

BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis mengenai pengaruh *service convenience* terhadap kepuasan pelanggan. Sedangkan objek penelitiannya terdiri dari variabel bebas (X) adalah *service convenience* dengan indikator *Decision Convenience* (kenyamanan tujuan); *Access Convenience* (kenyamanan aksesibilitas); *Transaction Convenience* (kenyamanan bertransaksi); *Benefit Convenience* (kenyamanan manfaat); dan *Postbenefit Convenience* (kenyamanan setelah merasakan manfaat).

Variabel terikat (Y) adalah loyalitas pengunjung dengan indikator *Makes regular repeat purchase*. (melakukan pembelian secara teratur), *Purchase across product are service lines*. (membeli diluar lini produk atau jasa), *Refers other* (menarik pelanggan baru untuk perusahaan atau menciptakan prospek bagi perusahaan dengan merekomendasikan produk atau jasa kepada orang lain), *Demonstrate immunity to the pull of the competition* (tidak terpengaruh daya tarik pesaing atau menolak produk pesaing)

Penelitian ini dilakukan pada saat tertentu, yaitu penelitian dilakukan selama 1 bulan yaitu pada 1 Maret hingga 30 Maret 2009. Oleh karena itu metode yang digunakan yaitu metode *Cross Sectional*.

Menurut Husein Umar (2003:45) bahwa yang dimaksud dengan metode *cross sectional* adalah metode penelitian dengan cara mempelajari objek dalam satu kurun waktu tertentu/tidak berkesinambungan dalam jangka waktu panjang

Adapun yang menjadi objek penelitian adalah pengunjung Jakjazz Festival di komunitas Klub Jazz Bandung, KLCBS Jazz Alliance dan ITJazz. Penelitian lebih difokuskan pada penerapan *service convenience* terhadap proses loyalitas pengunjung Jakjazz Festival.

3.2 Metode Penelitian

3.2.1 Jenis Penelitian dan Metode yang Digunakan

Jenis penelitian yang dilakukan berdasarkan penjelasan dan bidang penelitian *deskriptif* dan *verifikatif*. Menurut Sugiyono (2006:11) menjelaskan bahwa, penelitian *deskriptif* adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih (*independent*) tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan dengan variabel yang lain. Penelitian *deskriptif* disini bertujuan untuk memperoleh deskripsi atau gambaran mengenai *service convenience* dan pengaruhnya terhadap loyalitas pengunjung Jakjazz Festival. Adapun jenis penelitian *verifikatif* menurut Suharsimi Arikunto (2006:7) pada dasarnya ingin menguji kebenaran dari suatu hipotesis yang dilaksanakan melalui pengumpulan data di lapangan. Pada penelitian ini di uji mengenai pengaruh *service convenience* pada Jakjazz Festival dan pengaruhnya terhadap loyalitas pengunjung.

Berdasarkan jenis penelitian *deskriptif* dan *verifikatif* yang dilaksanakan melalui pengumpulan data di lapangan, maka metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah *survey*. Menurut Kerlinger yang dikutip oleh Sugiyono (2006:7) "Penelitian *survey* adalah penelitian yang dilakukan pada populasi besar ataupun kecil tetapi data yang dipelajari adalah data dari sampel yang diambil

dari populasi tertentu, sehingga ditemukan kejadian-kejadian relatif distribusi dan hubungan-hubungan antar variabel sosiologi maupun psikologis”.

Pada penelitian dengan menggunakan metode *survey*, informasi dari sebagian populasi dikumpulkan langsung di tempat kerja secara empirik dengan tujuan untuk mengetahui pendapat dari sebagian populasi terhadap objek yang sedang diteliti. Selain itu karena penelitian dilakukan dalam kurun waktu kurang dari satu tahun yaitu 1 Maret hingga 31 Maret 2008, maka metode yang digunakan adalah *cross sectional method*, yaitu metode penelitian dengan cara mempelajari objek dalam kurun waktu kurang dari satu tahun (Husein Umar, 2003).

3.2.2 Operasionalisasi Variabel

Variabel yang dikaji dalam penelitian ini meliputi *service convenience* pada Jakjazz Festival dan pengaruhnya terhadap loyalitas pengunjung. Variabel bebas (X) adalah *service convenience* dengan indikator *Decision Convenience* (kenyamanan tujuan); *Access Convenience* (kenyamanan aksesibilitas); *Transaction Convenience* (kenyamanan bertransaksi); *Benefit Convenience* (kenyamanan manfaat); dan *Postbenefit Convenience* (kenyamanan setelah merasakan manfaat).

Variabel terikat (Y) adalah loyalitas pengunjung dengan indikator *Makes regular repeat purchase*. (melakukan pembelian secara teratur), *Purchase across product are service lines*. (membeli diluar lini produk atau jasa), *Refers other* (menarik pelanggan baru untuk perusahaan atau menciptakan prospek bagi perusahaan dengan merekomendasikan produk atau jasa kepada orang lain), *Demonstrate immunity to the pull of the competition* (tidak terpengaruh daya tarik

pesaing atau menolak produk pesaing). Tabel 3.1 menyajikan operasionalisasi variabel.

TABEL 3.1
OPERASIONALISASI VARIABEL

Variabel/ Subvariabel	Konsep Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item Soal
Service Convenience (X)	Persepsi konsumen terhadap waktu dan usaha berkaitan dengan pembelian atau pemakaian suatu jasa. Berry, et al. dalam Fandy Tjiptono (2006:60)	Decision Convenience (kenyamanan tujuan)	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat kemudahan dalam mendapatkan informasi tentang Jakjazz Festival • Tingkat ketepatan penetapan harga dan efisiensi jadwal pertunjukan Jakjazz Festival • Tingkat kemudahan dalam memilih artis mana yang akan dijadikan tujuan utama (<i>special show</i>) 	Ordinal	A.1
		Persepsi konsumen terhadap biaya waktu dan usaha untuk membuat keputusan pembelian atau pemakaian jasa. Berry, et al. dalam Fandy Tjiptono (2006:60)		Ordinal	A.2
				Ordinal	A.3
		Access Convenience (kenyamanan aksesibilitas)	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat kemudahan menuju lokasi Jakjazz Festival dengan kendaraan yang digunakan 	Ordinal	B.1
	Persepsi konsumen terhadap biaya waktu dan usaha untuk menginisiasi penyampaian jasa. Berry, et al. dalam Fandy Tjiptono (2006:60)				

Variabel/ Subvariabel	Konsep Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item Soal
		Transaction Convenience (kenyamanan bertransaksi) Persepsi pelanggan terhadap biaya, waktu, dan usaha untuk mengadakan sebuah transaksi. Berry, et al. dalam Fandy Tjiptono (2006:60)	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat Kemudahan dalam mendapatkan tiket Jakjazz Festival 	Ordinal	C.1
			<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat kecepatan dalam transaksi pembelian tiket melalui telepon dan/atau ticket box resmi 	Ordinal	C.2
		Benefit Convenience (kenyamanan manfaat) Persepsi pelanggan terhadap biaya, waktu, dan usaha untuk mengalami manfaat inti jasa Berry, et al. dalam Fandy Tjiptono (2006:60)	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat kemudahan dalam menemukan artis yang tampil 	Ordinal	D.1
		Postbenefit Convenience (kenyamanan setelah merasakan manfaat) Persepsi pelanggan terhadap biaya, waktu dan usaha sewaktu mengkontak kembali penyedia jasa setelah tahap manfaat jasa (<i>benefit stage</i>) Berry, et al. dalam Fandy Tjiptono (2006:60)	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat kemudahan dalam menyampaikan saran dan kontak ulang Jakjazz Festival di lain waktu melalui website 	Ordinal	E.1
			<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat Kemudahan mendapatkan informasi seputar acara dan informasi yang berhubungan dengan Jakjazz Festival yang diberikan setelah 	Ordinal	E.2

Variabel/ Subvariabel	Konsep Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item Soal
			acara berlangsung melalui Jakjazz Community		
Loyalitas Pelanggan (Y)	Loyalitas pelanggan adalah komitmen untuk bertahan secara mendalam untuk melakukan pembelian ulang atau berlangganan kembali produk atau jasa terpilih secara konsisten di masa yang akan datang, meskipun pengaruh situasi dan usaha-usaha pemasaran mempunyai potensi untuk menyebabkan perubahan perilaku. Griffin (2003:31-32)	• Mengunjungi ulang Jakjazz Festival Secara Teratur	♦ Mengunjungi ulang Jakjazz Festival Secara Teratur	Ordinal	F.1
		• Mengunjungi <i>event</i> musik selain jazz yang diadakan oleh Jakjazz Production	♦ Tingkat frekuensi Mengunjungi <i>event</i> musik selain jazz yang diadakan oleh Jakjazz Production	Ordinal	F.2
		• Rekomendasi pada teman/ saudara/kerabat tentang Jakjazz Festival	• Tingkat penciptaan Prospek/ merekomendasikan Jakjazz Festival	Ordinal	F.3
		• Kekebalan untuk mengunjungi <i>event</i> musik lain diluar <i>event</i> musik jazz	• Tingkat kekebalan untuk mengunjungi <i>event</i> musik lain diluar <i>event</i> musik jazz	Ordinal	F.4

3.2.3 Jenis dan Sumber Data

Menurut Sugiyono (2006:129) berdasarkan sumbernya, data dibedakan menjadi dua yaitu : data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang diperoleh dari hasil penelitian langsung secara empirik kepada pelaku langsung atau yang terlibat langsung dengan menggunakan teknik pengumpulan data tertentu. Sedangkan data sekunder adalah data yang diperoleh dari pihak lain atau hasil penelitian hasil penelitian pihak lain yang berasal dari buku-buku, literatur, artikel dan tulisan-tulisan ilmiah.

Jenis data yang diperlukan dalam penelitian ini hanya terdapat sumber data sekunder. Data sekunder diperoleh dari berbagai media informasi dan komunikasi. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Tabel 3.2 berikut ini:

TABEL 3.2
JENIS DAN SUMBER DATA

NO	DATA	JENIS DATA	SUMBER DATA
1	Tanggapan pengunjung terhadap <i>Service Convenience</i> pada Jakjazz Festival	Primer	Pengunjung
2	Tanggapan pengunjung terhadap Loyalitas pada Jakjazz Festival	Primer	Pengunjung
3	Jumlah pengunjung <i>event</i> 2006 - 2008	Sekunder	Modifikasi dari kompas.com, mediaindonesia.com, kickfest2008.com, hariansinggalang.co.id 27/07/2008
4.	Jumlah pengunjung <i>event</i> musik tahun 2008	Sekunder	Modifikasi dari Whatzup.com, tonggowordpress.com mediaindonesia.com 9/9/2008
5.	Jumlah pengunjung <i>event</i> musik jazz tahun 2008	Sekunder	Modifikasi dari kapanlagi.com, pasarinfo.com, javajazzfestival.com, ahmadtaufik.blogspot.com 3/08/2008
6.	Jumlah Pengunjung Jakjazz Festival tahun 2006-2008	Sekunder	Modifikasi dari kapanlagi.com, korantempo.com, sinarharapan.com 1/12/2008
7.	Data jumlah anggota komunitas Klub Jazz Bandung, KLCBS Jazz Alliance dan ITJazz	Sekunder	Survey, Desember 2008

3.2.4 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

3.2.4.1 Populasi

Apabila peneliti mengumpulkan dan menganalisis suatu data, menentukan populasi merupakan langkah yang penting dalam pelaksanaan

penelitian. Populasi bukan hanya sekedar orang, tetapi juga benda-benda alam lainnya. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada objek atau subjek itu, tetapi meliputi seluruh karakteristik/sifat yang dimiliki objek atau subjek itu. Menurut Sugiyono, menjelaskan bahwa populasi adalah “Wilayah generalisasi yang terdiri atas objek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulan” (Sugiyono, 2006:72). Sedangkan menurut pendapat Masri Singarimbun dan Sofyan Effendi (2006:152) yang dimaksud dengan populasi adalah keseluruhan dari unit analisa yang ciri-cirinya akan di duga.

Penentuan populasi harus dimulai dengan penentuan secara jelas mengenai populasi yang menjadi sasaran penelitian 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. Tabel 3.3 menyajikan populasi komunitas Klab Jazz Bandung dan KLCBS Jazz Alliance dan ITJazz.

TABEL 3.3

**Jumlah anggota komunitas Klab Jazz Bandung,
KLCBS Jazz Alliance dan ITJazz**

Jumlah anggota komunitas Klab Jazz Bandung dan KLCBS Jazz Alliance
Klab Jazz Bandung : 200 Orang
KLCBS Jazz Alliance : 345 orang
ITJazz : 100 orang
Total : 645 orang

Sumber data: Survey Klab Jazz Bandung, KLCBS Jazz Alliance dan ITJazz (Desember 2008).

Tabel 3.3 di atas dapat diketahui jumlah anggota komunitas Klub Jazz Bandung dan KLCBS Jazz Alliance dan ITJazz adalah 645 orang.

3.2.4.2 Sampel

Dalam suatu penelitian tidak mungkin semua populasi diteliti, dalam hal ini disebabkan beberapa faktor diantaranya keterbatasan biaya, tenaga, dan waktu yang tersedia. Oleh karena itu peneliti diperkenankan untuk mengambil sebagian saja dari objek populsi yang ditentukan. "Bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki populasi disebut sampel" (Sugiono, 2006:73).

Menurut Suharsimi Arikunto (2006:109), yang dimaksud dengan sampel adalah "Sebagian atau wakil populasi yang diteliti". Sedangkan menurut Asep Hermawan (2004:47), yang dimaksud dengan sampel adalah "suatu bagian (subset) dari populasi".

Jadi sampel dalam hal ini adalah sebagian anggota komunitas Klub Jazz Bandung, KLCBS Jazz Alliance dan ITJazz.

Dalam menentukan ukuran sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus dari Slovin (Husein Umar, 2003:141), yaitu:

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

Dimana:

n = sampel

N = populasi

e = 10 % = 0,1

Berdasarkan rumus di atas, maka dapat dihitung besarnya sampel dari jumlah populasi yang ada yaitu sebagai berikut:

$$n = \frac{645}{1 + 645 \cdot (0,1)^2}$$

$$n = \frac{645}{1 + 645 \cdot (0,01)}$$

$$n = \frac{645}{6,46}$$

$$n = 99,84 \approx 100$$

Dari perhitungan tersebut, diketahui ukuran sampel sebanyak 100 orang, untuk mendapatkan ukuran sampel tersebut maka peneliti melakukan penarikan sampel pada pengunjung Jakjazz Festival di komunitas Klub Jazz Bandung, KLCBS Jazz Alliance dan ITJazz.

3.2.4.3 Teknik Sampling

Sampling dilakukan oleh peneliti untuk mengumpulkan data. Freddy Rangkuti (2005:54) mengemukakan bahwa "Sampling adalah suatu cara mengumpulkan data dengan catatan sebagian kecil dari populasi saja, sehingga dapat diperoleh nilai karakteristik perkiraan".

Untuk menentukan besarnya ukuran sampel yang akan diteliti, maka harus digunakan teknik sampling. Menurut Sugiyono (2005:73), "Teknik sampling adalah merupakan teknik pengambilan sampel". Sehingga dalam penelitian ini digunakan teknik *probability sampling* yaitu teknik sampling (teknik pengambilan sampel) yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel.

Menurut Sugiyono (2005:74), "dikatakan *simple* (sederhana) karena pengambilan sampel anggota populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu. Sedangkan menurut Harun Al Rasyid (2000:66) Teknik sampling mempunyai keuntungan yaitu standar *error* lebih sedikit, mudah dilakukan, dan teknik sampling bisa dilakukan sekalipun tidak ada kerangka sampling. Untuk mendapatkan anggota sampel dilakukan secara *systematik* (sampling sistematis). Adapun langkah-langkah yang dilakukan dalam teknik ini adalah:

1. Tentukan populasi sasaran, dalam penelitian ini yang menjadi populasi sasaran adalah seluruh anggota komunitas Klub Jazz Bandung, KLCBS Jazz Alliance dan ITJazz.
2. Tentukan waktu yang akan digunakan untuk menentukan sampling, dalam penelitian ini waktu yang digunakan oleh peneliti adalah selama 1 bulan.
3. Menentukan ukuran sampel (n) yang akan diambil dari keseluruhan anggota populasi (N), berdasarkan rumus Harun Al-Rasyid sampelnya berukuran orang.

3.2.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan suatu prosedur yang sistematis dan standar dalam pengadaan data primer untuk keperluan penelitian. Pengumpulan data merupakan langkah yang penting dalam metode ilmiah karena data yang dikumpulkan digunakan untuk menguji hipotesa yang telah dirumuskan.

Disini penulis menggunakan teknik pengumpulan data dengan teknik :

1. Kuesioner, yaitu merupakan teknik pengumpulan data melalui penyebaran seperangkat daftar pertanyaan tertulis. Kuesioner berisi pertanyaan mengenai karakteristik responden, tanggapan responden di komunitas Klub Jazz Bandung, KLCBS Jazz Alliance dan ITJazz tentang *Service Convenience* dan Loyalitas Pengunjung Jakjazz Festival.
2. Studi literatur, yaitu merupakan usaha pengumpulan informasi yang berhubungan dengan teori-teori yang ada kaitannya dengan masalah dan variabel yang diteliti dari *service convenience* dengan indikator *Decision Convenience* (kenyamanan tujuan); *Access Convenience* (kenyamanan aksesibilitas); *Transaction Convenience* (kenyamanan bertransaksi); *Benefit Convenience* (kenyamanan manfaat); dan *Postbenefit Convenience* (kenyamanan setelah merasakan manfaat) pada Jakjazz Festival. Variabel terikat (Y) adalah loyalitas pengunjung dengan indikator *Makes regular reperat purchase*. (melakukan pembelian secara teratur), *Purchase across product are service lines*. (membeli diluar lini produk atau jasa), *Refers other* (menarik pelanggan baru untuk perusahaan atau menciptakan prospek bagi perusahaan dengan merekomendasikan produk atau jasa kepada orang lain), *Demonstrate immunity to the pull of the competition* (tidak terpengaruh daya tarik pesaing atau menolak produk pesaing)
3. Wawancara

Wawancara dilakukan sebagai teknik komunikasi langsung dengan pihak penyelenggara Jakjazz Festival yaitu Jakjazz Production untuk mengetahui tanggapan tentang *service convenience* dan loyalitas pengunjung Jakjazz Festival.

3.2.6 Validitas dan Reliabilitas

Data mempunyai kedudukan yang sangat penting dalam suatu penelitian karena menggambarkan variabel yang diteliti dan berfungsi sebagai pembentuk hipotesis. Oleh karena itu, perlu dilakukan pengujian data untuk mendapatkan mutu yang baik. Benar-tidaknya data tergantung dari instrumen pengumpulan data. Sedangkan instrumen yang baik harus memenuhi dua persyaratan yaitu *validitas* dan *reliabilitas*. Uji validitas dan reliabilitas pada penelitian ini dilaksanakan dengan menggunakan alat bantu *software* komputer program SPSS (*Statistical Product for Service Solutions*) 15.0. Adapun langkah-langkah menggunakan SPSS 15.0.0 *for window* sebagai berikut:

1. Memasukkan data *variable* X dan *variable* Y setiap item jawaban responden atas nomor item pada data view.
2. Klik *variable view*, lalu isi kolom *name* dengan *variable* penelitian (X, Y) *width*, *decimal*, *label* (isi dengan nama-nama atas *variable* 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. Dihasilkan *output*, apakah data tersebut valid serta reliabel atau tidak dengan membandingkan data hitung dengan data tabel.

3.2.6.1 Pengujian Validitas

Menurut Suharsimi Arikunto, yang dimaksud dengan validitas adalah ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan dan kesahan suatu instrument.

Suatu instrument yang valid atau sahih mempunyai validitas yang tinggi. Sebaliknya instrument yang kurang berarti memiliki validitas rendah (Suharsimi Arikunto, 2006:145).

Dalam suatu penelitian, data mempunyai kedudukan paling tinggi karena data merupakan penggambaran variabel yang diteliti, dan fungsinya sebagai pembentukan hipotesis. Oleh karena itu benar tidaknya data sangat menentukan mutu hasil penelitian. Sedangkan benar tidaknya data tergantung dari baik tidaknya instrument pengumpulan data. Instrument yang baik harus memenuhi dua persyaratan penting yaitu *valid* dan *reliable*.

Tipe validitas yang digunakan adalah validitas konstruk yang menentukan validitas dengan cara mengkorelasikan antar skor yang diperoleh dari masing-masing item berupa pertanyaan dengan skor totalnya. Skor total ini merupakan nilai yang diperoleh dari penjumlahan semua skor item. Korelasi antar skor item dengan skor totalnya harus signifikan. Berdasarkan ukuran statistik, bila ternyata skor semua item yang disusun berdasarkan dimensi konsep berkorelasi dengan validitas. Adapun rumus yang dapat digunakan adalah rumus Korelasi *Product Moment* yang dikemukakan oleh Pearson sebagai berikut:

$$r = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{(N \sum X^2) - (\sum X)^2\} \{(N \sum Y^2) - (\sum Y)^2\}}}$$

Di mana:

r = Koefisien korelasi antara variabel X dan variabel Y, dua variabel yang dikorelsikan (Suharsimi Arikunto, 2006:245).

X = Skor untuk pertanyaan yang dipilih

Y = Skor total

N = Jumlah responden

Untuk mengadakan interperasi mengenai besarnya koefisien korelasi menurut Suharsimi Arikunto (2006:245) dapat dilihat pada tabel 3.4 sebagai berikut:

TABEL 3.4
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)

Teknik perhitungan yang digunakan untuk menganalisa validitas tes ini adalah teknik korelasional biasa, yakni korelasi antara skor-skor tes yang divalidasikan dengan skor-skor tes tolok ukurnya dari peserta yang sama. Selanjutnya perlu diuji apakah koefisien validitas tersebut signifikan pada taraf signifikan tertentu, artinya adanya koefisien validitas tersebut bukan karena faktor kebetulan, diuji dengan rumus statistik t sebagai berikut:

$$t = r \frac{\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}} \quad (\text{Sugiyono, 2008:250})$$

Keputusan pengujian validitas responden pengunjung Jakjazz Festival di Klub Jazz Bandung, KLCBS Jazz Alliance dan ITJazz dengan taraf signifikan sebagai berikut :

1. Nilai t dibandingkan dengan harga t_{tabel} dengan $dk = n-2$ dan taraf signifikansi $\alpha = 0,05$.
2. Jika $t_{\text{hitung}} \geq t_{\text{tabel}}$ maka soal tersebut valid.
3. Jika $t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$ maka soal tersebut tidak valid.

3.2.6.2 Hasil Pengujian Validitas

Pengujian validitas dan reliabilitas ini menggunakan aplikasi *software SPSS 15.0 for windows*. Adapun variabel yang diuji yaitu kinerja *service convenience* (variabel X) dan loyalitas pengunjung (variabel Y). Hasil pengujian pada 30 responden, dengan $dk = n-2 = 30-2=28$ diperoleh $r_{\text{tabel}} \geq 0,374$, nilai tingkat validitas yang diperoleh adalah sebagai berikut:

TABEL 3.5
HASIL PENGUJIAN VALIDITAS

No	Pertanyaan	X Service Convenience		Keterangan
		r_{hitung}	r_{tabel}	
Decision Convenience (kenyamanan tujuan)				
1	Kemudahan dalam mendapatkan informasi tentang Jakjazz Festival	0,786	0,374	Valid
2	Ketepatan penetapan harga dan efisiensi jadwal pertunjukan Jakjazz Festival	0,709	0,374	Valid
3	Kemudahan dalam memilih artis mana yang akan dijadikan tujuan utama (<i>special show</i>)	0,798	0,374	Valid
Access Convenience (kenyamanan aksesibilitas)				
4	Kemudahan akses menuju lokasi Jakjazz Festival dengan kendaraan yang digunakan	0,503	0,374	Valid
Transaction Convenience (kenyamanan bertransaksi)				
5	Kemudahan dalam mendapatkan tiket Jakjazz Festival	0,668	0,374	Valid
6	Kecepatan dalam transaksi	0,423	0,374	Valid

	pembelian tiket melalui telepon dan/atau <i>ticket box</i> resmi			
Benefit Convenience (kenyamanan manfaat)				
7	Kemudahan dalam menemukan artis yang tampil	0,441	0,374	Valid
Postbenefit Convenience (kenyamanan setelah merasakan manfaat)				
8	Kemudahan dalam menyampaikan saran dan kontak ulang Jakjazz Festival melalui website	0,665	0,374	Valid
9	Kemudahan mendapatkan informasi seputar acara dan informasi Jakjazz Festival setelah acara berlangsung melalui Jakjazz Community	0,493	0,374	Valid
No	Pertanyaan	X Loyalitas Pengunjung		Keterangan
		r_{hitung}	r_{tabel}	
1	Keinginan/minat untuk berkunjung setiap kali diadakan Jakjazz Festival	,638	0,374	Valid
2	Kemungkinan/minat untuk mengunjungi acara selain jazz yang diadakan oleh Jakjazz Production	,464	0,374	Valid
3	Kemungkinan untuk merekomendasikan pada teman/saudara/kerabat tentang Jakjazz Festival	,629	0,374	Valid
4	Kemungkinan untuk tidak mengunjungi <i>event</i> musik lain diluar <i>event</i> musik jazz	,559	0,374	Valid

Sumber : Hasil Pengolahan Data 2009

Berdasarkan hasil pengujian validitas pada Tabel 3.5, maka dapat disimpulkan bahwa 5 dimensi yang terdiri dari 9 item dapat dikatakan valid, karena $r_{hitung} > r_{tabel}$.

3.2.6.3 Pengujian Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2008:172), “instrumen yang reliabel adalah instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur obyek yang sama, akan menghasilkan data yang sama”. Asep Hermawan (2006:126) mendefenisikan: “Reliabilitas berkaitan dengan konsistensi akurasi dan prediktabilitas suatu alat ukur.” Berdasarkan pendapat para ahli tersebut, dapat disimpulkan bahwa reliabilitas berkaitan dengan akurasi dan ketepatan suatu alat ukur untuk mengukur karena instrumennya sudah baik.

Jika suatu instrumen dapat dipercaya, maka data yang dihasilkan oleh instrumen tersebut dapat dipercaya. Pengujian reliabilitas instrumen dilakukan dengan *internal consistency* dengan Teknik Belah Dua (*split half*) yang dianalisis dengan rumus Spearman Brown, yaitu:

$$r_i = \frac{2r_b}{1 + r_b} \quad (\text{Sugiyono, 2008:190})$$

Keterangan:

r_i = Reliabilitas seluruh instrumen

r_b = Korelasi *Product Moment* antara belahan pertama dan kedua

Keputusan uji reliabilitas ditentukan dengan kriteria sebagai berikut:

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

3.2.6.4 Hasil Pengujian Reliabilitas

Berdasarkan jumlah angket yang diuji kepada sebanyak 30 responden dengan tingkat signifikansi 5% dan derajat kebebasan (df) $n-2$ ($30-2=28$) maka didapat nilai r_{tabel} sebesar 0,374. Berdasarkan Tabel 3.7 berikut ini dapat diketahui bahwa instrumen yang diajukan kepada responden dapat dikatakan reliabel, karena setiap pernyataan memiliki r_{hitung} yang lebih besar daripada r_{tabel} , sehingga instrumen tersebut akan memberikan hasil ukur yang sama.

TABEL 3.6

HASIL PENGUJIAN RELIABILITAS

No	Variabel	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1	<i>Service Convenience</i>	0,867	0,374	Reliabel
2	Loyalitas Pengunjung	0,767	0,374	Reliabel

Sumber: Hasil Pengolahan Data 2009

3.2.7 Teknik Analisis Data

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.

Alat penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah angket. Angket ini disusun oleh penulis berdasarkan variabel yang terdapat dalam penelitian. Dalam penelitian kuantitatif analisis data dilakukan setelah data seluruh responden terkumpul. Kegiatan analisis data dalam penelitian dilakukan melalui tahapan-tahapan sebagai berikut:

1. Menyusun data

Mengecek nama dan kelengkapan identitas responden, serta mengecek kelengkapan data yang diisi oleh responden untuk mengetahui karakteristik responden digunakan rumus persentase sebagai berikut:

$$\% = \frac{n}{N} \times 100$$

Di mana:

n = nilai yang diperoleh

N = jumlah seluruh nilai

100 = konstanta

2. Menyeleksi data untuk memeriksa kesempurnaan dan kebenaran data yang terkumpul

3. Tabulasi data

Tabulasi data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah:

- a. Memberi skor pada setiap item
- b. Menjumlahkan skor pada setiap item
- c. Menyusun ranking skor pada setiap variabel penelitian

4. Menganalisis dan menafsirkan hasil perhitungan berdasarkan angka-angka yang diperoleh dari perhitungan statistik. Adapun metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif dan verifikatif.

3.2.7.1 Method Of Successive Interval (MSI)

Penelitian ini menggunakan data ordinal seperti dijelaskan dalam operasionalisasi variabel sebelumnya, maka semua data ordinal yang terkumpul terlebih dahulu akan ditransformasi menjadi skala interval dengan menggunakan *Method of successive interval*. (Harun Al Rasyid, 1994: 131).

Langkah-langkah untuk melakukan transformasi data tersebut adalah sebagai berikut:

1. Menghitung frekuensi (f) setiap pilihan jawaban, berdasarkan hasil jawaban responden pada setiap pernyataan.
2. Berdasarkan frekuensi yang diperoleh untuk setiap pernyataan, dilakukan penghitungan proporsi (p) setiap pilihan jawaban dengan cara membagi frekuensi (f) dengan jumlah responden, dilakukan pembulatan jika $> 0,5$ maka dilakukan pembulatan ke atas sedangkan $< 0,5$ dibulatkan ke bawah.
3. Berdasarkan proporsi tersebut untuk setiap pernyataan, dilakukan penghitungan proporsi kumulatif untuk setiap pilihan jawaban
4. Menentukan nilai batas Z (tabel normal) untuk setiap pernyataan dan setiap pilihan jawaban
5. Menentukan nilai interval rata-rata untuk setiap pilihan jawaban melalui persamaan berikut:

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

6. Dihitung skor untuk setiap pilihan jawaban melalui persamaan sebagai berikut:

Nilai hasil transformasi = $ScaleValue = |ScaleValue_{\text{minimum}}| + 1$

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

Proses pengolahan data MSI tersebut, peneliti menggunakan bantuan program *software* SUCC'97.

3.2.7.2 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk menganalisis data yang bersifat kualitatif serta digunakan untuk melihat faktor penyebab. Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif untuk mendeskripsikan variabel-variabel penelitian, antara lain:

1. Analisis Deskriptif Variabel X (*Service Convenience*)

Variabel X terfokus pada penelitian terhadap pelaksanaan *service convenience* yang meliputi: adalah *Service Convenience* dengan indikator *Decision Convenience* (kenyamanan tujuan); *Access Convenience* (kenyamanan aksesibilitas); *Transaction Convenience* (kenyamanan bertransaksi); *Benefit Convenience* (kenyamanan manfaat); dan *Postbenefit Convenience* (kenyamanan setelah merasakan manfaat).

2. Analisis Deskriptif Variabel Y (Loyalitas Pengunjung)

Variabel Y yang diteliti terfokus pada volume penjualan, yang meliputi: *Makes regular repeat purchase*. (melakukan pembelian secara teratur), *Purchase across product are service lines*. (membeli diluar lini produk atau jasa), *Refers other* (menarik pelanggan baru untuk perusahaan atau menciptakan prospek bagi perusahaan dengan merekomendasikan produk atau jasa kepada orang lain),

Demonstrate immunity to the pull of the competition (tidak terpengaruh daya tarik pesaing atau menolak produk pesaing).

3.2.7.3 Analisis Verifikatif Menggunakan Analisis Regresi Linier Sederhana

Analisis verifikatif dipergunakan untuk menguji hipotesis dengan menggunakan uji statistik dan menitikberatkan pada pengungkapan perilaku variabel penelitian. Teknik analisis data yang dipergunakan untuk mengetahui hubungan kausal dalam penelitian ini yaitu teknik analisis regresi linier sederhana. Analisis ini digunakan untuk menentukan seberapa kuatnya pengaruh variabel bebas (X) yaitu *service convenience* dengan indikator *Decision Convenience* (kenyamanan tujuan); *Access Convenience* (kenyamanan aksesibilitas); *Transaction Convenience* (kenyamanan bertransaksi); *Benefit Convenience* (kenyamanan manfaat); dan *Postbenefit Convenience* (kenyamanan setelah merasakan manfaat), terhadap variabel terikat (Y) yaitu loyalitas pengunjung. Maka bentuk umum persamaannya adalah:

$$Y' = a + bX$$

Dimana:

Y' = Subyek dalam variabel dependen yang diprediksikan

a = Harga Y bila X = 0 (harga konstan)

b = Angka arah atau koefisien regresi, yang menunjukkan angka peningkatan ataupun penurunan variabel dependen yang didasarkan pada variabel independen.

X = Subyek pada variabel independen yang mempunyai nilai tertentu

Langkah-langkah yang dilakukan dalam analisis regresi linier adalah sebagai berikut:

- 1) Mencari harga-harga yang akan digunakan dalam menghitung koefisien a dan b, yaitu:

$$\sum Xi, \sum yi, \sum Xi \cdot Yi, \sum Xi^2, \sum Yi^2$$

- 2) Mencari koefisien regresi a dan b dengan rumus yang dikemukakan Sudjana (1996:315) sebagai berikut:

$$a = \frac{(\sum Yi)(\sum Xi^2) - (\sum Xi)(\sum XiYi)}{n \sum Xi^2 - (\sum Xi)^2} \quad \text{atau} \quad \bar{y} = a + b\bar{x}$$

$$b = \frac{n \sum XiYi - \sum Xi \sum Yi}{n \sum Xi^2 - (\sum Xi)^2}$$

X dikatakan mempengaruhi Y, jika berubahnya nilai X akan menyebabkan adanya perubahan nilai Y, artinya naik turunnya X akan membuat nilai Y juga naik turun, dengan demikian nilai Y ini akan bervariasi. Namun nilai Y bervariasi tersebut tidak semata-mata disebabkan oleh X, karena masih ada faktor lain yang menyebabkannya.

Untuk mengetahui besarnya kontribusi dari X terhadap naik turunnya nilai Y dihitung dengan suatu koefisien yang disebut koefisien determinasi/*coefficient of determination* (r^2).

$$r^2 = \frac{b\{n \sum XiYi - (\sum Xi)(\sum Yi)\}}{n \sum Yi^2 - (\sum Yi)^2} \quad (\text{Sudjana, 2001:370})$$

Adapun untuk mengetahui kuat lemahnya pengaruh dapat diklasifikasikan pada halaman berikut:

TABEL 3.7
PEDOMAN UNTUK MEMBERIKAN INTERPRETASI
PENGARUH (GUILFORD)

BESAR KOEFISIEN	KALSIFIKASI
0,000 - 0,199	Sangat Rendah/Lemah Dapat Diabaikan
0,200 - 0,399	Rendah/Lemah
0,400 - 0,599	Sedang
0,600 - 0,799	Tinggi Kuat
0,800 - 1,00	Sangat Tinggi/Sangat Kuat

Sumber : Sugiyono (2008:250)

Ket : Pedoman Untuk Memberikan Klasifikasi Pengujian Pengaruh

3.3.7.4 Pengujian Hipotesis

Sebagai langkah terakhir dari analisis data adalah pengujian hipotesis. Adapun rumus yang digunakan untuk pengujian hipotesis ini adalah uji signifikan koefisien korelasi (uji t student) yaitu:

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

Sumber: Sugiyono (2008:250)

Keterangan:

r = Koefisien korelasi *product moment*

t = Distribusi student dengan derajat kebebasan dk = n – 2

n = Banyaknya sampel

Kriteria pengambilan keputusan pengujian hipotesis secara statistik dalam rangka pengambilan keputusan penerimaan atau penolakan hipotesis menurut Sugiyono (2008:101) adalah sebagai berikut:

- 1) Jika $t_{hitung} \geq t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima.
- 2) Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak.

Secara statistik hipotesis yang akan diuji berada pada taraf kesalahan 0,05 dengan derajat kebebasan $dk (n-2)$ serta pada uji satu pihak, yaitu pihak kanan. Kriteria penerimaan atau penolakan hipotesis utama pada penelitian ini dapat ditulis sebagai berikut:

$H_0 : \rho < 0$, artinya tidak terdapat pengaruh yang positif dan signifikan *service convenience* pada Jakjazz Festival terhadap loyalitas pengunjung

$H_1 : \rho \geq 0$, artinya terdapat pengaruh yang positif dan signifikan *service convenience* pada Jakjazz Festival terhadap loyalitas pengunjung

TABEL 3.8
KLASIFIKASI KOEFISIEN KORELASI

Interval Koefisien	Tingkat Pengaruh
0,00 – 0,199	Sangat Rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat Kuat

Sumber: Sugiyono (2008:250)

Sesuai dengan kriteria pengambilan keputusan untuk hipotesis yang diajukan menurut Sugiyono (2008:254) adalah:

1. Jika $t_{hitung} \geq t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima.
2. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak.