

## **BAB III**

### **OBJEK DAN METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Objek Penelitian**

Variabel penelitian pada umumnya adalah segala sesuatu yang berbentuk apa yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2008:58). Penelitian ini menganalisis mengenai strategi *servicescape* Puteri Gunung Hotel dalam upaya mempertahankan dan meningkatkan loyalitas tamu bisnis. Objek penelitian yang menjadi variabel bebas (*independent variable*) adalah *servicescape* yang terdiri dari *ambient conditions, spatial layout and functionality, signs symbols & artifacts* dan variabel terikat (*dependent variable*) adalah loyalitas.

Unit analisis yang dijadikan responden dalam penelitian ini adalah para pelanggan bisnis yang menginap dan melakukan aktivitas bisnis di Puteri Gunung Hotel. Penelitian ini dilakukan dalam kurun waktu kurang dari satu tahun, maka pendekatan yang digunakan menurut Sugiyono (2008:8) *Cross sectional method* adalah metode penelitian yang mempelajari objek dalam kurun waktu tertentu (tidak berkesinambungan dalam jangka waktu panjang). Berdasarkan objek penelitian tersebut, dianalisis mengenai *servicescape* pada tamu bisnis di Puteri Gunung Hotel dalam mewujudkan loyalitas tamu.

## 3.2 Metode Penelitian

### 3.2.1 Jenis Penelitian dan Metode yang digunakan

Menurut Sugiyono (2008:2), “Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu”. Berdasarkan penjelasan dan bidang penelitian, maka jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif dan verifikatif. Penelitian ini akan diuji apakah *servicescape* berpengaruh terhadap loyalitas tamu bisnis Puteri Gunung Hotel.

Menurut Sugiyono (2008:35), “Penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui keberadaan variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih (variabel yang berdiri sendiri) tanpa membuat perbandingan atau mencari hubungan variabel satu sama lain”. Melalui penelitian deskriptif, maka dapat diperoleh deskripsi gambaran mengenai *servicescape* di Puteri Gunung Hotel serta gambaran mengenai loyalitas tamu bisnis di Puteri Gunung Hotel.

Menurut Sugiyono (2008:36), penelitian verifikatif adalah “Penelitian yang membandingkan keberadaan satu variabel atau lebih pada dua atau lebih sampel yang berbeda, atau pada waktu yang berbeda”. Berdasarkan pada pengertian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kebenaran fenomena yaitu pengaruh variabel bebas atau variabel eksogen yaitu *servicescape* dengan variabel terikat atau variabel endogen yaitu loyalitas.

Berdasarkan jenis penelitiannya yaitu penelitian deskriptif dan verifikatif yang dilaksanakan melalui pengumpulan data di lapangan, maka metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *survey explanatory*.

Menurut Kerlinger dalam Sugiyono (2008:11), bahwa yang dimaksud dengan metode *survey* adalah:

Metode *survey* yaitu metode penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil, tetapi data yang dipelajari adalah data-data dari sampel yang diambil dari populasi tersebut, sehingga ditemukan kejadian-kejadian relatif, distribusi dan hubungan-hubungan antar variabel sosiologis maupun psikologis.

### 3.2.2 Operasionalisasi variabel

Menurut Ulber Silalahi (2009:201):

Operasionalisasi variabel adalah merupakan kegiatan mengurai variabel menjadi sejumlah variabel operasional atau variabel empiris (indikator, item) yang merujuk langsung pada hal-hal yang dapat diamati atau diukur.

Variabel yang diteliti adalah pengaruh *Servicescape* (X) yang terdiri dari *ambient conditions, spatial layout and functionality* dan *signs symbols & artifacts* terhadap loyalitas yang terdiri dari melakukan pembelian secara teratur, pembelian antar lini produk dan jasa, mereferensikan kepada orang lain, menunjukkan kekebalan dari daya tarik produk sejenis dari pesaing.

Penelitian ini menggunakan skala ordinal dikarenakan data yang ada pada penelitian ini merupakan data ordinal. Skala ordinal merupakan suatu skala dimana data ordinal adalah data yang berjenjang atau berbentuk peringkat, tidak hanya menyatakan peringkat kategori tapi menyatakan peringkat kategori tersebut. Peringkat tersebut menunjukkan suatu urutan penilaian atau tingkat preferensi (Asep Hermawan 2006:124). Secara lebih rinci operasionalisasi masing-masing variabel itu dapat terlihat dalam Tabel 3.1.

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

Variabel/ Sub Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
<i>Servicescape</i> (X)	<i>Servicescape</i> adalah fasilitas fisik dalam pelayanan yang di desain untuk kebutuhan tamu untuk mempengaruhi perilaku tamu dan memuaskan tamu dimana desain fasilitas fisik akan memberikan dampak yang positif terhadap tamu dan karyawan Fitzsimmons (2011:154).				
<i>Ambient Conditions</i> (X.1)	<i>Ambient Conditions</i> Didefinisikan sebagai dimensi yang berhubungan dengan daya tarik estetika meliputi suhu, kualitas udara, suasana dan bau. (Fitzsimmons, 2011:156)	Kebersihan	- Tingkat kebersihan seluruh area Puteri Gunung Hotel	Ordinal	C.1.1
		suasana	- Tingkat kenyamanan suasana di Puteri Gunung Hotel	Ordinal	C.1.2
		Kesejukan Udara	- Tingkat kesejukan udara di Puteri Gunung Hotel	Ordinal	C.1.3
<i>spatial layout and functionality</i> (X.2)	<i>spatial layout and functionality</i> Meliputi penempatan peralatan, <i>furniture</i> , ukuran, bentuk dan jarak antar yang satu dan yang lain yang dapat mempengaruhi kenyamanan tamu. (Fitzsimmons, 2011:156)	<i>Layout</i>	- Tingkat keunikan arsitektur Puteri Gunung Hotel	Ordinal	C.2.4
			- Tingkat daya tarik <i>layout</i> Puteri Gunung Hotel	Ordinal	C.2.5
		<i>Equipment</i>	- Tingkat kelengkapan fasilitas kamar Puteri Gunung Hotel	Ordinal	C.2.6
			- Tingkat kelengkapan fasilitas <i>meeting room</i> Puteri Gunung Hotel	Ordinal	C.2.7
			- Tingkat kelengkapan <i>furniture</i> kamar Puteri Gunung Hotel	Ordinal	C.2.8
<i>Furniture</i>	- Tingkat kelengkapan <i>furniture meeting room</i> hotel	Ordinal	C.2.9		

Lanjutan Tabel 3.1

Variabel/ Sub Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
<i>Signs, Symbols, Artifacts</i> (X.3)	<i>Signs, Symbols, Artifacts</i> Merupakan dekorasi dan lambang yang digunakan untuk berkomunikasi dan meningkatkan citra tertentu, suasana hati tamu atau mengarahkan tamu untuk tujuan yang diinginkan. (Fitzsimmons, 2011:156)	<i>Signage</i>	- Tingkat daya tarik logo Puteri Gunung Hotel	Ordinal	C.3.10
		<i>Personal artifacts</i>	- Tingkat kejelasan petunjuk arah di Puteri Gunung Hotel	Ordinal	C.3.11
			- Tingkat daya tarik penampilan karyawan Puteri Gunung Hotel	Ordinal	C.3.12
			- Tingkat kelengkapan <i>amenities</i> kamar Puteri Gunung Hotel	Ordinal	C.3.13
			- Tingkat daya tarik dekorasi kamar Puteri Gunung Hotel	Ordinal	C.3.14
<i>Style of decor</i>	- Tingkat daya tarik dekorasi <i>meeting room</i> Puteri Gunung Hotel	Ordinal	C.3.15		
Loyalitas pelanggan (Y)	Suatu pola pembelian yang teratur dalam jangka waktu yang lama yang dilakukan oleh unit-unit pembuat atau pengambilan keputusan. (Griffin, 2009:4)	Melakukan pembelian secara teratur	- Tingkat keinginan untuk menggunakan kembali <i>meeting packages</i> Puteri Gunung Hotel	Ordinal	D.1.1
		Pembelian antar lini produk dan jasa	- Tingkat pembelian ulang jasa <i>meeting packages</i> Puteri Gunung Hotel	Ordinal	D.1.2
			- Tingkat keinginan untuk menggunakan fasilitas lain selain <i>meeting packages</i> (Tangkuban perahu <i>coffee shop</i> , <i>Tennis court</i> , dll)	Ordinal	D.2.3

Lanjutan Tabel 3.1

Variabel/ Sub Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
			- Tingkat untuk menggunakan kembali fasilitas lain selain <i>meeting packages</i> (Tangkuban perahu <i>coffee shop</i> , <i>Tennis court</i> , dll)	Ordinal	D.2.4
		Mereferensikan kepada orang lain	- Tingkat memberitahukan kepada rekan bisnis untuk menggunakan produk <i>meeting packages</i> Puteri Gunung Hotel	Ordinal	D.3.5
		Menunjukkan kekebalan dari daya tarik produk sejenis dari pesaing	- Tingkat keinginan untuk tetap menginap di Puteri Gunung Hotel walaupun terjadi perubahan harga	Ordinal	D.4.6
			- Tingkat penolakan untuk menggunakan produk <i>meeting packages</i> pesaing	Ordinal	D.4.7

Sumber: Hasil pengolahan data, 2011

### 3.2.3 Jenis dan Sumber Data

Sumber data dalam penelitian adalah subyek dari mana data dapat diperoleh. Menurut Ulber Silalahi (2009:280), menyatakan data merupakan hasil pengamatan dan pengukuran empiris yang mengungkapkan fakta tentang karakteristik dari suatu gejala tertentu. Data dalam penelitian dapat dibedakan menjadi dua yaitu data sekunder dan primer.

1. Sumber data Primer menurut Ulber Silalahi (2009:289) adalah suatu objek atau dokumen original-material mentah dari pelaku yang disebut *first-hand-information*.
2. Sumber data Sekunder menurut Ulber Silalahi (2009:291) adalah merupakan data yang dikumpulkan dari tangan kedua atau dari sumber-sumber lain yang telah tersedia sebelum penelitian dilakukan.

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

**TABEL 3.2**  
**JENIS DAN SUMBER DATA**

No.	Data	Sumber Data	Jenis Data
1.	Statistik Kunjungan Wisatawan Mancanegara dan Nusantara ke Indonesia 2006-2010	Pusat pengelolaan data dan sistem jaringan	Sekunder
2.	Statistik Kunjungan Wisatawan Mancanegara dan Nusantara ke Kabupaten Bandung Barat 2008-2010	Dinas kebudayaan dan pariwisata Kabupaten Bandung Barat	Sekunder
3.	<i>Market Share</i> hotel berbintang di Kabupaten Bandung Barat 2010	Puteri Gunung Hotel	Sekunder
4.	Statistik hotel bintang di Kabupaten Bandung Barat 2010	Puteri Gunung Hotel	Sekunder
5.	Data tingkat hunian Putri Gunung Hotel 2006-2010	Puteri Gunung Hotel	Sekunder
6.	Segmen tamu Puteri Gunung Hotel	Puteri Gunung Hotel	Sekunder
7.	<i>Corporate repeater</i> Puteri Gunung Hotel	Puteri Gunung Hotel	Sekunder
9	Program yang dilakukan oleh Puteri Gunung hotel	Puteri Gunung Hotel	Sekunder
10	Program <i>Servicescape</i> di Puteri Gunung hotel	Puteri Gunung Hotel	Sekunder
11.	Tanggapan responden mengenai <i>Servicescape</i> di Puteri Gunung hotel	Penyebaran kuesioner ke perusahaan yang menjadi responden	Primer
12.	Tanggapan responden mengenai loyalitas tamu di Puteri Gunung hotel	Penyebaran kuesioner ke perusahaan yang menjadi responden	Primer

Sumber: Pengolahan berbagai sumber, 2011

### 3.2.4 Populasi dan Sampel

#### 3.2.4.1 Populasi

Pengumpulan dan analisis data yang dilakukan, langkah pertama yang sangat penting adalah menentukan populasi terlebih dahulu. Suharsimi Arikunto (2007:108) mengemukakan bahwa: "Populasi adalah keseluruhan subjek penelitian". Sementara menurut Sugiyono (2008:117) "Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya".

Suharsimi Arikunto (2007:62) menyatakan apabila subjeknya kurang dari 100 lebih baik diambil semua dari jumlah populasi yang ada, sehingga penelitiannya merupakan penelitian populasi. Selanjutnya jika jumlah subjeknya besar dapat diambil 10%-15% atau 20%-25% dari jumlah populasi.

Berdasarkan pengertian populasi tersebut, maka populasi pada penelitian ini menggunakan 10 lembaga pemerintah, 24 perusahaan swasta dan 6 BUMN yang menginap dan melakukan aktivitas bisnis di Puteri Gunung Hotel dalam kurun waktu 1 tahun. Dapat dilihat pada Tabel 3.3.

**TABEL 3.3**  
**CORPORATE REPEATER YANG MENGINAP DAN MELAKUKAN**  
**AKTIVITAS BISNIS DI PUTERI GUNUNG HOTEL TAHUN 2010**

Jenis Badan Usaha		
Lembaga Pemerintah	Perusahaan Swasta	BUMN
PPPPTK IPA Kementerian Kesehatan Pemkab Bandung Barat Kementerian Agama Depkes Yanmed LPMP Provinsi Jawa Barat BPS Provinsi Dirjen HAM PU Cipta Karya Perpustakaan Nasional RI	Mitsubishi Microsoft Indonesia Moratelindo Aqua (PT.Tirta Investama) Art2Morrow G.S Battery Bayu Buana Gemilang PT. Galva Go Trans PT.Matahari Putra Prima PT. Djarum Cussons PT.Promosindo Medika PT. Soho Kalbe Holistic Care Cbaic DAI Indofood Sukses Makmur World Vision Indonesia PT. Anugrah Argon Medika PT. Ayuberga PT. Sucofindo Abbalove Ministries PT. Gudang Garam PT. Sinar Mas	Garuda Indonesia Pertamina PT. Telkom Bank BRI PT. Krakatau Steel PT. Timah

Sumber: Puteri Gunung hotel , 2011

#### 3.2.4.2 Sampel

Menurut Sugiyono (2008:73) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan penelitian tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi tersebut.

Penarikan sampel ditujukan untuk memudahkan peneliti dalam melakukan penelitian. Sampel merupakan perwakilan dari populasi penelitian. Dengan

adanya sampel maka waktu, tenaga dan biaya yang dikeluarkan oleh peneliti menjadi lebih efisien.

Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sampel jenuh atau sampel total, yaitu cara pengambilan sampel dengan mengambil seluruh pelaku bisnis yang menginap dan melakukan aktivitas bisnis yang terdiri dari 40 perusahaan yang terbagi atas 10 lembaga pemerintah, 24 perusahaan swasta dan 6 BUMN dimana yang menjadi responden adalah pengambil keputusan dari perusahaan pengguna produk dan jasa.

### 3.2.5 Teknik Pengumpulan Data

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

#### 1. Wawancara

Teknik komunikasi langsung dengan pihak Puteri Gunung Hotel ini dilakukan kepada pihak *Sales & Marketing* Puteri Gunung Hotel. Wawancara ini dilakukan untuk memperoleh data mengenai profil perusahaan, tingkat hunian kamar, target dan segmen pasar, program pemasaran khususnya pelaksanaan program *servicescape* yang dilakukan oleh Puteri Gunung hotel.

## 2. Observasi

Observasi dilakukan dengan cara meninjau serta melakukan pengamatan langsung terhadap objek yang diteliti yaitu Puteri Gunung Hotel, khususnya mengenai *servicescape* dan loyalitas pada Puteri Gunung Hotel.

## 3. Kuesioner (Angket)

Sugiyono (2008:142) mengemukakan bahwa “kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya”. Kuesioner berisi pertanyaan dan pernyataan mengenai karakteristik responden, pengalaman tamu pada Puteri Gunung Hotel, *servicescape*, serta loyalitas tamu. Kuesioner ditujukan kepada tamu bisnis yang menginap dan melakukan aktivitas bisnis di Puteri Gunung Hotel.

## 4. Studi Literatur

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

### 3.2.6 Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas

Data mempunyai kedudukan paling tinggi dalam penelitian karena data merupakan penggambaran variabel yang diteliti dan fungsinya sebagai pembentukan hipotesis. Oleh karena itu benar tidaknya data tergantung dari baik

tidaknya instrumen pengumpulan data. Instrumen yang baik harus memenuhi dua persyaratan penting yaitu valid dan reliabel.

### 3.2.6.1 Hasil Pengujian Validitas

Uji validitas adalah untuk mengetahui tepat tidaknya angket yang tersebar. Hasil penelitian yang valid merupakan hasil penelitian yang terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek yang diteliti. Menurut Sugiyono (2008:445) validitas merupakan "Derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek penelitian dengan data yang dapat dilaporkan oleh peneliti".

Menurut Suharsimi Arikunto (2009:145) yang dimaksud dengan validitas adalah "Suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan dan kesahihan suatu instrumen". Suatu instrumen yang valid atau sah mempunyai validitas yang tinggi. Sebaliknya instrumen yang kurang berarti memiliki validitas yang rendah. Sebuah instrumen dikatakan valid apabila dapat mengungkap data dari variabel yang diteliti secara tepat. Tinggi rendahnya validitas instrumen menunjukkan sejauh mana data yang terkumpul tidak menyimpang dari gambaran tentang validitas yang dimaksud.

Adapun rumus yang digunakan untuk menguji validitas adalah rumus korelasi *product moment* yang dikemukakan oleh Pearson sebagai berikut:

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

(Arikunto, 2009:146)

Dimana:

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

$N$  = Jumlah subjek (responden)

$X$  = Skor yang diperoleh subjek dari seluruh item

$Y$  = Skor total

$\Sigma X$  = Jumlah skor dalam distribusi X

$\Sigma Y$  = Jumlah skor dalam distribusi Y

$\Sigma Y^2$  = Jumlah kuadrat dalam skor distribusi Y

$\Sigma X^2$  = Jumlah kuadrat dalam skor distribusi X

Besarnya koefisien korelasi menurut Suharsimi Arikunto (2009:145) adalah sebagai berikut:

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

Interval Koefisien	Interpretasi
Antara 0,800-1,000	Sangat tinggi
Antara 0,600-0,800	tinggi
Antara 0,400-0,600	Cukup
Antara 0,200-0,400	Rendah
Antara 0,000-0,199	Sangat rendah

Sumber: Suharsimi Arikunto (2009:245)

Keputusan pengujian validitas item instrumen adalah sebagai berikut:

1. Nilai  $r_{hitung}$  dibandingkan dengan  $r_{tabel}$  dengan  $dk=n-2$  taraf signifikansi  $\alpha=0,05$
2. Item pertanyaan kuesioner penelitian dikatakan valid jika  $r_{hitung}$  lebih besar atau sama dengan  $r_{tabel}$  ( $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ )

3. Item pertanyaan responden penelitian dikatakan tidak valid jika  $r_{hitung}$  lebih kecil dari  $r_{tabel}$  ( $r_{hitung} < r_{tabel}$ )
4. Berdasarkan kuesioner yang diuji terhadap 20 responden dengan tingkat signifikansi 5% (0,05) dan derajat kebebasan (dk) adalah  $n-2$  ( $20-2=18$ ), maka dapat didapat nilai  $r_{tabel}$  sebesar 0,374.

Berdasarkan hasil pengolahan data dengan menggunakan *software* komputer SPSS (*Statistical Package for the Social Sciences*) 17.0 for windows menunjukkan bahwa item-item pertanyaan dalam kuesioner valid. Berikut Tabel 3.5 tentang uji validitas dari instrumen penelitian ini:

**TABEL 3.5**  
**HASIL PENGUJIAN VALIDITAS INSTRUMEN PENELITIAN**

No	Pertanyaan/ Pernyataan	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
<b>SERVICESCAPE</b>				
<b>Ambient conditions</b>				
1.	Kebersihan seluruh area Puteri Gunung Hotel	0,611	0,374	Valid
2.	Kenyamanan suasana di Puteri Gunung Hotel	0,572	0,374	Valid
3.	Kesejukan udara di Puteri Gunung Hotel	0,672	0,374	Valid
<b>Spatial layout and functionality</b>				
4.	Keunikan arsitektur Puteri Gunung Hotel	0,682	0,374	Valid
5.	Daya tarik <i>layout</i> Puteri Gunung Hotel	0,847	0,374	Valid
6.	Kelengkapan fasilitas kamar Puteri Gunung Hotel	0,744	0,374	Valid
7.	Kelengkapan fasilitas <i>meeting room</i> Puteri Gunung Hotel	0,700	0,374	Valid
8.	Kelengkapan <i>furniture</i> kamar hotel	0,720	0,374	Valid
9.	Kelengkapan <i>furniture meeting room</i> hotel	0,807	0,374	Valid
<b>Signs, symbols, artifacts</b>				
10.	Daya tarik logo Puteri Gunung Hotel	0,668	0,374	Valid
11.	Kejelasan petunjuk arah di Puteri Gunung Hotel	0,562	0,374	Valid
12.	Daya tarik penampilan karyawan hotel	0,670	0,374	Valid
13.	Kelengkapan <i>amenities</i> kamar Puteri Gunung Hotel	0,582	0,374	Valid
14.	Daya tarik dekorasi kamar Puteri Gunung Hotel	0,646	0,374	Valid
15.	Daya tarik dekorasi <i>meeting room</i> Puteri Gunung Hotel	0,641	0,374	Valid

Lanjutan Tabel 3.5

No	Pertanyaan/pernyataan	r <sub>hitung</sub>	r <sub>tabel</sub>	Keterangan
<b>LOYALITAS</b>				
1.	Keinginan untuk menggunakan kembali <i>meeting packages</i> Puteri Gunung Hotel	0,774	0,374	Valid
2.	Frekuensi pembelian ulang <i>meeting packages</i> Puteri Gunung Hotel	0,566	0,374	Valid
3.	Keinginan untuk menggunakan fasilitas lain selain <i>meeting packages</i> (Tangkuban perahu <i>coffee shop</i> , <i>Tennis court</i> , dll)	0,762	0,374	Valid
4.	Frekuensi untuk menggunakan kembali fasilitas lain selain <i>meeting packages</i> (Tangkuban perahu <i>coffee shop</i> , <i>Tennis court</i> , dll)	0,844	0,374	Valid
5.	Keinginan memberitahukan kepada rekan bisnis untuk menggunakan produk <i>meeting packages</i> Puteri Gunung Hotel	0,568	0,374	Valid
6.	Keinginan untuk tetap menginap dan melakukan aktivitas bisnis di Puteri Gunung Hotel	0,750	0,374	Valid
7.	Penolakan untuk menggunakan produk <i>meeting packages</i> yang ditawarkan pesaing	0,636	0,374	Valid

Sumber: Hasil pengolahan data, 2011

### 3.2.6.2 Hasil Pengujian Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan suatu ukuran untuk menentukan apakah suatu instrumen dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpulan data, karena instrumen tersebut sudah baik. Reliabel berarti dapat dipercaya. Jadi, reliabilitas menunjukkan tingkat keterandalan sesuatu (Arikunto, 2009:145).

Reliabilitas terbagi menjadi dua yaitu reliabilitas eksternal dan reliabilitas internal. Seperti halnya validitas, dua nama ini sebenarnya menunjuk pada cara menguji tingkat reliabilitas. Jika ukurannya berada di luar instrumen maka dari hasil pengujian ini diperoleh reliabilitas eksternal. Sebaliknya jika perhitungan dilakukan berdasarkan data instrumen tersebut saja, akan menghasilkan reliabilitas internal (Arikunto, 2009:158).

Pengujian reliabilitas penelitian ini menggunakan reliabilitas internal dengan rumus *Cronbach Alpha* dikarenakan instrumen pertanyaan kuesioner yang dipakai merupakan rentang beberapa nilai dalam hal ini menggunakan 1 sampai 5. Menurut Anderson dalam Uma sekaran (2006:177):

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

Rumus *Cronbach Alpha* adalah sebagai berikut:

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

(Arikunto, 2009:196)

Dimana:

$r_{11}$  = Reliabilitas instrumen

$k$  = Banyak butir pertanyaan

$\sigma_t^2$  = Varian total

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

Jumlah varian butir tiap pertanyaan dapat dicari dengan cara mencari nilai varian tiap butir yang kemudian dijumlahkan ( $\sum \sigma^2$ ) sebagai berikut:

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

(Arikunto,2009:184)

Dimana:

$\sigma^2$  = Varian total

$\sum x^2$  = Jumlah kuadrat skor

n = Jumlah responden

Keputusan pengujian reliabilitas item instrumen ditentukan dengan ketentuan sebagai berikut:

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

Pengujian reliabilitas penelitian ini menggunakan *software* komputer SPSS (*Statistical Package for the Social Sciencies*) 17.0 for windows. Hasil perhitungan reliabilitas instrumen penelitian memperhatikan bahwa semua butir pertanyaan reliabel karena skor ( $r_{11}$ )  $\geq r_{\text{tabel}}$ .

**TABEL 3.6**  
**HASIL PENGUJIAN RELIABILITAS INSTRUMEN PENELITIAN**

No	Variabel	$r_{\text{hitung}}$ (Alpha)	$r_{\text{tabel}}$	Keterangan
1.	<i>Servicescape</i>	0,821	0,700	Reliabel
2.	Loyalitas	0,824	0,700	Reliabel

Sumber: Hasil pengolahan data, 2011

### 3.2.7 Rancangan Analisis Data dan Pengujian Hipotesis

#### 3.2.7.1 Rancangan Analisis Data Deskriptif dan Verifikatif

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

- a. Analisis deskriptif tentang *servicescape* yang terdiri dari *ambient conditions, spatial layout and functionality, signs symbols & artifacts* pada Puteri Gunung Hotel.

- b. Analisis deskriptif tentang loyalitas tamu di Puteri Gunung Hotel yang terdiri dari melakukan pembelian secara teratur, pembelian antar lini produk dan jasa, mereferensikan kepada orang lain, menunjukkan kekebalan dari daya tarik produk sejenis dari pesaing.
- c. Analisis deskriptif tentang *servicescape* yang terdiri dari *ambient conditions, spatial layout and functionality, signs symbols & artifacts* terhadap loyalitas tamu di Puteri Gunung Hotel.

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

#### **3.2.7.2 Pengujian Hipotesis**

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

- a. Menghitung frekuensi (f) pada setiap pilihan jawaban, berdasarkan hasil jawaban responden pada setiap pertanyaan.
- b. Berdasarkan frekuensi yang diperoleh untuk setiap pertanyaan, dilakukan perhitungan proporsi (p) setiap pilihan jawaban dengan cara membagi frekuensi dengan jumlah responden.
- c. Berdasarkan proporsi tersebut, selanjutnya dilakukan perhitungan proporsi kumulatif untuk setiap pilihan jawaban.

- d. Menentukan nilai batas Z (tabel normal) untuk setiap pertanyaan dan setiap pilihan jawaban.
- e. Menentukan nilai interval rata-rata untuk setiap pilihan jawaban melalui persamaan sebagai berikut :

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

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

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

1. Menyusun data

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

2. Tabulasi Data

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

3. Menganalisis Data

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

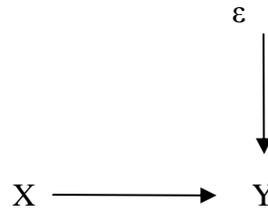
#### 4. Pengujian

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

Analisis digunakan untuk menentukan besarnya pengaruh variabel eksogen (X) yaitu *servicescape* yang terdiri dari *ambient conditions* (X1), *spatial layout and functionality* (X2), *signs symbols & artifacts* (X3) terhadap variabel endogen (Y) yaitu loyalitas.

Pengolahan data yang bersifat kualitatif akan dilakukan dengan bantuan SPSS 17,0 *for windows* dan *excel*, yang kemudian disajikan dalam bentuk tabel, grafik, gambar, yang dijadikan dasar untuk menganalisis secara kualitatif maupun kuantitatif, sehingga diperoleh deskripsi yang jelas mengenai tanggapan tamu bisnis yang menginap dan melakukan aktivitas bisnis di Puteri Gunung Hotel terhadap *servicescape* terhadap loyalitas Puteri Gunung Hotel.

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



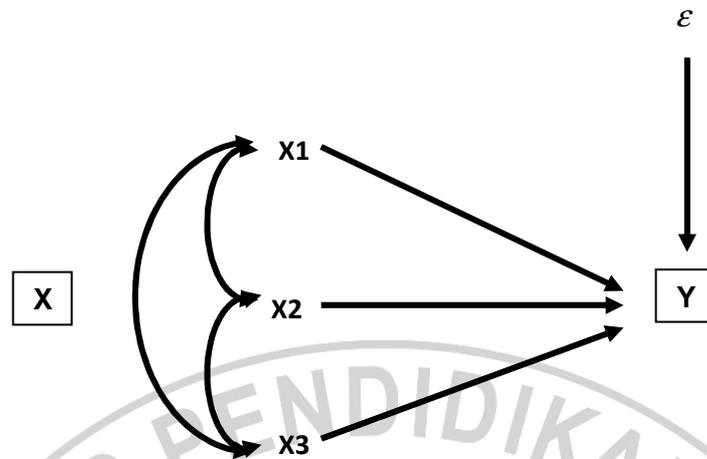
**GAMBAR 3.1**  
**DIAGRAM JALUR HIPOTESIS**

Keterangan :

X : *servicescape*                      Y : Loyalitas                      ε : Epsilon (Variabel lain)

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

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



**GAMBAR 3.2**  
**DIAGRAM JALUR SUB STRUKTUR HIPOTESIS**

- a. Menghitung matriks korelasi antarvariabel bebas :

$$R_1 = \begin{bmatrix} X.1 & X.2 & X.3 \\ 1 & r_{X.2X.1} & r_{X.3X.1} \\ & 1 & r_{X.3X.2} \\ & & 1 \end{bmatrix}$$

- b. Identifikasi persamaan sub struktur hipotesis

$$Y = \beta_{YX_1}X_{1.1} + \beta_{YX_2}X_{1.2} + \beta_{YX_3}X_{1.3} + \varepsilon$$

- c. Menghitung matriks invers korelasi

$$R_1^{-1} = \begin{bmatrix} X.1 & X.2 & X.3 \\ C.1 & C.2 & C.3 \\ & C.2 & C.3 \\ & & C.3 \end{bmatrix}$$

d. Menghitung semua koefisien jalur melalui rumus :

$$\begin{pmatrix} P_{YX.1} \\ P_{YX.2} \\ P_{YX.3} \end{pmatrix} = \begin{pmatrix} X.1 & X.2 & X.3 \\ C.1 & C.2 & C.3 \\ & C.2 & C.3 \\ & & C.3 \end{pmatrix} \begin{pmatrix} r_{YX.1} \\ r_{YX.2} \\ r_{YX.3} \end{pmatrix}$$

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

$$R^2Y(X.1, X.2, X.3) = [P_{YX.1}, P_{YX.2}, P_{YX.3}] \begin{pmatrix} r_{YX.1} \\ r_{YX.2} \\ r_{YX.3} \end{pmatrix}$$

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

#### **Pengaruh X terhadap Y**

Pengaruh X.1 terhadap Y:

Pengaruh langsung =  $P_{YX.1} \cdot P_{YX.1}$

Pengaruh tidak langsung melalui (X.2) =  $P_{YX.1} \cdot r_{X.1X.2} \cdot P_{YX.2}$

Pengaruh tidak langsung melalui (X.3) =  $P_{YX.1} \cdot r_{X.1X.3} \cdot P_{YX.3}$

Pengaruh total X.1 terhadap Y = ..... +

Pengaruh X.2 terhadap Y:

$$\text{Pengaruh langsung} = P_{YX.2} \cdot P_{YX.2}$$

$$\text{Pengaruh tidak langsung melalui (X.1)} = P_{YX.2} \cdot r_{X.2X.1} \cdot P_{YX.1}$$

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

\_\_\_\_\_ +

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

Pengaruh X.3 terhadap Y:

$$\text{Pengaruh langsung} = P_{YX.3} \cdot P_{YX.3}$$

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

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

\_\_\_\_\_ +

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

g. Menghitung pengaruh variabel lain ( $\epsilon$ ) dengan rumus sebagai berikut:

$$P_{Y\epsilon} = \sqrt{1 - R^2_{Y(X.1, X.2, X.3)}}$$

h. Keputusan penerimaan atau penolakan  $H_0$

Rumusan Hipotesis operasional:

$$H_0 : P_{YX.1} = P_{YX.2} = P_{YX.3} = 0$$

$H_i$  : sekurang-kurangnya ada sebuah  $P_{YX_i} \neq 0$ ,  $i = 1, 2$ , dan 3

i. Statistik uji yang digunakan adalah:

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

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

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

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

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

1.  $H_0 : \rho = 0$

Artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara *servicescape* yang terdiri dari *ambient conditions, spatial layout and functionality, signs symbols & artifacts* terhadap loyalitas tamu bisnis.

2.  $H_a : \rho > 0$

Artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara *servicescape* yang terdiri dari *ambient conditions, spatial layout and functionality, signs symbols & artifacts* terhadap loyalitas tamu bisnis.