

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Metodologi Penelitian yang Digunakan

Dalam penelitian yang dilakukan ini peneliti menggunakan metode penelitian survei. Menurut Sugiyono (2017:30) “Survei yaitu penelitian yang dilakukan dengan menggunakan angket sebagai alat penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil, tetapi data yang dipelajari adalah data dari sampel yang diambil dari populasi tersebut, sehingga ditemukan kejadian relatif, distribusi, dan hubungan antar variabel, sosiologis maupun psikologis”. Tujuan penelitian survei untuk memberikan gambaran secara mendetail tentang latar belakang, sifat-sifat serta karakter-karakter yang khas dari kasus atau kejadian suatu hal yang bersifat umum.

Metode pada suatu penelitian merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Untuk mencapai tujuan yang diperlukan dibutuhkan metode yang relevan untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Menurut Sugiyono (2017:3) pengertian metode penelitian merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Pengumpulan data yang dilakukan dalam menyelesaikan penelitian ini berupa informasi yang berhubungan dengan masalah yang akan diteliti dalam penelitian.

Terdapat dua jenis metode, yaitu metode deskriptif dan verifikatif menurut Sugiyono (2017:11) Penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui keberadaan nilai dan variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih

tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan dengan variabel lain sehingga menghasilkan kesimpulan. Sedangkan Penelitian verifikatif adalah suatu penelitian yang di tujuakan untuk menguji teori dan penelitian akan mencoba menghasilkan informasi ilmiah baru yaitu hipotesis yang berupa kesimpulan apakah suatu hipotesis diterima atau ditolak. Jenis metode penelitian yang digunakan peneliti adalah metode deskriptif dan verifikatif.

Menurut Sugiyono (2017:147) Penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih tanpamembuat perbandingan atau menghubungkan dengan variabel yang lain yang ditelitidan dianalisis sehingga menghasilkan kesimpulan. Metode deskriptif ini dipergunakan untuk mengetahui kualitas pelayanan, kepuasan, kepercayaan serta loyalitas konsumen. Menurut Sugiyono (2017:8) metode verifikatif adalah penelitian yang dilakukan terhadap populasi atau sampel tertentu dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Metode ini digunakan untuk mengetahui pengaruh atau mengetahui hubungan sebab akibat dari hipotesis yang telah diajukan. Metode penelitian verifikatif yang digunakan pada penelitian ini untuk mengetahui dan mengkaji seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen dan dampaknya pada loyalitas dan kepercayaan konsumen Gino Feruci Hotel Braga Bandung.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode kuantitatif. Menurut Sugiyono (2017: 14) metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang didasarkan pada filsafat positivisme, yang digunakan untuk melakukan penelitian terhadap populasi atau sampel tertentu. Teknik pengambilan

sampel biasanya dilakukan secara acak. Pengumpulan data menggunakan alat penelitian. Data analisis bersifat kuantitatif atau statistik, tujuannya untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

3.2 Definisi dan Operasionalisasi Variabel Penelitian

Variabel penelitian pada dasarnya adalah sesuatu hal yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya menurut Sugiyono (2017:38). Penelitian ini terdapat empat variabel yang akan diteliti adalah sebagai berikut:

1. Kualitas Pelayanan (X_1)

Kualitas Pelayanan merupakan Kualitas layanan merupakan refleksi persepsi evaluatif konsumen terhadap pelayanan yang diterima pada suatu waktu tertentu. Kualitas pelayanan ditentukan berdasarkan tingkat pentingnya pada dimensi-dimensi pelayanan menurut Parasuraman dalam Fandy Tjiptono (2016:135)

2. Kepuasan Konsumen (Y)

Kepuasan konsumen menurut Fandy Tjiptono (2015:45) adalah elemen pokok dalam pemikiran dan praktik pemasaran modern, persaingan dapat dimenangkan apabila perusahaan mampu menciptakan dan mempertahankan konsumen.

3. Kepercayaan Konsumen (Z_1)

Kepercayaan konsumen menurut Kotler Dan Keller (2016:225) yaitu kesediaan konsumen mengandalkan suatu produk atau merek tertentu.

4. Loyalitas Konsumen (Z_2)

Menurut Kotler dan Keller (2016:153) mendefinisikan bahwa loyalitas konsumen adalah komitmen yang dipegang untuk membeli atau menggunakan kembali produk atau jasa yang disukai di masa mendatang meskipun ada pengaruh situasional dan tindakan atau upaya pemasaran untuk beralih.

Setelah peneliti memaparkan definisi-definisi dari setiap variabel penelitian maka pada sub bab berikutnya peneliti akan memaparkan operasional variabel guna memperjelas variabel-variabel dalam penelitian ini.

3.2.1 Operasionalisasi Variabel Penelitian

Suatu penelitian perlu untuk membuat sebuah operasionalisasi variabel penelitian agar memudahkan peneliti dalam melakukan penelitiannya. Dengan adanya operasionalisasi variabel penelitian dapat membantu peneliti dalam menentukan dimensi, indikator, dan skala yang digunakan dari setiap variabel penelitian. Selain itu, operasionalisasi variabel berguna agar penelitian ini tetap berada sesuai dengan konteks yang ada pada variabel-variabel penelitian. Secara lebih rinci operasionalisasi variabel dalam penelitian ini di tabel 3.1 di halaman selanjutnya:

Tabel 3.1
Operasionalisasi Tabel Fasilitas

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala	No
<p>Kualitas Pelayanan (X)</p> <p>merupakan refleksi persepsi evaluatif konsumen terhadap pelayanan yang diterima pada suatu waktu tertentu. Kualitas pelayanan ditentukan berdasarkan tingkat pentingnya pada dimensi-dimensi pelayanan</p> <p>Fandy Tjiptono (2016:135)</p>	<i>Tangibles</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kondisi lingkungan layanan 2. Penampilan pegawai 	Ordinal	1
	<i>Emphaty</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. sikap karyawan terhadap konsumen 2. kemampuan karyawan melayani konsumen 	Ordinal	2
	<i>Reliability</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. layanan yang sama kepada semua konsumen 2. sikap simpatik 	Ordinal	3
	<i>Responsiveness</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kesigapan karyawan dalam bekerja 2. Kecepatan karyawan dalam bekerja 	Ordinal	4
	<i>Assurance</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tingkat keamanan pelayanan jasa 2. Tingkat keyakinan konsumen terhadap perusahaan 	Ordinal	5
<p>Kepuasan (Y)</p> <p>kepuasan Konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi terhadap kinerja (hasil) suatu produk dengan harapanharapannya.</p> <p>Fandy Tjiptono (2015: 200)</p>	Harapan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tingkat kepuasan terhadap produk kamar hotel, <i>ballroom</i> yang tersedia di Hotel Gino Feruci Braga 2. Tingkat pelayanan sesuai dengan harapan 	Ordinal	6
	Kinerja	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tingkat kepuasan terhadap kualitas produk yang digunakan 2. Tingkat kepuasan terhadap harga yang ditawarkan 3. Tingkat kepuasan pelayanan yang dirasakan 	Ordinal	7

Lanjutan Tabel 3.1

<p>Kepercayaan (Z₁)</p> <p>Kepercayaan konsumen sebagai harapan positif konsumen kepada produsen atas kemampuannya menghasilkan produk yang memuaskan konsumen</p> <p>Kotler dan Keller (2016:225)</p>	<p><i>Benevolence</i></p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Keyakinan konsumen terhadap tanggung jawab perusahaan 2. Keyakinan konsumen terhadap kualitas pelayanan dari perusahaan 	Ordinal	8
	<p><i>Ability</i></p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kemampuan perusahaan dalam memberikan keamanan 2. Kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan 	Ordinal	9
	<p><i>Integrity</i></p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kejujuran perusahaan dalam bertransaksi 2. Kejujuran perusahaan dalam menjaga privasi konsumen atau Konsumen 	Ordinal	10
	<p><i>Willingness to Depend</i></p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kesiediaan menerima risiko atau konsekuensi negative yang mungkin terjadi 2. Tingkat kesiediaan konsumen untuk bergantung kepada perusahaan 	ordinal	11
<p>Loyalitas (Z₂)</p> <p>komitmen yang dipegang untuk membeli atau menggunakan kembali produk atau</p>	<p><i>Referral</i></p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tingkat dalam merekomendasikan 	Ordinal	12
	<p><i>Retention</i></p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tingkat kekebalan Konsumen terhadap tarikan dari pesaing 	Ordinal	13

jasa yang disukai di masa mendatang meskipun ada pengaruh situasional dan tindakan atau upaya pemasaran untuk beralih. Kotler dan Keller (2016:153)	<i>Repeat purchase</i>	1. Tingkat pembelian ulang pada Hotel Gino Feruci Braga	Ordinal	14
---	------------------------	---	---------	----

3.3 Populasi, Sampel

Penelitian yang dilakukan memerlukan objek atau subjek yang harus diteliti sehingga masalah dapat dipecahkan. Populasi merupakan objek dalam penelitian dan dengan menentukan populasi maka peneliti akan mampu melakukan pengolahan data. Untuk mempermudah pengolahan data maka peneliti akan mengambil bagian, jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi yang disebut sampel. Sampel penelitian diperoleh dari teknik sampling tertentu

3.3.1 Populasi

Menurut pendapat Sugiyono (2017:80) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti yang dipuruskan untuk belajar dan kemudian menarik kesimpulan. Populasi yang digunakan untuk penelitian adalah konsumen atau Konsumen Gino Feruci Hotel Braga Bandung. Berikut data pengunjung Hotel Gino Feruci Braga Bandung :

Tabel 3.2
Data jumlah pengunjung Gino Feruci Hotel Braga Bandung 2020

No	Bulan	Jumlah
1	Januari	1016
2	Februari	1019
3	Maret	666
4	April	309
5	Mei	351
6	Juni	407
7	Juli	580
8	Agustus	680
9	September	664
10	Oktober	774
11	November	829
12	Desember	887
	Jumlah	8.182
	Rata-rata	682

Sumber : Data internal Gino Feruci Hotel 2020

Berdasarkan Tabel 3.2 pengunjung Gino Feruci Hotel Braga Bandung mengalami fluktuasi, dapat dilihat bahwa jumlah populasi Gino Feruci Hotel Braga Bandung sepanjang tahun 2020 adalah sebanyak 8.182 orang. Jumlah rata-rata pengunjung perbulannya yaitu 682 orang.

3.3.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi yang diharapkan mampu mewakili populasi dalam penelitian. Menurut Sugiyono (2017:81) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Sampel dilakukan karena peneliti memiliki keterbatasan dalam melakukan penelitian baik dari segi waktu, tenaga, dana dan jumlah populasi yang sangat banyak. Maka peneliti harus mengambil sampel yang benar-benar representatif (dapat mewakili). Untuk menentukan besarnya sampel yang diambil dari populasi peneliti menggunakan

rumus yang dikemukakan oleh Slovin (2020:52) dengan tingkat kepercayaan 90% dengan nilai $e = 10\%$ adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Dimana :

n = Ukuran Sampel

N = Ukuran Populasi

e^2 = Tingkat kesalahan dalam memilih anggota sampe yang di tolerir (tingkat kesalahan dalam sampel ini adalah 10%)

Jumlah populasi yaitu sebanyak 8.182 orang dengan tingkat kesalahan yang dapat ditolerir sebesar 10% (0,10) atau dapat disebutkan tingkat keakuratan 90%, sehingga sampel yang diambil untuk mewakili populasi dapat dihitung sebagai berikut yang peneliti sebagai berikut :

$$n = \frac{682}{682 + (0,1)^2} = 87,2122762 \text{ dibulatkan menjadi } 87$$

Berdasarkan perhitungan di atas maka dapat diperoleh ukuran (n) dalam penelitian sebanyak 87 orang yang akan dijadikan ukuran sampel.

3.3.3 Teknik Sampling

Teknik sampling merupakan teknik pengumpulan sampel untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian. Teknik sampling pada dasarnya dikelompokkan menjadi dua kelompok yaitu *probability sampling* dan

non probability sampling. Teknik pengumpulan sampel yang akan digunakan pada penelitian ini adalah *non probability sampling*. Menurut Sugiyono (2017:142) menjelaskan bahwa “*non probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel”.

Adapun jenis-jenis dari teknik *non probability sampling* yaitu sampling sistematis, sampling kuota, sampling *insidental*, sampling *purposive*, sampling jenuh dan *snowball sampling*. Teknik *non probability sampling* yang dipilih yaitu *purposive sampling*. Menurut Sugiyono (2018:85) *sampling purposive* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Di dalam penelitian ini peneliti turun langsung untuk menyerahkan kuisioner kepada responden yaitu konsumen atau Konsumen Gino Feruci Hotel Braga Bandung, dan tentunya dengan menetapkan beberapa kriteria yang ditentukan oleh peneliti. Peneliti akan menyajikan karakteristik responden dari teknik *purposive sampling* yang akan digunakan dalam penelitian :

1. Responden merupakan wisatawan domestik yang sedang mengunjungi Gino Feruci Hotel Braga Bandung.
2. Reponden merupakan pengunjung yang berusia 17 tahun keatas.
3. Responden memiliki interaksi secara langsung dengan karyawan Gino Feruci Hotel Braga Bandung.

Tabel 3.3
Karakteristik Responden

No	Karakteristik Responden	Keterangan
1.	Jenis Kelamin	1. Laki-laki 2. Perempuan
2.	Usia	1. 18-25 tahun 2. 26-35 tahun 3. >35 tahun
3.	Pekerjaan	1. Mahasiswa 2. Pegawai Negeri Sipil 3. Pegawai Swasta 4. Wiraswasta 5. Lainnya
4.	Penghasilan	1. <Rp. 3.000.000 2. Rp. 3.000.000 - Rp. 5.000.000 3. Rp. 6.000.000 – Rp. 10.000.000 4. >Rp. 10.000.000
5	Frekuensi pembelian	1. 1 Kali 2. >1 Kali

Sumber: Data Diolah Peneliti

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan cara-cara yang dilakukan untuk memperoleh data dan keterangan-keterangan yang diperlukan dalam penelitian. Menurut Sugiyono (2017:137) menyebutkan jika dilihat dari sumbernya maka data terbagi menjadi 2 yaitu data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data yang dilakukan peneliti dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Penelitian Lapangan (*Field Research*)

Penelitian dilapangan adalah penelitian yang dimaksudkan untuk memperoleh data primer yaitu data yang diperoleh melalui:

a. Pengamatan (*Observation*)

Peneliti mengumpulkan data dengan cara melakukan pengamatan secara langsung. Menurut sugiyono (2017:203) obeservasi yaitu suatu teknik pengumpulan data dengan mengamati secara langsung objek yang diteliti.

b. Wawancara (*interview*)

Wawancara dilakukan dengan tanya jawab dengan konsumen maupun pihak Hotel Gino Feruci Braga. Menurut Sugiyono (2017:194) wawancara digunakan sebagaiteknik pengumpulan data dengan cara tanya jawab dengan pimpinan atau pihak yang berwenang atau bagian lain yang berhubungan langsung dengan objek yang diteliti.

c. Kuesioner

Kuesioner akan diberikan kepada konsumen atau Konsumen Hotel Gino Feruci Braga Bandung. Hal ini untuk mendapatkan informasi mengenai tanggapan yang berhubungan dengan penelitian. Menurut Sugiyono (2017:199) kuesioner merupakan teknik pengumpulan data dengan membuat daftar pertanyaan yang berkaitan dengan objek yang diteliti, diberikan satu persatu kepada responden yang berhubungan langsung dengan objek yang diteliti.

d. Penelitian kepustakaan (*library reearch*)

Pengumpulan data atau informasi yang dilakukan dengan cara membaca dan mempelajari literatur yang berkaitan dengan penelitian. Penelitian kepustakaan adalah penelitian yang dimaksudkan untuk memperoleh data sekunder yaitu data yang merupakan faktor penunjang yang bersifat teoritis kepustakaan. Studi kepustakaan dapat diperoleh dari data sekunder yaitu literatur, buku, jurnal, internet dan data perusahaan antara lain data penjualan dan data pengunjung perusahaan yang berkaitan dengan objek.

3.5 Uji Instrumen Penelitian

Uji instrumen penelitian meliputi uji validitas dan reliabilitas. Validitas berkaitan dengan persoalan untuk membatasi atau menekan kesalahan-kesalahan dalam penelitian, sehingga hasil yang diperoleh akurat dan berguna untuk dilakukan. Uji validitas untuk menunjukkan sejauh mana relevansi pernyataan terhadap apa yang dinyatakan atau apa yang ingin diukur dalam penelitian, sedangkan uji reliabilitas untuk menunjukkan sejauh mana tingkat konsistensi pengukuran dari satu responden yang lain atau dengan kata lain sejauh mana pernyataan dapat dipahami sehingga tidak menyebabkan beda interpretasi dalam pemahaman pernyataan tersebut.

3.5.1 Uji Validitas

Validitas adalah suatu alat yang digunakan menunjukkan derajat ketepatan dan kesesuaian antara objek dengan data yang telah dikumpulkan. Menurut

pendapat Sugiyono (2017:384) menyatakan bahwa validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat keandalan atau ketepatan suatu alat ukur. Uji validitas ini dilakukan untuk mengetahui valid atau tidaknya setiap butir instrumen yang dapat diketahui dengan mengkorelasikan antara skor dari setiap butir dengan skor totalnya. Valid berarti bahwa instrumen tersebut dapat diukur untuk mengukur apa seharusnya diukur. Pengujian validitas dapat dilakukan dengan cara analisis faktor, yaitu mengkorelasikan antara skor butir soal dengan total dengan menggunakan rumus *Pearson Product Moment* sebagai berikut :

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

r_{xy} = Koefisien korelasi product moment

R = Koefisien validiras item yang dicari

X = Skor yang diperoleh dari subjek dalam tiap item

y = Skor total instrumen

n = Jumlah responden dalam uji instrumen

$\sum X$ = Jumlah hasil pengamatan variabel X

$\sum Y$ = Jumlah hasil pengamatan variabel Y

$\sum XY$ = Jumlah dari hasil kali pengamatan variabel X dan variabel Y

$\sum X^2$ = Jumlah kuadrat pada masing-masing skor X

$\sum Y^2$ = Jumlah kuadrat pada masing-masing skor Y

Dasar pengambilan keputusan :

- a. Jika $r_{\text{hitung}} \geq r_{\text{tabel}}$, maka instrumen atau item pernyataan berkorelasi signifikan terhadap skor total atau dinyatakan valid.
- b. Jika $r_{\text{hitung}} < r_{\text{tabel}}$, maka instrumen atau item pernyataan tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total atau dinyatakan tidak valid.

Menurut pendapat Sugiyono (2017:125) untuk mencari validitas sebuah item, harus mengkorelasikan skor item dengan total item-item tersebut. Jika koefisien antaritem dengan total item sama atau di atas 0,3 maka item tersebut dinyatakan valid, tetapi jika nilai korelasinya di bawah 0,3 maka item tersebut dinyatakan tidak valid. Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan program SPSS (*Statistical Product and Service Solution*). Hasil dari uji validitas ini dapat dilihat pada bagian Item-Total Statistic dan untuk melihat hasil dari masing-masing responden dapat dilihat dalam tabel Item-Total Correlation.

3.5.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan sejauh mana hasil pengukuran dengan menggunakan objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama menurut Sugiyono (2017:121). Cara menguji reliabilitas yaitu dengan menggunakan metode Split half, hasilnya bisa dilihat dari nilai Correlation Between Forms.

Jika $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$, maka instrumen tersebut dikatakan reliabel atau membandingkannya dengan nilai cut off point 0,3 maka reliabel jika $r > 0,3$. Sebaliknya, jika r_{hitung} dari nilai r_{tabel} yaitu 0,7 maka dapat dikatakan reliabel. Adapun rumus yang dipakai dalam uji reliabilitas ini adalah :

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

Keterangan :

r_i = Reliabilitas Instrument

k = Banyaknya butir pertanyaan atau banyaknya soal

$\sum \sigma_b^2$ = Jumlah varians butir

σ_t^2 = Varians total

3.6 Metode Analisis Data dan Uji Hipotesis

Metode analisis data merupakan suatu cara untuk mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data setiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan. Untuk penelitian yang tidak merumuskan hipotesis, langkah terakhir tidak dilakukan. Analisis data dalam bentuk statistik deskriptif antara lain adalah penyajian data melalui tabel, grafik, diagram, lingkaran, pictogram, perhitungan modus, median, mean, perhitungan desil, persentil, perhitungan penyebaran data melalui perhitungan rata-rata dan standar deviasi, perhitungan presentase.

Dalam statistik deskriptif juga dapat dilakukan mencari kuatnya suatu hubungan antar variabel melalui analisis korelasi, melakukan prediksi, dengan analisis regresi, dan membuat perbandingan dengan membandingkan rata-rata data sampel atau populasi (Sugiyono. 2017:148). Kebenaran hipotesis itu harus

dibuktikan melalui data yang terkumpul. Berdasarkan pendapat yang telah di paparkan dapat disimpulkan analisis data digunakan juga untuk menguji hipotesis yang diajukan peneliti, karena analisis data yang dikumpulkan digunakan untuk mengetahui pengaruh antara variabelin dependen (X) = kualitas pelayan terhadap variabel dependen (Y) = Kepuasan Konsumen dan dampaknya terhadap variable intervening (Z_1) = Kepercayaan dan (Z_2) = Loyalitas dengan analisis jalur (*Path Analysis*). Tipe hubungan antara variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah asosiatif kausalitas yaitu menguji hubungan sebab akibat antar variabel.

3.6.1 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk menggambarkan mengenai fakta-fakta yang ada secara faktual dan sistematis. Analisis deskriptif digunakan untuk menganalisis data yang diperoleh melalui kuisisioner yang tujuan untuk menggambarkan sejauh mana tanggapan konsumen terhadap variabel X (kualitas pelayanan) terhadap Y (kepuasan konsumen) dan dampaknya pada Z_1 (kepercayaan) dan Z_2 (loyalitas) konsumen di Hotel Gino Feruci Braga Bandung. Dimana setiap item dari kuisisioner tersebut memiliki 5 (lima) jawaban dengan bobot atau nilai yang berbeda-beda. Setiap pilihan jawaban akan diberikan skor, maka responden harus menggambarkan, mendukung pertanyaan (item negatif). Skor atas pilihan jawaban untuk kuisisioner yang diajukan untuk pertanyaan positif dan negatif menurut Sugiyono (2017:93) adalah sebagai berikut :

Tabel 3.4
Alternatif Jawaban dengan Skala Likert

Alternatif Jawaban	Bobot Nilai
Sangat Tidak Setuju	1
Tidak Setuju	2
Kurang Setuju	3
Setuju	4
Sangat Setuju	5

Sumber : Sugiyono (2017:94)

Berdasarkan Tabel 3.4 dapat diketahui bahwa dalam pernyataan-pernyataan positif dan negatif memiliki bobot nilai yang berbanding terbalik. Pada kuisisioner penelitian ini peneliti akan menggunakan pernyataan positif sehingga jawaban sangat setuju memiliki nilai 5 (lima), setuju memiliki nilai 4 (empat), kurang setuju memiliki nilai 3 (tiga), tidak setuju memiliki nilai 2 (dua), dan sangat setuju memiliki nilai 1 (satu). Pernyataan-pernyataan yang berhubungan dengan variabel independen, intervening dan dependen di atas dalam operasionalisasi variabel ini, semua variabel diukur oleh instrumen pengukur dalam bentuk kuisisioner. Skala likert digunakan untuk menganalisis setiap pernyataan atau indikator, yang kemudian dihitung frekuensi jawaban setiap kategori (pilihan jawaban) dan kemudian dijumlahkan. Setelah setiap indikator mempunyai jumlah, kemudian dirata-ratakan dan selanjutnya peneliti gambarkan dalam suatu garis kontinum untuk mengetahui kategori dari hasil rata-rata tersebut. Menetapkan skor rata-rata maka jumlah jawaban kuisisioner dibagi jumlah pertanyaan dikalikan jumlah responden. Untuk lebih jelas berikut cara perhitungannya :

$$\frac{\Sigma \text{Jumlah Kuisisioner}}{\Sigma \text{Pertanyaan} \times \Sigma \text{Responden}} = \text{Skor Rata-rata}$$

Setelah rata-rata skor dihitung, maka untuk mengkategorikan mengklasifikasikan kecenderungan jawaban responden kedalam skala dengan formulasi sebagai berikut :

$$\text{NJI (Nilai Jenjang Interval)} = \frac{\text{Nilai Tertinggi} - \text{Nilai Terendah}}{\text{Jumlah Kriteria Jawaban}}$$

Keterangan :

Nilai tertinggi = 5

Nilai Terendah = 1

$$\begin{aligned} \frac{5 - 1}{5} &= 0,8 \end{aligned}$$

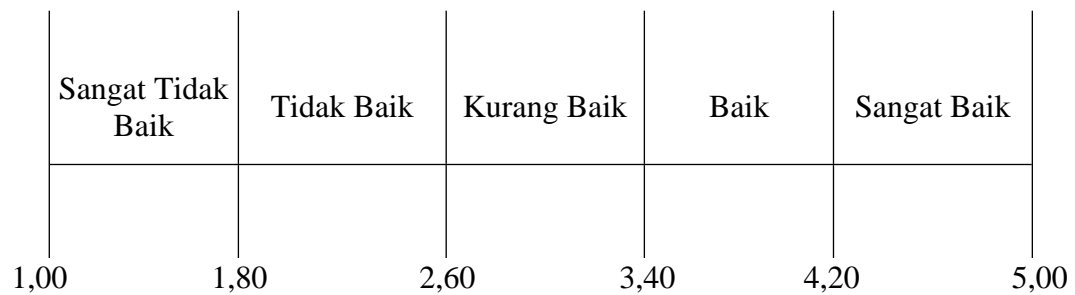
Berdasarkan hasil perhitungan di atas dapat diketahui kategori skala tabel yang peneliti sajikan pada uraian selanjutnya:

Tabel 3.5
Kategori Skala

No	Interval	Kategori
1	1,00-1,80	Sangat Tidak Baik
2	1,81-2,60	Tidak Baik
3	1,61-3,40	Kurang Baik
4	3,51-4,20	Baik
5	4,21-5,00	Sangat Baik

Sumber : Sugiyono (2017:95)

Setelah nilai rata-rata jawaban telah diketahui pada Tabel 3.5 di halaman sebelumnya, kemudian hasil tersebut diinterpretasikan dengan alat bantu garis kontinum, yaitu sebagai berikut:



Sumber : Sugiyono, 2017

Gambar 3.1
Garis Kontinum

3.6.2 Analisis Verifikatif

Analisis verifikatif adalah jenis penelitian yang bertujuan untuk menguji suatu teori atau hasil penelitian sebelumnya, sehingga diperoleh hasil yang memperkuat atau menggugurkan teori atau hasil penelitian sebelumnya. Metode kuantitatif (verifikatif) juga merupakan metode pengolahan data dalam berbentuk angka. Selaras dengan pendapat Sugiyono (2017:54) Analisis statistik verifikatif adalah suatu penelitian yang ditujukan untuk menguji teori dan penelitian akan mencoba menghasilkan informasi ilmiah baru yaitu status hipotesis yang berupa kesimpulan apakah suatu hipotesis diterima atau ditolak. Analisis verifikatif dapat menggunakan beberapa metode berikut ini :

3.6.2.1 *Method Successive Interval*

Setelah memperoleh data dari hasil penyebaran kuesioner, data yang didapat masih dalam bentuk skala ordinal. Maka peneliti harus merubah data tersebut dari skala ordinal menjadi skala interval. Hal tersebut karena peneliti menggunakan metode analisis linier berganda dalam pengolahan datanya. Sebelum data dianalisis dengan menggunakan metode tersebut, untuk data yang berskala ordinal perlu diubah menjadi interval dengan menggunakan teknik *Method of Successive Interval (MSI)*. Berikut adalah langkah-langkah *Method of Successive Interval (MSI)* :

1. Menentukan frekuensi setiap responden (berdasarkan hasil kuesioner yang dibagikan, hitung berapa banyak responden yang menjawab skor 1-5 untuk setiap pernyataan).
2. Menentukan berapa responden yang akan memperoleh skor-skor yang telah ditentukan dan dinyatakan sebagai frekuensi.
3. Setiap frekuensi pada responden dibagi dengan keseluruhan responden.
4. Menentukan proporsi kumulatif yang selanjutnya mendekati atribut normal.
5. Dengan menggunakan tabel distribusi normal standar tentukan nilai Z. Untuk data >30 dianggap mendekati luas daerah bawah kurva normal.
6. Menghitung Scale Value (SV) untuk masing-masing responden dengan rumus berikut :

$$SV = \frac{(Density\ at\ lower\ limit) - (Density\ at\ upper\ limit)}{(Area\ under\ upper\ limit) - (Area\ under\ lower\ limit)}$$
7. Melakukan transformasi nilai skala dari nilai skala ordinal ke nilai interval

Dengan rumus :

$$Y = S_{vi} + [SV \text{ min}]$$

Pengolahan data yang dilakukan peneliti gunakan selanjutnya adalah dengan menggunakan media komputerisasi untuk memudahkan proses perubahan data dari skala ordinal ke skala interval.

3.6.3 Metode Analisis Jalur (*Path Analysis*)

Metode yang digunakan dalam penelitian adalah analisis jalur (*path analysis*). Penulis menggunakan analisis jalur (*path analysis*) karena untuk mengetahui hubungan sebab akibat, dengan tujuan menerangkan pengaruh langsung atau tidak langsung antar variabel independen dengan variabel dependen. Dalam penelitian ini, penulis ingin menganalisis dan memastikan apakah ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen dengan loyalitas Dan kepercayaan konsumen sebagai variabel intervening.

Menurut Juanim (2020:56) analisis jalur dapat diartikan sebagai. Analisis jalur digunakan dengan menggunakan korelasi, regresi dan jalur sehingga dapat diketahui untuk sampai pada variabel intervening. Model analisis jalur digunakan untuk menganalisis pola hubungan antar variabel dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh langsung maupun tidak langsung seperangkat variabel independen terhadap variabel dependen. Adapun manfaat dari path analisis diantaranya adalah

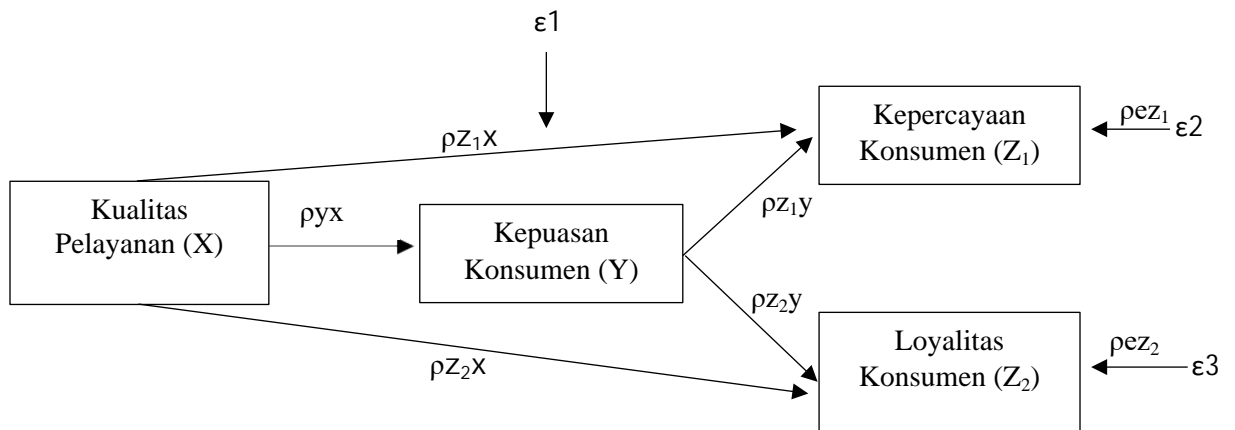
Sebagai penjelasan terhadap fenomena yang dipelajari atau permasalahan yang diteliti Prediksi nilai variabel dependen berdasarkan nilai variabel independen. Faktor determinan yaitu penentuan variabel bebas mana yang berpengaruh dominan

terhadap variabel terikat, juga dapat digunakan untuk menelusuri mekanisme (jalur-jalur) pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Alasan dalam penelitian ini menggunakan Analisis Jalur karena peneliti ingin mengetahui pengaruh langsung dan pengaruh tidak langsung dari setiap variabel yang di teliti.

3.6.3.1 Path Diagram

Penelitian ini menggunakan path diagram yang berdasarkan pada pendapat Juanim (2020:57) Diagram jalur adalah alat untuk melukiskan secara grafis struktur hubungan kausalitas antar variabel independen, intervening (*intermediary*), dan dependen. Analisis jalur variabel yang dianalisis kualitasnya dibedakan menjadi dua golongan yaitu variabel eksogen dan variabel endogen. Variabel eksogen adalah variabel yang variabelitasnya diasumsikan terjadi bukan karena penyebab-penyebab didalam model, atau dengan kata lain, variabel ini tidak ada yang mempengaruhi. Sedangkan, variabel endogen adalah variabel yang variasinya dijelaskan oleh variabel eksogen ataupun variabel endogen lain dalam sistem. Menurut Juanim (2020:58).

Variabel eksogen dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan sedangkan variabel endogen adalah kepuasan konsumen, loyalitas dan kepercayaan konsumen. Model hubungan antara variabel yang telah dijelaskan tersebut dapat dilihat melalui diagram jalur yaitu sebagai berikut :



Gambar 3.2
Model Hubungan Struktur Antara variabel Penelitian

3.6.3.2 Koefisien Jalur

Besarnya pengaruh variable eksogen dan variable endogen dapat dilihat melalui koefisien jalur mengindikasikan besarnya jalur dari suatu variabel eksogen terhadap variabel endogen. Koefisien jalur biasanya dicantumkan pada diagram jalur yang dinyatakan dengan nilai numeric untuk mengestimasi koefisien jalur, jika hanya satu variabel eksogen (X) mempengaruhi secara langsung terhadap variabel endogen Y, maka ρ_{yx} di estimasi dengan korelasi sederhana (*simple correlation*) antara X dan Y jadi $\rho_{yx} = r_{xy}$ (Juanim, 2020:59).

Untuk lebih memperjelas koefisien jalur dapat dilihat pada sebuah path diagram yang ada di gambar 3.2 dalam gambar tersebut dapat kita lihat koefisien jalur sebagai berikut:

1. ρ_{yx} adalah koefisien jalur untuk pengaruh langsung X terhadap Y
2. ρ_{z_1x} adalah koefisien jalur untuk pengaruh langsung X terhadap Z₁
3. ρ_{z_2x} adalah koefisien jalur untuk pengaruh langsung X terhadap Z₂
4. ρ_{z_1y} adalah koefisien jalur untuk pengaruh langsung Y terhadap Z₁

5. ρ_{z_2y} adalah koefisien jalur untuk pengaruh langsung Y terhadap Z_2
6. ρ_{ey_1} adalah koefisien jalur untuk pengaruh langsung ε_1 terhadap Y
7. ρ_{ez_1} adalah koefisien jalur untuk pengaruh langsung ε_2 terhadap Z_1
8. ρ_{ez_2} adalah koefisien jalur untuk pengaruh langsung ε_3 terhadap Z_2

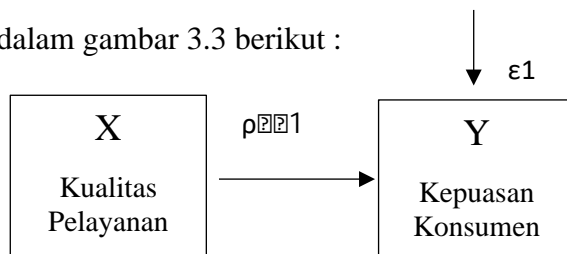
3.6.3.3 persamaan Struktur

Dalam analisis jalur juga dapat ditampilkan dalam bentuk persamaan yang biasa disebut persamaan Struktur. Persamaan Struktur, menggambarkan hubungan sebab akibat antar variabel yang diteliti, yang dinyatakan dalam bentuk persamaan sistematis. menurut Juanim (2020:60). Analisis ini dinyatakan dengan persamaan sebagai berikut :

Struktural I

$$Y = \rho_{YX}X + \varepsilon_1$$

Persamaan struktural 1 menyatakan hubungan kausal dari X ke Y. Digambarkan dalam gambar 3.3 berikut :

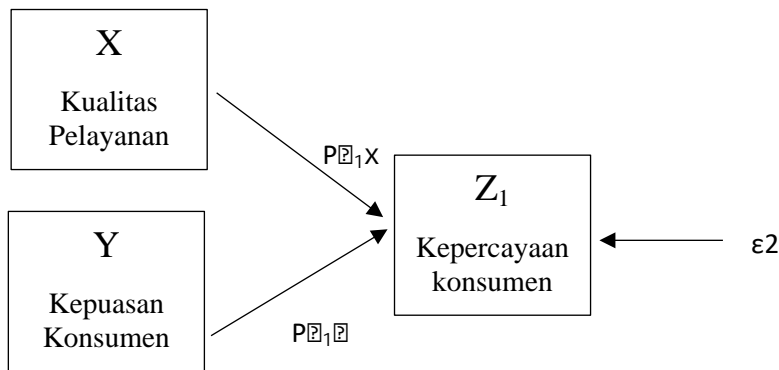


Gambar 3.3
Model struktural I Hubungan X dengan Y

Struktural II

$$Z_1 = \rho_{Z_1X}X + \rho_{Z_1Y}Y + \varepsilon_2$$

Persamaan struktural II menyatakan kausal dari X, Y dan Z_1 . digambarkan dalam gambar 3.4 berikut :

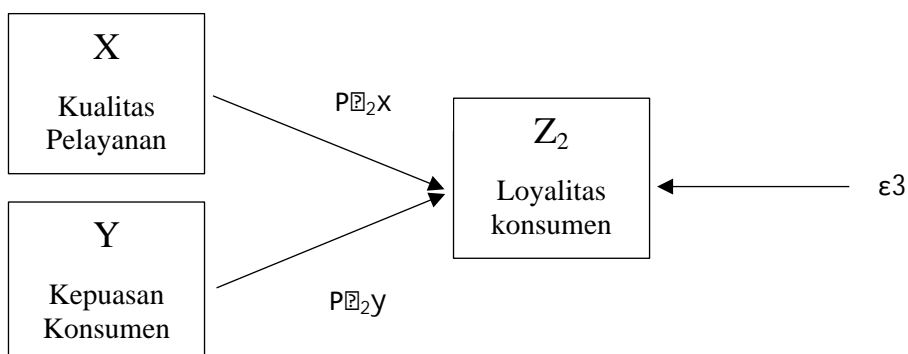


Gambar 3.4
Model Struktur II Hubungan Y dengan Z

Struktural III

$$Z_2 = \rho_{2X}X + \rho_{2Y}Y + \epsilon_3$$

Persamaan struktural III menyatakan kausal dari X, Y dan Z₂. digambarkan dalam gambar 3.5 berikut :



Gambar 3.5
Model Struktur III Hubungan X, Y dengan Z₂

3.6.3.4 Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung

Berdasarkan diagram jalur dapat dilihat bagaimana pengaruh langsung dan tidak langsung tersebut. Pengaruh langsung adalah pengaruh dari satu variabel independen ke variabel dependen, tanpa melalui variabel dependen lainnya. Sedangkan pengaruh tidak langsung adalah situasi dimana variabel independen

mempengaruhi variabel dependen atau variabel lain yang disebut variabel intervening (*intermedari*) dalam Juanim (2020:62) :

Pengaruh langsung dan pengaruh tidak langsung dapat dilihat sebagai berikut:

1. Hasil Langsung (*Direct Effect*)

Hasil dari X1 terhadap Y dan Y terhadap Z₁ dan Z₂ atau lebih sederhana dapat disajikan sebagai berikut : Pengaruh langsung (*Direct Effect*)

$$X \longrightarrow Y; \rho_{yx}$$

$$X \longrightarrow Z; \rho_{z_1x}, \rho_{z_2x}$$

$$Y \longrightarrow Z; \rho_{z_1y}, \rho_{z_2y}$$

2. Hasil Tidak Langsung (*Indirect Effect*)

Hasil tidak langsung (*indirect effect*) adalah dari X terhadap Z melalui Y, atau lebih sederhana dapat dilihat sebagai berikut:

$$X \longrightarrow Y \longrightarrow Z : \rho_{yx} \cdot \rho_{z_1y}, \rho_{z_2y}$$

Penjelasan rumus di atas memperlihatkan bahwa hasil langsung diperoleh dari hasil analisis jalur nilai beta, sedangkan hasil tidak langsung diperoleh dengan mengalikan koefisien rho (nilai beta) yang melewati variabel antara (penghubung) dengan variabel langsungnya.

3.6.3.5 Uji Hipotesis

Menurut Sugiyono (2017:63). Definisi hipotesis adalah sebagai berikut : “Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pernyataan. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan pada fakta-fakta empiris yang

diperoleh melalui pengumpulan data. Jadi, hipotesis juga dinyatakan jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian, belum jawaban yang empirik.”

Langkah-langkah dalam menguji hipotesis ini dinilai dengan penetapan hipotesis nol (H_0) dan hipotesis alternatif (H_a), penetapan nilai uji statistik dan tingkat signifikan serta kriteria. Uji hipotesis antara variabel Kualitas Pelayanan (X), Kepuasan (Y), kepercayaan (Z_1), loyalitas (Z_2) dengan menggunakan uji simultan dan parsial, sebagai berikut :

1. Uji F (Uji Hipotesis Simultan)

Uji F digunakan untuk menguji tingkat signifikan dari pengaruh variabel independen secara keseluruhan terhadap variabel dependen. Pada penelitian ini peneliti mengajukan hipotesis dengan taraf nyata (α) = 0,1 artinya kemungkinan kebenaran hasil penarikan kesimpulan mempunyai probabilitas 90% atau toleransi kesalahan 10%. ditentukan sebagai berikut:

Hipotesis 1

$H_0: \rho_{1yx} = 0 \rightarrow$ Artinya tidak terdapat pengaruh variabel Kualitas Pelayanan (X_1) terhadap Kepuasan (Y) melalui Kepercayaan (Z_1) dan Loyalitas Konsumen (Z_2)

$H_a: \rho_{1yx} \neq 0 \rightarrow$ Artinya terdapat pengaruh variabel Kualitas Pelayanan (X_1) terhadap Kepuasan (Y) melalui Kepercayaan (Z_1) dan Loyalitas Konsumen (Z_2).

Pada uji simultan uji statistik yang digunakan adalah uji F untuk menghitung nilai F secara manual dapat menggunakan rumus F berikut ini:

$$F \text{ hitung} = \frac{(n - k - 1) R^2}{k (1 - R^2)}$$

dimana:

R^2 = Koefisien determinasi

K = Jumlah variabel independen

n = Jumlah sampel

Nilai untuk uji F dilihat dari tabel distribusi F dengan $\alpha = 0,1$ dan derajat bebas (n-k-1), selanjutnya F hitung dibandingkan dengan F tabel dengan ketentuan sebagai berikut :

- a. Jika $F \text{ hitung} > F \text{ tabel}$, maka H_0 ditolak, H_a diterima.
- b. Jika $F \text{ hitung} < F \text{ tabel}$, maka H_0 diterima, H_a ditolak.

2. Uji t (Uji Hipotesis Parsial)

Hipotesis parsial diperlukan untuk menguji tingkat signifikan dari pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen. Uji parsial dilakukan dengan membandingkan nilai t hitung dengan t tabel. Nilai t hitung dapat dilihat dari hasil pengolahan data *Coefficient*, hipotesis parsial di jelaskan ke dalam bentuk statistic berikut:

Hipotesis 2

$H_0: \rho_{X_1 Y} = 0 \rightarrow$ Artinya tidak terdapat pengaruh variabel Kualitas Pelayanan (X_1) terhadap kepuasan konsumen (Y).

$H_a: \rho_{X_1 Y} \neq 0 \rightarrow$ Artinya terdapat pengaruh variabel Kualitas Pelayanan (X_1) terhadap Kepuasan Konsumen (Y).

Hipotesis 3

$H_0: \rho_{Z_1X} = 0 \rightarrow$ Artinya tidak terdapat pengaruh variabel Kualitas Pelayanan (X_1) terhadap kepercayaan konsumen (Z_1).

$H_a: \rho_{Z_1X} \neq 0 \rightarrow$ Artinya terdapat pengaruh variabel Kualitas Pelayanan (X_1) terhadap kepercayaan konsumen (Z_1).

Hipotesis 4

$H_0: \rho_{Z_2X} = 0 \rightarrow$ Artinya tidak terdapat pengaruh variabel Kualitas Pelayanan (X) terhadap Loyalitas Konsumen (Z_2).

$H_a: \rho_{Z_2X} \neq 0 \rightarrow$ Artinya terdapat pengaruh variabel Kualitas Pelayanan (X) terhadap Loyalitas Konsumen (Z_2).

Hipotesis 5

$H_0: \rho_{Z_1Y} = 0 \rightarrow$ Artinya tidak terdapat pengaruh variabel Kepuasan (Y) terhadap Kepercayaan Konsumen (Z_1).

$H_a: \rho_{Z_1Y} \neq 0 \rightarrow$ Artinya terdapat pengaruh variabel Kepuasan (Y) terhadap Kepercayaan Konsumen (Z_1).

Hipotesis 6

$H_0: \rho_{Z_2Y} = 0 \rightarrow$ Artinya tidak terdapat pengaruh variabel Kepuasan (Y) terhadap Loyalitas Konsumen (Z_2).

$H_a: \rho_{Z_2Y} \neq 0 \rightarrow$ Artinya terdapat pengaruh variabel Kepuasan (Y) terhadap Loyalitas Konsumen (Z_2).

Untuk menguji hipotesis parsial maka dapat dilakukan pengujian yang digunakan adalah uji T dengan rumus sebagai berikut:

$$t = \sqrt{\frac{n-(k+1)}{1-r^2}}$$

Dimana :

n = Jumlah sampel

r = Nilai Korelasi parsial

k = Jumlah variabel independen

Pengujian uji t telah dilakukan maka hasil pengujian tersebut t hitung dibandingkan t tabel dengan ketentuan sebagai berikut :

- a. Jika t hitung > t tabel maka H₀ ditolak. H_a diterima.
- b. Jika t hitung < t tabel maka H₀ diterima. H_a ditolak.

3.6.3.6 Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk melihat persentase (%) besarnya pengaruh kualitas pelayanan (X) terhadap kepuasan (Y) dan dampaknya pada kepercayaan (Z₁) serta loyalitas konsumen (Z₂). Nilai koefisien determinasi adalah antara 0 (nol) dan 1 (satu). Langkah perhitungan analisis koefisien determinasi yang dilakukan yaitu analisis koefisien determinasi berganda (simultan) dan analisis koefisien determinasi parsial, dengan rumus sebagai berikut:

1. Analisis Koefisien Determinasi Simultan

Analisis koefisien determinasi berganda digunakan untuk mengetahui seberapa besar persentase X (kualitas pelayanan) terhadap variabel Y (Kepuasan konsumen) secara simultan dengan mengkuadratkan koefisien kolerasinya yaitu:

$$Kd = R^2 \times 100\%$$

Dimana:

Kd = Nilai koefisien determinasi

R = Koefisien korelasi product moment

100% = Pengali yang menyatakan dalam persentase

2. Analisis Koefisien Determinasi Parsial

Koefisien determinasi parsial digunakan untuk menentukan besarnya pengaruh salah satu variabel independen terhadap dependen secara parsial.

Rumus untuk menghitung koefisien determinasi parsial adalah:

$$Kd = B \times \text{Zero Order} \times 100\%$$

Dimana:

Kd = Nilai Koefisien determinasi

Zero Order = Matriks korelasi variabel bebas dengan variabel terikat

3.7 Rancangan Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengancara memberikan seperangkat pertanyaan atau pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawab. Kuesioner dapat berupa *Closed Question* atau *Multiple Choise*

Question, maksudnya adalah pertanyaan yang diajukan kepada responden yang telah disediakan pilihan jawabannya. Kuesioner pada penelitian ini mengacu pada variabel yang digunakan dalam penelitian.

3.8 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penulis melakukan penelitian pada bulan Februari 2022 sampai April 2022 dan lokasi yang menjadi tempat penelitian ini yaitu pada Hotel Gino Feruci Braga Bandung yang berada di Jl. Braga No.67, Braga, Kec. Sumur Bandung sebagai sumber data utama.