kuatnya hubungan maka dibuat pedoman yang tertera pada Tabel 3.3 sebagai berikut:

TABEL 3.3
INTERPRETASI BESARNYA KOEFISIEN KORELASI

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

Sumber : Suharsimi Arikunto (2006:245)

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 $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$
3. Item pertanyaan 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 0,374

Berikut hasil pengolahan data dengan menggunakan *software* komputer SPSS (*Statistical Product for Service Solution*) 18.0 menunjukkan bahwa item-item pertanyaan dalam kuesioner valid karena r_{hitung} lebih besar jika dibandingkan dengan r_{tabel} yang bernilai 0.374. Berikut uji validitas instrumen penelitian:

TABEL 3.4
HASIL UJI VALIDITAS INSTRUMEN PENELITIAN

No Item	Pertanyaan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
<i>Decision Convenience</i>				
1	Kemudahan akses informasi	0,598	0.374	Valid
2	Daya tarik program promosi hotel	0,791	0.374	Valid
3	Daya tarik arsitektur kamar	0,833	0.374	Valid
4	Daya tarik fasilitas pendukung hotel	0,885	0.374	Valid
5	Kepercayaan terhadap merk	0,708	0.374	Valid
<i>Access Convenience</i>				
1	Kemudahan menuju lokasi	0,809	0.374	Valid
2	Kemudahan reservasi melalui telepon	0,822	0.374	Valid
3	Kemudahan reservasi melalui <i>website</i>	0,811	0.374	Valid
<i>Transaction Convenience</i>				
1	Kemudahan melakukan pembayaran	0,876	0.374	Valid
2	Keamanan dalam bertransaksi	0,928	0.374	Valid
3	Keragaman metode pembayaran	0,795	0.374	Valid
<i>Benefit Convenience</i>				
1	Kualitas kamar dan fasilitas pendukung hotel	0,703	0.374	Valid
2	Pelayanan yang diberikan oleh pihak hotel	0,756	0.374	Valid
3	Kecepatan kinerja karyawan hotel	0,639	0.374	Valid
4	Keramahan karyawan hotel	0,847	0.374	Valid
5	Kesesuaian janji Padma Hotel Bandung dengan bukti yang dirasakan .	0,758	0.374	Valid
<i>Post Benefit Convenience</i>				
1	Kemudahan mengontak kembali pihak hotel	0,922	0.374	Valid
2	Kemudahan menyampaikan saran	0,965	0.374	Valid

No Item	Pertanyaan	rhitung	r _{tabel}	Keterangan
3	Kecepatan karyawan dalam mengatasi keluhan pelanggan	0,845	0.374	Valid
Customer Loyalty				
1	Keinginan member untuk mempromosikan hotel kepada orang lain	0,887	0.374	Valid
2	Frekuensi member untuk melakukan kunjungan ulang	0,788	0.374	Valid
3	Tingkat kesetiaan member jika terjadi perubahan harga	0,853	0.374	Valid
4	Tingkat penciptaan komplain langsung terhadap hotel	0,834	0.374	Valid

Sumber : Hasil Pengolahan Data 2011

Berdasarkan hasil pengolahan data di atas pengukuran validitas untuk sub variabel *service convenience* menunjukkan bahwa item-item pertanyaan dalam 30 kuesioner valid karena skor r_{hitung} lebih besar jika dibandingkan dengan r_{tabel} yang bernilai 0.374. Pengukuran validitas terhadap *decision convenience* menunjukkan nilai tertinggi sebesar 0,885 dibandingkan dengan hal lainnya dan terendah sebesar 0,598 pada item kemudahan akses informasi. Berikutnya pengukuran validitas pada dimensi *access convenience* nilai tertinggi terdapat pada item kemudahan reservasi melalui telepon sebesar 0,822 dan nilai terendah terdapat pada item kemudahan menuju lokasi hotel sebesar 0,809.

Pada dimensi ketiga yaitu *transaction convenience* nilai pengujian validitas tertinggi terdapat pada item keamanan bertransaksi sebesar 0,928 dan nilai terendah ada pada item keragaman metode pembayaran sebesar 0,795. Kemudian pada dimensi *benefit convenience* nilai pengujian validitas tertinggi terdapat pada item keramahan karyawan hotel yang bernilai 0,847 serta nilai terendah ada pada item kecepatan kinerja karyawan hotel yang bernilai 0,639. Pada dimensi yang terakhir yaitu *post benefit convenience* nilai pengujian

validitas tertinggi ada pada item kemudahan menyampaikan saran sebesar 0,965 dan terendah terdapat pada item kecepatan karyawan dalam mengatasi keluhan pelanggan sebesar 0,845. Terakhir, pada variabel *customer loyalty* nilai pengujian validitas tertinggi terdapat pada item keinginan member untuk mempromosikan hotel kepada orang lain sebesar 0,887 dan yang terendah terdapat pada item frekuensi member untuk melakukan kunjungan ulang.

3.2.6.2 Pengujian Reliabilitas

Reliabilitas menunjukkan bahwa suatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data. Adapun langkah- langkah dalam melakukan uji reliabilitas diantaranya:

1. Memberikan nomor pada angke yang masuk
2. Memberikan skor pada setiap butir sesuai dengan bobot yang telah ditentukan
3. Menjumlahkan skor untuk setiap responden dan kemudian jumlah skor dikuadratkan.
4. Menghitung variasi butir dengan rumus:

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

5. Menghitung varians total (σ_i^2)
6. Menghitung koefisien r untuk ujireliabilitas dengan menggunakan rumus:

$$r_{11} = \left[\frac{k}{(k-1)} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_i^2} \right] \quad \text{Suharsimi Arikunto, (2006)}$$

Keterangan:

r_1 = reliabilitas instrumen

k = banyak butir pertanyaan

$\sum \sigma_1^2$ = jumlah varians butir

σ_1^2 = varians total

7. Hasil r kemudian dikonsultasikan ke dalam tabel *product moment* jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka instrumen tersebut reliabel.

Hasil pengujian didasarkan pada sebuah perhitungan dengan menggunakan SPSS 18.0 *for window* untuk memperoleh hasil pengujian reliabilitas. Keputusan uji reliabilitas instrumen berdasarkan ketentuan sebagai berikut:

$r_{hitung} > r_{tabel}$ maka instrumen dikatakan reliabel

$r_{hitung} < r_{tabel}$ maka instrumen dikatakan tidak reliabel.

Diketahui juga bahwa semua variabel reliabel, hal ini dikarenakan $C\sigma$ masing-masing variabel lebih besar dibandingkan dengan koefisien *alpha cronbch* yang bernilai 0,70 berikut tabel uji reliabilitas instrumen penelitian:

TABEL 3.5
HASIL UJI RELIABILITAS INSTRUMEN PENELITIAN

No	Variabel	$C\sigma_{hitung}$	$C\sigma_{min\ imul}$	Keterangan
1	<i>Service Convenience</i>	0,784	0,70	Reliabel
2	<i>Customer Loyalty</i>	0,862	0,70	Reliabel

Hasil Pengolahan Data 2011

Berdasarkan Tabel 3.7 diatas bahwa terdapat $C \sigma$ hitung sebesar 0,784 pada variabel *service convenience* dan 0,862 pada variabe *customer loyalty* hal ini menunjukkan bahwa instrumen penelitian pada variabel tersebut adalah reliabel.

3.3 Rancangan Analisis Data

3.3.1 Rancangan Analisis Data Deskriptif

Alat penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuisisioner (angket). Kuisisioner ini disusun oleh penulis berdasarkan variabel yang terdapat dalam penelitian. Yaitu memberikan keterangan mengenai *Service Convenience* (X) yang terdiri dari *Decision Convenience* (X1), *Access Convenience* (X2), *Transaction Convenience* (X3), *Benefit Convenience* (X4), *Postbenefit Convenience* (X5).

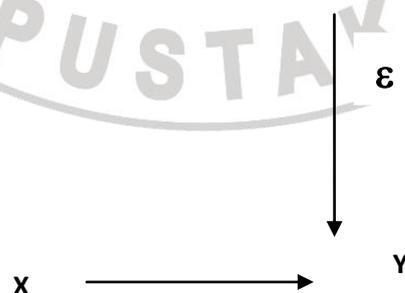
Teknik analisis data merupakan cara untuk mengukur, mengolah dan menganalisis data tersebut. Tujuan pengolahan data adalah untuk memberikan keterangan yang berguna serta untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan dalam penelitian ini. Dengan demikian, teknik analisis data diarahkan pada pengujian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

Proses untuk menguji hipotesis di mana metode analisis yang dilakukan dalam penelitian ini adalah metode analisis verifikatif, maka dilakukan analisis jalur (*path analysis*). Dalam hal ini, analisis jalur digunakan untuk menentukan besarnya pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) baik secara langsung ataupun tidak langsung. Untuk memenuhi persyaratan digunakannya metode analisis jalur maka sekurang-kurangnya data yang diperoleh adalah data interval.

Data yang diperoleh dalam penelitian ini adalah data ordinal yang ditransformasikan menggunakan MSI. Adapun pengolahan data dapat dilakukan dengan menggunakan bantuan program SPSS for windows 18.0, Transformasikan data mentah menjadi data dalam skor Z. Untuk itu pilih menu *analyze*, pilih *descriptive statistic*. Klik *descriptive*. Blok semua variabel, klik $>$. Klik Ok. Klik *save* untuk menyimpan data.

Untuk memperoleh semua nilai PA, prosedurnya adalah dari menu utama *analyze*, pilih *regression*, klik *linier*. Pengisian kotak independen, blok semua variabel endogen, yaitu Zscore (Y) (yz) dan klik $>$. Pengisian kotak independen, blok semua variabel eksogen dan klik $>$. Method, pilih *enter*. Kemudian dari kotak statistik, klik *descriptive*. Untuk jelasnya proses analisis jalur dilakukan dengan langkah-langkah sebagai berikut.

Setelah data penelitian berskala interval selanjutnya akan ditentukan pasangan data variabel independen dari semua sampel penelitian. Berdasarkan hipotesis konseptual yang diajukan, terdapat hubungan antara tiap variabel penelitian. Hipotesis tersebut digambarkan dalam sebuah paradigma seperti terlihat pada Gambar 3.1 sebagai berikut:



GAMBAR 3.1
STRUKTUR KAUSAL ANTARA X DAN Y

Keterangan: X = *Service Convenience*
 Y = *Customer Loyalty*
 ϵ = Epsilon (variabel lain)

Struktur hubungan di atas menunjukkan bahwa *Service Convenience* berpengaruh terhadap loyalitas tamu. Selain itu terdapat faktor-faktor lain yang mempengaruhi hubungan antara *Decision Convenience* (X_1), *Access Convenience* (X_2), *Transaction Convenience* (X_3), *Benefit Convenience* (X_4), *Postbenefit Convenience* (X_5) dan Y (loyalitas tamu) yaitu variabel residu dan dilambangkan dengan ϵ , namun pada penelitian ini variabel tersebut tidak diperhatikan.

Struktur hubungan antara *Service Convenience* dan Loyalitas pelanggan diuji melalui analisis jalur dengan hipotesis yang berbunyi terdapat pengaruh yang signifikan antara *Service Convenience* terhadap loyalitas tamu (Y). Pengujian hipotesis dilakukan dengan langkah-langkah sebagai berikut.

1. Menggambar struktur hipotesis

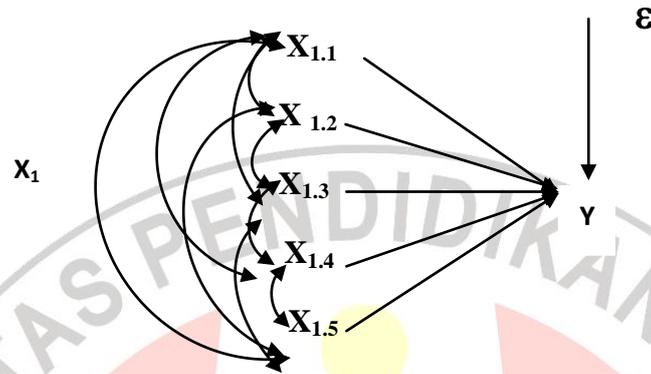


GAMBAR 3.2
DIAGRAM JALUR HIPOTESIS I

1. Selanjutnya diagram hipotesis di atas diterjemahkan ke dalam beberapa sub hipotesis yang menyatakan pengaruh sub variabel independen yang paling

dominan terhadap variabel dependen. Lebih jelasnya dapat dilihat pada Gambar 11 berikut.

2.



GAMBAR 3.3
JALUR SUB STRUKTUR HIPOTESIS

Keterangan:

- X** = Service Convenience (X)
- X₁** = Decision Convenience (X1)
- X₂** = Access Convenience (X2)
- X₃** = Transaction Convenience (X3)
- X₄** = Benefit Convenience (X4),
- X₅** = Postbenefit Convenience (X5)
- Y** = Loyalitas pelanggan (*Customer Loyalty*)
- ε** = Epsilon (Variabel Lain)

2. Menghitung matriks korelasi antar variabel bebas

$$R_1 = \begin{bmatrix} X_1 & X_2 & X_3 & X_4 & X_5 \\ 1 & r_{X_1 X_2} & r_{X_3 X_1} & r_{X_4 X_1} & r_{X_5 X_1} \\ & 1 & r_{X_3 X_2} & r_{X_4 X_2} & r_{X_5 X_2} \\ & & 1 & r_{X_4 X_3} & r_{X_5 X_3} \\ & & & 1 & r_{X_5 X_4} \\ & & & & 1 \end{bmatrix}$$

3. Identifikasi persamaan sub struktur hipotesis

Menghitung matriks invers korelasi

$$R_1^{-1} = \begin{pmatrix} X_1 & X_2 & X_3 & X_4 & X_5 \\ C_1 & C_{1.2} & C_{1.3} & C_{1.4} & C_{1.5} \\ & C_{2.2} & C_{2.3} & C_{2.4} & C_{2.5} \\ & & C_{3.3} & C_{3.4} & C_{3.5} \\ & & & C_{4.4} & C_{4.5} \\ & & & & C_{5.5} \end{pmatrix}$$

4. Menghitung semua koefisien jalur melalui rumus

Menghitung matriks invers korelasi

$$\begin{pmatrix} P_{yx1} \\ P_{yx2} \\ P_{yx3} \\ P_{yx4} \\ P_{yx5} \end{pmatrix} = \begin{pmatrix} X_1 & X_2 & X_3 & X_4 & X_5 \\ C_1 & C_{1.2} & C_{1.3} & C_{1.4} & C_{1.5} \\ & C_{2.2} & C_{2.3} & C_{2.4} & C_{2.5} \\ & & C_{3.3} & C_{3.4} & C_{3.5} \\ & & & C_{4.4} & C_{4.5} \\ & & & & C_{5.5} \end{pmatrix} \begin{pmatrix} r_{yx1} \\ r_{yx2} \\ r_{yx3} \\ r_{yx4} \\ r_{yx5} \end{pmatrix}$$

5. Hitung R^2Y ($X_{1.1}, X_{1.2}$) yaitu koefisien yang menyatakan determinasi total

$X_{1.1}, X_{1.2}$ terhadap Y dengan menggunakan rumus

$$R^2Y (X_1, \dots, X_5) = [P_{yx1}, \dots, P_{yx5}] \dots \begin{pmatrix} r_{yx1} \\ \dots \\ r_{yx5} \end{pmatrix}$$

a. Menguji pengaruh langsung maupun tidak langsung dari setiap variabel

Pengaruh X_1 Terhadap Y

Pengaruh X_1 terhadap Y

Pengaruh Langsung	= $PYX_1.PYX_1$
Pengaruh tidak langsung melalui (X_2)	= $PYX_1.r_{X_1X_2}.PYX_2$
Pengaruh tidak langsung melalui (X_3)	= $PYX_1.r_{X_1X_3}.PYX_3$
Pengaruh tidak langsung melalui (X_4)	= $PYX_1.r_{X_1X_4}.PYX_4$
Pengaruh tidak langsung melalui (X_5)	= $PYX_1.r_{X_1X_5}.PYX_5$ +

Pengaruh total X_1 terhadap Y =

Pengaruh X_2 terhadap Y

Pengaruh Langsung	= $PYX_2.PYX_2$
Pengaruh tidak langsung melalui (X_1)	= $PYX_2.r_{X_2X_1}.PYX_1$
Pengaruh tidak langsung melalui (X_3)	= $PYX_2.r_{X_2X_3}.PYX_3$
Pengaruh tidak langsung melalui (X_4)	= $PYX_2.r_{X_2X_4}.PYX_4$
Pengaruh tidak langsung melalui (X_5)	= $PYX_2.r_{X_2X_5}.PYX_5$ +

Pengaruh total $X_{1,2}$ terhadap Y =

Pengaruh X_3 terhadap Y

Pengaruh Langsung	= $PYX_3.PYX_3$
Pengaruh tidak langsung melalui (X_1)	= $PYX_3.r_{X_3X_1}.PYX_1$
Pengaruh tidak langsung melalui (X_2)	= $PYX_3.r_{X_3X_2}.PYX_2$
Pengaruh tidak langsung melalui (X_4)	= $PYX_3.r_{X_3X_4}.PYX_4$
Pengaruh tidak langsung melalui (X_5)	= $PYX_3.r_{X_3X_5}.PYX_5$

+

Pengaruh total $X_{1,2}$ terhadap Y =

Pengaruh X_4 terhadap Y

Pengaruh Langsung $= PYX_4.PYX_4$

Pengaruh tidak langsung melalui (X_1) $= PYX_4.r_{X_4X_1}.PYX_1$

Pengaruh tidak langsung melalui (X_2) $= PYX_4.r_{X_4X_2}.PYX_2$

Pengaruh tidak langsung melalui (X_3) $= PYX_4.r_{X_4X_3}.PYX_3$

Pengaruh tidak langsung melalui (X_5) $= PYX_4.r_{X_4X_5}.PYX_5$

+

Pengaruh total $X_{1,2}$ terhadap Y =

Pengaruh X_5 terhadap Y

Pengaruh Langsung $= PYX_5.PYX_5$

Pengaruh tidak langsung melalui (X_2) $= PYX_5.r_{X_5X_2}.PYX_2$

Pengaruh tidak langsung melalui (X_3) $= PYX_5.r_{X_5X_3}.PYX_3$

Pengaruh tidak langsung melalui (X_4) $= PYX_5.r_{X_5X_4}.PYX_4$

+

Pengaruh total $X_{1,2}$ terhadap Y =

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

$$P_{X_2\varepsilon} = \sqrt{1 - R^2_{X_2(X_{1.1}, x_{1.2})}}$$

1. Pengujian secara keseluruhan dengan uji F

Keputusan penerimaan atau penolakan H_0

a. Rumusan hipotesis operasional

$$H_0: PYX_{2,1} = PYX_{2,2} = PYX_{2,3} = 0$$

HI: sekurang-kurangnya ada sebuah $PPYX_i \neq 0, i= 1, \text{ dan } 2$ statistik uji yang digunakan adalah

$$F = \frac{(n - k - 1) \sum_{i=1}^k P_{X1Xi} r_{X1Xi}}{k(1 - \sum_{i=1}^k P_{X1Xi} r_{X1Xi})}$$

b. Pengujian secara individual dengan uji t

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

$$t = \frac{P_{X1Xi} - P_{X1Xj}}{\sqrt{\frac{(1 - R^2_{2(X2.1, X2.2, X2.3)})(C_{ii} + C_{ij} + C_{jj})}{(n - k - 1)}}$$

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

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

$$t = \frac{P_{X1Xi} - P_{X1Xj}}{\sqrt{\frac{(1 - R^2_{2(X1.1, X1.2, X1.3, X1.4, X1.5)})(C_{ii} + C_{ij} + C_{jj})}{(n - k - 1)}}$$

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

3.3.2 Pengujian Hipotesis

Data penelitian yang telah berskala interval selanjutnya akan ditentukan pasangan data variabel independen dengan variabel dependen serta akan ditentukan persamaan yang berlaku untuk pasangan-pasangan tersebut.

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

Hipotesis nol $H_0 : \rho = 0$ maka, tidak terdapat pengaruh signifikan antara *Service Convenience* Padma Hotel terhadap Peningkatan *Customer Loyalty*.

Hipotesis nol $H_0 : \rho \neq 0$ maka, terdapat pengaruh signifikan antara *Service Convenience* Padma Hotel terhadap Peningkatan *Customer Loyalty*.

Hasil akhir didapat bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak.