

## BAB III

### OBJEK DAN METODE PENELITIAN

#### 3.1. Objek Penelitian

Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis mengenai pengaruh program *event family gathering* terhadap loyalitas pelanggan Hotel Nuansa Bali Anyer. Adapun yang menjadi objek penelitian sebagai variabel bebas (X) atau variabel eksogen adalah program *event family gathering*.

Sedangkan untuk variabel terikat (Y) adalah loyalitas pelanggan yang memiliki empat dimensi yaitu *Makes regular repeat purchased, Purchase across product line and service, Refer to other*, dan *Immunity*.

Responden pada penelitian ini adalah pelanggan bisnis jasa Hotel Nuansa Bali Anyer. Penelitian ini dilaksanakan pada kurun waktu kurang dari satu tahun yaitu selama tiga bulan mulai dari November 2008 – Desember 2008, maka metode yang digunakan adalah *cross sectional method*, yaitu satu jenis rancangan riset yang terdiri dari pengumpulan informasi mengenai sampel tertentu dari elemen populasi hanya satu kali (Malhotra, 2005: 95). Berdasarkan variabel-variabel tersebut maka akan diteliti mengenai pengaruh program *event family gathering* terhadap loyalitas pelanggan.

### 3.2 Metode Penelitian

Definisi metode penelitian menurut (Sugiyono, 2008:2), yaitu:

Secara umum metode penelitian diartikan sebagai cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Terdapat empat kata kunci yang perlu diperhatikan yaitu cara ilmiah, data, tujuan, kegunaan tertentu. Cara ilmiah berarti kegiatan penelitian itu didasarkan pada ciri-ciri keilmuan yaitu rasional, empiris, dan sistematis. Rasional berarti kegiatan penelitian itu dilakukan dengan cara-cara yang masuk akal, sehingga terjangkau oleh penalaran manusia. Empiris berarti cara-cara yang dilakukan itu diamat oleh indra manusia, sehingga orang lain dapat mengamati dan mengetahui cara-cara yang digunakan. Sistematis artinya proses yang digunakan dalam penelitian itu menggunakan langkah-langkah yang bersifat logis.

#### 3.2.1 Sifat/Jenis Penelitian dan Metode yang digunakan

Berdasarkan pertimbangan tujuan penelitian, maka jenis penelitian ini adalah penelitian *deskriptif* dan penelitian *verifikatif*. Pengertian penelitian *deskriptif* dan penelitian *verifikatif* menurut Suharsimi Arikunto (2007:8)

Penelitian *deskriptif* adalah penelitian yang bertujuan untuk memperoleh *deskriptif* tentang ciri-ciri variabel. Sedangkan sifat penelitian *verifikatif* pada dasarnya ingin menguji kebenaran suatu hipotesis yang dilaksanakan melalui pengumpulan data lapangan.

Penelitian *deskriptif* bertujuan untuk memperoleh deskripsi atau gambaran tentang kekuatan *event* melalui program *Family Gathering* dan tingkat loyalitas pelanggan perusahaan Hotel Nuansa Bali Anyer, sedangkan penelitian *verifikatif* bertujuan untuk mengetahui pengaruh *event* melalui program *Family Gathering* terhadap loyalitas pelanggan perusahaan Hotel Nuansa Bali Anyer.

Berdasarkan sifat penelitian yaitu *deskripsi* dan *verifikatif*, maka metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian populasi atau sensus karena mengambil sampel dari seluruh populasi atau dinamakan *sampling jenuh*. *Sampling jenuh* menurut Sugiyono, (2008:122-123).

*Sampling jenuh* adalah teknik pengumpulan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel, hal ini sering dilakukan bila jumlah populasi relatif kecil yaitu kurang dari 30 orang, atau penelitian yang ingin membuat generalisasi dengan kesalahan yang sangat kecil. Istilah lainnya adalah sampel *jenuh* atau sensus, dimana semua anggota populasi dijadikan sampel.

Penelitian ini dilaksanakan dalam jangka waktu kurang dari satu tahun, maka metode penelitian yang dipergunakan adalah metode *cross sectional method* (pendekatan silang) dan *time-series method*. *Cross sectional method* adalah salah satu rancangan riset yang terdiri dari pengumpulan informasi mengenai sampel tertentu dari elemen populasi hanya satu kali (Malhotra, 2005:95-96). Sedangkan *Time-series method* adalah metode penelitian yang mempelajari objek dalam kurun waktu tertentu (tidak berkesinambungan dalam jangka waktu panjang). (Husein Umar, 2001: 45)

### 3.2.2 Operasionalisasi Variabel

Asep Hermawan ((2006:118) mendefinisikan bahwa operasionalisasi variabel adalah bagaimana caranya kita mengukur suatu variabel. Dalam suatu penelitian agar bisa dapat membedakan konsep teoritis dengan konsep analitis maka perlu adanya penjabaran konsep melalui operasionalisasi variabel. Variabel yang diteliti adalah pengaruh program *event family gathering* (X) Terhadap loyalitas pelanggan Hotel Nuansa Bali Anyer (Y). Secara lebih rinci operasionalisasi masing-masing variabel itu dapat terlihat dalam Tabel 3.1

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

Variabel	Sub Vareabel	Konsep Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No Item Soal
<i>Event Family Gathering</i> (X)		<i>Event</i> adalah sebuah bentuk promosi merek yang mengikat sebuah merek dengan aktivitas publik yang bermakna dalam bidang kebudayaan, sosial, atletik, atau jenis lain yang banyak diminati. (Shimp, 2003:592)	▪ Tema <i>event family gathering</i>	▪ Tingkat daya tarik tema <i>event family gathering</i>	Ordinal	1
				▪ Tingkat manfaat nilai pesan yang disampaikan dalam <i>event</i> tersebut	Ordinal	2
			▪ Inovasi dalam pelaksanaan <i>event family gathering</i>	▪ Tingkat inovasi dalam pelaksanaan <i>event family gathering</i>	Ordinal	3,4

Variabel	Sub Vareabel	Konsep Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No Item Soal
			<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Kreativitas dalam pelaksanaan <i>event family gathering</i></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Tingkat susunan acara dalam pelaksanaan <i>event family gathering</i></li> </ul>	Ordinal	5
				<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Tingkat variasi <i>event family gathering</i> tersebut</li> </ul>	Ordinal	6
				<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Tingkat daya tarik hiburan pada program <i>event family gathering</i></li> </ul>	Ordinal	7
				<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Tingkat kemenarikan dekorasi <i>event family gathering</i></li> </ul>	Ordinal	8
				<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Tingkat kemampuan pembawa acara dalam <i>event family gathering</i></li> </ul>	Ordinal	9
			<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Ketepatan waktu pelaksanaan <i>event</i></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Tingkat ketepatan waktu pelaksanaan</li> </ul>	Ordinal	10
			<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Kelengkapan fasilitas yang memadai</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Tingkat kelengkapan fasilitas yang memadai</li> </ul>	Ordinal	11
				<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Tingkat kenyamanan penggunaan fasilitas</li> </ul>	Ordinal	12

Variabel	Sub Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No Item Soal
<b>Loyalitas Pelanggan (Y)</b>		Kesetiaan pelanggan terhadap perusahaan yaitu dalam bentuk perasaan, sikap dan tingkah laku yang dapat dihitung. (Kelvin Taylor 2005:4)				
	<i>Makes regular repeat purchased</i>	Pelanggan membeli produk atau jasa secara teratur (Griffin, 2005:31)	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Frekuensi pelanggan menggunakan program <i>event family gathering</i> di hotel nuansa bali</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Tingkat frekuensi pelanggan menggunakan produk/jasa hotel nuansa bali</li> </ul>	Ordinal	13
	<i>Purchase across product line and service</i>	Pelanggan secara teratur membeli produk diluar lini produk atau jasa (Griffin, 2005:31)	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Frekuensi penggunaan diluar produk/jasa di hotel nuansa bali (misalnya:menginap, <i>meeting room</i>, dan <i>fitnes centre</i>)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Tingkat frekuensi penggunaan diluar produk/jasa di hotel nuansa bali (misalnya:meninap, <i>meeting room</i>, dan <i>fitnes centre</i>)</li> </ul>	Ordinal	14

Variabel	Sub Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No Item Soal
	<i>Refer to others</i>	Pelanggan secara teratur menyarankan atau merekomendasikan orang lain untuk menggunakan produk diluar lini produk/jasa. (Griffin, 2005:31)	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Frekuensi pelanggan menyarankan dan mempromosikan kepada orang lain untuk menyelenggarakan program <i>event family gathering</i> di hotel nuansa bali</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Tingkat intensitas pelanggan menyarankan dan mempromosikan kepada orang lain untuk menyelenggarakan program <i>event family gathering</i> di hotel nuansa bali</li> </ul>	Ordinal	15
	<i>Immunity</i>	Pelanggan sudah kebal atau tidak lagi tertarik dengan produk pesaing. (Griffin, 2005:31)	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Kekebalan pelanggan terhadap program <i>event family gathering</i> yang ditawarkan dari hotel pesaing</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Tingkat kekebalan pelanggan terhadap program <i>event family gathering</i> yang ditawarkan dari hotel pesaing.</li> </ul>	Ordinal	16

### 3.3 Sumber Data, Alat Pengumpulan Data, dan Populasi

#### 3.3.1 Sumber Data Penelitian

Sumber data dalam penelitian adalah subyek dari mana data dapat diperoleh.

Dan dalam penelitian ini sumber data yang dipakai adalah :

1. Sumber data primer

Data yang dikumpulkan secara khusus oleh peneliti sendiri dari sumber aslinya yaitu data yang diperoleh dari kuesioner yang disebarakan kepada sejumlah responden.

2. Data sekunder

Data yang tersedia yang dikumpulkan oleh pihak lain, baik dipublikasikan maupun tidak dipublikasikan yang digunakan oleh peneliti sebagai sumber data penelitiannya seperti buku, artikel, serta situs internet. Untuk mengetahui jenis dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini dapat dilihat Tabel 3.2

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

Data Penelitian	Jenis Data	Sumber data	Digunakan untuk tujuan penelitian		
			T-1	T-2	T-3
Jumlah wisatawan tahun 2007	Data Sekunder	Dinas kebudayaan & pariwisata		✓	
<i>Market size</i>	Data sekunder	Majalah SWA 01/XXIII/4-17 Januari 2007		✓	
Tingkat okupansi kamar hotel	Data primer	Dinas kebudayaan & pariwisata	✓		
Jumlah akomodasi wisata di propinsi Banten	Data Sekunder	Dinas kebudayaan & pariwisata		✓	
Jumlah hotel bintang & non bintang tahun 2002-2006	Data sekunder	Dinas kebudayaan & pariwisata		✓	
Jumlah hotel, kamar, tempat tidur tahun 2002-2006	Data sekunder	Dinas kebudayaan & pariwisata		✓	
Jumlah tamu nusantara dan tamu mancanegara pada hotel tahun 2002-2005	Data sekunder	Dinas kebudayaan & pariwisata		✓	
Jumlah pemakaian kamar hotel nuansa	Data primer	Hotel nuansa bali	✓		

Data Penelitian	Jenis Data	Sumber data	Digunakan untuk tujuan penelitian		
			T-1	T-2	T-3
bali & <i>competitors</i> tahun 2007-awal 2008					
Jumlah pengunjung hotel nuansa bali tahun 2005-2007	Data primer	Hotel nuansa bali	✓		
Jenis kegiatan <i>event family gathering</i> awal tahun 2008 hotel nuansa bali	Data primer	Hotel nuansa bali	✓		

Keterangan:

T-1: untuk mengetahui gambaran program *event family gathering* menurut pelanggan

T-2: untuk mengetahui gambaran terhadap tingkat loyalitas pelanggan yang terdiri dari *Makes regular repeat purchased, Purchase across product line and service, Refers to others* dan *Immunity* pada Hotel Nuansa Bali menurut pelanggan .

T-3: untuk menjelaskan seberapa besar program *event family gathering* dapat mempengaruhi tingkat loyalitas pelanggan.

### 3.3.2 Alat Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan suatu proses pengadaan untuk keperluan penelitian di mana data yang terkumpul adalah untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan. Adapun teknik pengumpulan data yang penulis gunakan adalah:

### 1. Kuesioner/angket

Angket atau kuesioner adalah sejumlah pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden dalam arti laporan tentang pribadinya atau hal-hal lainnya yang responden ketahui. Jenis kuesioner yang digunakan adalah jenis kuesioner tertutup dimana telah disediakan jawaban sehingga responden hanya tinggal memilih jawaban yang sesuai dengan persepsi masing-masing. Keuntungan dari kuesioner adalah tidak memerlukan hadirnya peneliti, dapat dibagikan secara serentak kepada banyak responden, dapat dijawab oleh responden menurut kecepatannya masing-masing dan menurut waktu senggang responden, dapat dibuat anonim sehingga responden bebas jujur dan tidak malu-malu menjawab, dapat dibuat terstandar sehingga bagi semua responden dapat diberi pertanyaan yang benar-benar sama.

### 2. Studi literatur

Teknik pengumpulan data juga dilakukan dengan studi literatur yaitu pengumpulan data skunder dengan cara mempelajari buku, atau jurnal, *home page/web site* guna memperoleh informasi yang berhubungan dengan teori-teori dan konsep-konsep yang berkaitan dengan masalah penelitian.

### 3. Wawancara

Sebagai teknik komunikasi langsung dengan pihak hotel. Wawancara ini dilakukan kepada pihak Kepala hotel nuansa bali Anyer untuk memperoleh data mengenai profil perusahaan, pelanggan sasaran, program pemasaran dan lain-lain.

### 3.3.3 Populasi

Menurut Suharsimi Arikunto (2006:130) “Populasi adalah keseluruhan objek penelitian”. Studi atau penelitiannya juga disebut studi populasi atau studi sensus. Sedangkan pengertian populasi menurut Sugiyono (2005,90) yaitu “Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan”.

Populasi bukan hanya sekedar jumlah yang ada pada objek atau subjek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh subjek atau objek tersebut. Seorang peneliti harus menentukan secara jelas mengenai sasaran penelitiannya yang disebut dengan populasi sasaran (*target population*), yaitu populasi yang nantinya akan menjadi cakupan kesimpulan.

Berdasarkan pengertian populasi di atas populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan yang mengikuti *event family gathering* tahun 2006, 2007, 2008 di Hotel Nuansa Bali Anyer yang merupakan pelanggan Hotel Nuansa Bali, sampai penelitian ini dilakukan perusahaan berjumlah 20 perusahaan. Peneliti mengambil semua populasi untuk dijadikan sampel dengan tujuan untuk mendapatkan hasil penelitian dengan tingkat kesalahan yang sangat kecil.

### 3.4 Rancangan Analisis Data

#### 3.4.1 Rancangan Pengujian Validitas dan Realibilitas

##### 3.4.1.1 Rancangan Pengujian Validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan dan kesahihan atau keahlian suatu instrumen. Suatu instrumen yang valid atau sah mempunyai validitas yang tinggi. Sebaliknya, instrumen yang kurang valid memiliki validitas rendah. (Suharsimi Arikunto 2006:168).

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

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

(Suharsimi Arikunto, 2006:170)

Keterangan :

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

N = Jumlah sampel

$\sum X^2$  = Kuadrat faktor variabel X

$\sum Y^2$  = Kuadrat faktor variabel Y

$\sum XY$  = Jumlah perkalian faktor korelasi variabel X dan Y

Cara menggunakan interpretasi mengenai besarnya koefisien korelasi menurut Suharsimi Arikunto (2006:276) dapat dilihat pada Tabel 3.3

**TABEL 3.3**  
**PEDOMAN UNTUK MEMBERIKAN INTERPRETASI**  
**KOEFISIEN KORELASI**

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
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 (2005:214)

Sedangkan pengujian keberartian koefisien korelasi dilakukan dengan taraf signifikansi 5%. Rumus uji t yang digunakan sebagai berikut :

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

Dimana:

t = Nilai  $t_{hitung}$

r = Koefisien korelasi hasil  $r_{hitung}$

n = Jumlah responden

Pengujian validitas pelanggan Hotel Nuansa Bali dengan menggunakan taraf signifikan sebagai berikut :

Keputusan pengujian validitas item instrumen, adalah sebagai berikut:

1. Item pertanyaan yang diteliti dikatakan valid jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  .

2. Item pertanyaan yang diteliti dikatakan tidak valid jika  $t$  hitung  $<$   $t$  tabel.

### 3.4.1.2 Rancangan Pengujian Reliabilitas

Reliabilitas menunjuk pada suatu pengertian bahwa suatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data, karena instrumen tersebut sudah baik. Instrumen yang sudah dapat dipercaya, yang reliabel akan menghasilkan data yang dapat dipercaya juga. *Reliabel* artinya dapat dipercaya, jadi dapat diandalkan.

Reliabilitas merupakan suatu ukuran yang menunjukkan bahwa suatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpulan data karena instrumen tersebut sudah baik. Reliabilitas menunjukkan tingkat keterandalan tertentu (Suharsimi Arikunto, 2006:178).

Pengujian reliabilitas instrumen dengan rentang skor antara 1-5 menggunakan rumus *Cronbach alpha*, yaitu:

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

(Husein Umar, 2002:146)

Keterangan:

$r_{11}$  = Reliabilitas instrumen

$k$  = Banyaknya butir pertanyaan

$\sigma_t^2$  = Varians total

$$\sum \sigma_b^2 = \text{Jumlah varian butir}$$

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

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

(Husain Umar, 2002:147)

Keputusan uji reliabilitas ditentukan dengan ketentuan 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.

Perhitungan validitas dan reliabilitas setiap item pertanyaan dilakukan dengan bantuan program SPSS 15 *for window*. Adapun langkah-langkah menggunakan SPSS 15 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.

### 3.4.2. Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian

#### 3.4.2.1 Hasil Pengujian Validitas

Keberhasilan mutu hasil penelitian dipengaruhi oleh data yang *valid* dan *reliable*. Data yang *valid* dan *reliable* tersebut diperoleh dari instrumen penelitian yang juga *valid* dan *reliable*. Oleh karena itu, sebelum melangkah kepada tahap penjabaran hasil penelitian baik secara deskriptif maupun verifikatif, perlu dipastikan terlebih dahulu bahwa instrumen penelitian yang digunakan sudah *valid* dan *reliable*. Berikut ini merupakan hasil pengujian validitas dan reliabilitas instrumen dalam penelitian ini.

**TABEL 3.4**  
**HASIL PENGUJIAN VALIDITAS INSTRUMEN**

No. item	Pertanyaan	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
1	Daya tarik tema <i>event family gathering</i>	0,564	0,468	Valid
2	Manfaat nilai pesan yang disampaikan dalam <i>event</i> tersebut	0,781	0,468	Valid
3	Inovasi program pada program <i>event family gathering</i> sehingga menghasilkan sesuatu yang baru dan berbeda	0,822	0,468	Valid
4	Inovasi <i>games</i> pada program <i>event family gathering</i> sehingga menghasilkan sesuatu yang baru dan berbeda	0,570	0,468	Valid
5	Susunan acara dalam pelaksanaan <i>event family gathering</i>	0,569	0,468	Valid
6	Variasi <i>event family gathering</i>	0,735	0,468	Valid
7	Daya tarik hiburan <i>event family gathering</i>	0,690	0,468	Valid

No. item	Pertanyaan	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
	yang ditampilkan			
8	Dekorasi <i>event family gathering</i>	0,807	0,468	Valid
9	Kemampuan pembawa acara dalam <i>event family gathering</i>	0,800	0,468	Valid
10	Ketepatan waktu pelaksanaan <i>event</i>	0,755	0,468	Valid
11	Fasilitas yang memadai	0,733	0,468	Valid
12	Kenyamanan penggunaan fasilitas yang diberikan	0,662	0,468	Valid
13	Menyelenggarakan kembali program <i>event family gathering</i> di hotel nuansa bali	0,718	0,468	Valid
14	Menggunakan produk/jasa diluar <i>event family gathering</i> di hotel nuansa bali (misalnya: menginap, <i>meeting</i> , <i>fitnes center</i> )	0,860	0,468	Valid
15	Mereferensikan/merekomendasikan pihak lain untuk menyelenggarakan <i>event family gathering</i>	0,520	0,468	Valid
16	Tetap loyal untuk menyelenggarakan program <i>event family gathering</i> di hotel nuansa bali dan tidak akan beralih kepada hotel pesaing.	0,876	0,468	Valid

Sumber : Pengolahan Data 2008

Berdasarkan hasil pengujian validitas pada Tabel 3.4. maka dapat disimpulkan bahwa dari 16 item dapat dikatakan valid, karena  $r_{hitung} > r_{tabel}$ .

### 3.4.2.2 Hasil Pengujian Reliabilitas

Adapun reliabilitas menunjuk pada suatu pengertian bahwa suatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data, karena instrumen tersebut sudah baik, instrumen yang sudah dapat dipercaya, yang reliabel akan menghasilkan data yang dapat dipercaya juga. Hasil pengujian reliabilitas yang diperoleh, dapat terlihat pada Tabel 3.5 berikut ini :

**TABEL 3.5**  
**HASIL PENGUJIAN RELIABILITAS**

No	Variabel	R hitung	R tabel	Keterangan
1	Program <i>event family gathering</i>	0.934	0,468	Reliabel
2	Loyalitas pelanggan	0.869	0,468	Reliabel

Sumber : Hasil Pengolahan data 2008

Jika koefisien internal seluruh item  $r_{hitung} \geq r_{tabel}$  dengan tingkat signifikansi 5% maka item pertanyaan dikatakan reliabel, maka variabel yang diuji keduanya cukup reliabel.

### 3.5 Teknik Analisis Data

#### 3.5.1 Analisis Data

Alat penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah angket. Angket ini disusun oleh penulis berdasarkan variabel yang terdapat dalam penelitian, yaitu memberikan keterangan dan data mengenai pengaruh program *event family gathering* (X) terhadap loyalitas pelanggan (Y) pada pelanggan Hotel Nuansa Bali Anyer.

Jenis data yang terkumpul dalam penelitian ini adalah data ordinal. Sejalan dengan penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh program *event family gathering* terhadap loyalitas pelanggan pada Hotel Nuansa Bali.

Pengolahan data yang terkumpul dari hasil wawancara kuosioner dapat dikelompokkan kedalam tiga langkah, yaitu persiapan, tabulasi, dan penerapan data pada pendekatan penelitian. Persiapan adalah mengumpulkan data memeriksa

kebenaran cara pengisian, melakukan tabulasi hasil kuoesioner dan memberikan nilai (*scoring*) sesuai dengan system penilaian yang telah ditetapkan.

Data hasil tabulasi diterapkan pada pendekatan penelitian yang digunakan sesuai dengan tujuan penelitian. Dalam mengolah hasil angket untuk mengkategorikan hasil perhitungan angket, maka digunakan teknik prosentase berdasarkan batas-batas tertentu. Berikut hasil kriteria hasil perhitungan responden.

**TABEL 3.6**  
**KRITERIA PENAFSIRAN HASIL PERHITUNGAN RESPONDEN**

No	Kriteria penafsiran	Keterangan
1	0%	Tidak Seorang pun
2	1% - 25%	Sebagian Kecil
3	26% - 49%	Hampir Setengahnya
4	50%	Setengahnya
5	51% - 75%	Sebagian Besar
6	76% - 99%	Hampir Seluruhnya
7	100%	Seluruhnya

Sumber: Moch Ali (1985:184)

Teknik analisa data yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier sederhana, karena penelitian ini hanya menganalisis dua variable, yaitu program *event family gathering* sebagai variable bebas (X), dan loyalitas pelanggan Hotel Nuansa Bali Anyer sebagai variable terikat (Y).

Asumsi bentuk populasi yang diuji berdistribusi normal dan pengaruh antara variable yang diuji mendekati linier maka dalam pengujian hipotesis ini penulis menggunakan statistik parametris dengan skala ukur yang digunakan penulis adalah

skala ordinal. Adapun analisis yang digunakan untuk menguji hipotesis adalah regresi linier sederhana, dapat dilihat pada Tabel 3.3 hal 90.

### 3.5.2 Analisis Deskriptif

Dalam penelitian ini, analisis deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan variabel-variabel penelitian yaitu:

1. Analisis deskriptif tanggapan responden pelanggan Hotel Nuansa Bali Anyer mengenai program *event family gathering*
2. Analisis deskriptif tanggapan responden pelanggan Hotel Nuansa Bali Anyer mengenai tingkat loyalitas pelanggan.

### 3.5.3 Analisis Verifikatif

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier sederhana dan analisis korelasi karena penelitian ini hanya menganalisis dua variabel, yaitu mengenai pengaruh program *event family gathering* sebagai variabel independen (X) terhadap loyalitas pelanggan sebagai variabel dependen (Y).

Dalam penelitian ini, setiap pernyataan dari angket terdiri dari 5 kategori sebagai berikut :

**TABEL 3.7**  
**SKOR SETIAP ITEM PERTANYAAN**

Alternatif Jawaban	Bobot
Setuju/ selalu/sangat positif/	5
Setuju/ sering/ positif/	4

Alternatif Jawaban	Bobot
Ragu-ragu/ kadang-kadang/ netral	3
Tidak setuju/ hampir tidak pernah/	2
Sangat Tidak setuju/ tidak pernah/	1

Sumber : Sugiyono (2008:133)

Adapun langkah-langkah untuk analisis verifikatif adalah sebagai berikut:

**a. *Method Of Successive Interval (MSI)***

Penelitian ini menggunakan data ordinal seperti dijelaskan dalam operasionalisasi variabel, 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.
- 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:

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

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. Peneliti menggunakan bantuan program *software Succ'97* pada *Microsoft Office Excel* untuk proses pengolahan data MSI tersebut.

#### **b. Analisis Korelasi**

Setelah data terkumpul berhasil di ubah menjadi interval, maka langkah selanjutnya adalah menghitungnya dengan menggunakan analisa korelasi yang bertujuan mencari hubungan antara kedua variabel diteliti.

Sebagaimana diketahui sebelumnya bahwa penelitian ini menggunakan analisis data regresi linier sederhana atau melakukan prediksi (taksiran). Dalam melakukan prediksi, harus dapat menentukan dengan tegas mana yang sebab dan mana yang akibat. Dengan diketahuinya sebab dan akibat, maka hubungan yang dicari bersifat kausal (sebab akibat). Selanjutnya, untuk mengetahui variabel sebab (bebas) maka dapat dilakukan prediksi tentang variabel akibat (terikat). Berdasarkan penjelasan tersebut maka salah satu syarat untuk melakukan prediksi atas variabel

terikat di waktu yang akan datang, maupun di dalam populasinya, dengan dasar beberapa skor variabel bebas dan variabel terikat (sebagai sampel) adalah adanya hubungan yang signifikan antara variabel bebas dan variabel terikat. (Irianto, 2006: 156). Jadi, analisis korelasi dan analisis regresi menurut para ahli statistik merupakan satu bagian yang tidak bisa dipisahkan. (Amir, 2006: 147)

Analisis korelasi bertujuan mencari derajat keeratan hubungan antara kedua variabel yang diteliti. Hubungan dua variabel terdiri dari dua macam yaitu hubungan yang positif dan hubungan yang negatif. Ukuran yang dipakai untuk mengetahui kuat atau tidaknya hubungan antara X dan Y disebut koefisien korelasi ( $r$ ) paling sedikit -1 dan paling besar 1 ( $-1 < r < 1$ ) artinya jika:

$r = 1$ , hubungan X dan Y sempurna dan positif (mendekati 1, hubungan sangat kuat dan positif).

$r = -1$ , hubungan X dan Y sempurna dan negatif (mendekati -1, hubungan sangat kuat dan negatif).

$r = 0$ , hubungan X dan Y lemah sekali dan tidak ada hubungan sama sekali.

Penentuan koefisien korelasi ( $r$ ) dalam penelitian ini menggunakan koefisien korelasi *Pearson's Product Moment Coefficient of Correlation*. 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 menyebabkan. Untuk dapat memberi interpretasi mengenai besarnya koefisien korelasi antara variabel X dan Y, maka dapat digunakan pedoman yang tertera pada Tabel 3.8

**TABEL 3.8**  
**PEDOMAN UNTUK MEMBERIKAN INTERPRETASI**  
**KOEFISIEN KORELASI**

BESAR KOEFISIEN	KLASIFIKASI
0,00 - 0,19	Sangat Rendah/lemah dapat diabaikan
0,20 – 0,39	Rendah/lemah
0,40 – 0,59	Sedang
0,60 – 0,79	Tinggi/Kuat
0,80 – 1,00	Sangat tinggi/Sangat Kuat

Sumber : Sugiyono (2003:183)

Ket : Pedoman untuk memberikan klasifikasi pengujian pengaruh

### c. Analisis Regresi Linear Sederhana

Teknik analisis regresi yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Regresi Linier Sederhana*. Adapun persamaan Regresi Linier Sederhana yang digunakan adalah:

$$Y = a + bX$$

Dimana:

Y = Subjek variabel dependent yang diprediksikan (variabel loyalitas pelanggan)

X = Subjek pada variabel independent yang mempunyai nilai tertentu (variabel program *event family gathering*)

a = Harga Y jika X = 0

b = Angka arah koefisien regresi

(Sudjana, 2001:6)

Langkah-langkah yang dilakukan dalam analisa regresi ganda adalah sebagai berikut.

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

$$\sum xi, \sum Yi, \sum Xi \cdot Yi, \sum Xi^2, \sum Xi \sum Yi^2 \text{ dan}$$

2. mencari regresi a dan b dengan rumus yang dikemukakan sujana (1996:315)

sebagai berikut:

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

$$b = \frac{n \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{n \sum X^2 - (\sum X)^2} \quad (\text{Sudjana 2001:8})$$

X dikatakan mempengaruhi Y, jika berubahnya nilai X akan menyebabkan adanya perubahan nilai Y, artinya naik turunnya nilai X akan membuat nilai Y juga naik turun, dengan demikian nilai Y akan bervariasi. Namun nilai Y bervariasi

tersebut tidak semata-mata disebabkan oleh X, karena masih ada faktor lain yang menyebabkannya.

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

$$r^2 = \frac{b[n \sum x_i Y_i - (\sum x_i)(\sum Y_i)]}{n \sum x_i^2 - (\sum Y_i)}$$

#### d. Koefisien Determinasi

Untuk mengetahui besarnya sumbangan sebuah variabel bebas terhadap variasi (naik/turunnya) variabel terikat maka digunakan koefisien determinasi (KD) dengan rumus berikut :

$$KD = r^2 \times 100 \%$$

(Sugiyono, 2004: 210)

Keterangan :

KD = koefisien determinasi

r = koefisien korelasi

#### 3.5.4 Rancangan Uji Hipotesis

Langkah terakhir dari analisis data adalah pengujian hipotesis. Untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan harus menggunakan uji statistika yang tepat. Hipotesis penelitian akan di uji dengan mendeskripsikan hasil analisis regresi linier.

Secara statistik, hipotesis yang akan diuji dalam rangka pengambilan keputusan penerimaan atau penolakan hipotesis dapat ditulis sebagai berikut :

$H_0 : \rho \leq 0$ , artinya tidak terdapat pengaruh yang positif antara pengaruh program *event family gathering* terhadap loyalitas pelanggan Hotel Nuansa Bali.

$H_a : \rho > 0$ , artinya terdapat pengaruh yang positif antara program *event family gathering* terhadap loyalitas pelanggan Hotel Nuansa Bali.

