

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1. Rancangan Penelitian**

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan mencari hubungan kausal. Hubungan kausal adalah hubungan yang bersifat sebab akibat.(Sugiyono, 2012:56). Penelitian kausalitas adalah penelitian yang ingin mencari kejelasan dalam bentuk hubungan sebab akibat (*cause-effect*) antar beberapa konsep atau beberapa variabel atau beberapa strategi yang dikembangkan dalam manajemen. (Augusty Ferdinand, 2006:5). Jadi dalam penelitian ini ada variabel independen dan variabel dependen.

Untuk menganalisis variabel independen (X) yang terdiri dari variabel kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap variabel dependen (Y) yaitu loyalitas pelanggan, maka dalam penelitian ini digunakan teknik analisis regresi linier berganda. Dengan teknik tersebut akan dapat di uji hipotesis yang menyatakan ada pengaruh secara parsial antara variabel independen (X) yaitu kualitas pelayanan ( $X_1$ ), kepuasan pelanggan ( $X_2$ ) terhadap variabel dependen (Y) yaitu loyalitas pelanggan. Serta akan dapat diketahui bahwa kedua variabel yaitu kepuasan pelanggan dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh secara simultan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

#### **3.2. Obyek Penelitian**

Dalam penelitian ini lokasi yang dipilih adalah hotel Somanake Senduro Lumajang Jl. Raya Senduro Desa Kadangtepus. Pertimbangan-pertimbangan yang mendasari memilih lokasi tersebut adalah:

- a. Merupakan hotel satu-satunya di desa Senduro dengan fasilitas penginapan yang memadai.
- b. Dukungan dari manager hotel untuk melakukan penelitian, sehingga sangat membantu peneliti dalam melaksanakan penelitian.
- c. Kemudahan mendapatkan data-data tentang pelanggan hotel Somanake Senduro Lumajang guna menunjang validitas dari penelitian.
- d. Lokasi obyek penelitian yang berada di pedesaan yang menjadi ketertarikan dalam penelitian.
- e. Lokasi obyek penelitian yang memudahkan peneliti dalam penelitian.

Adapun sebagai obyek penelitian adalah variabel independen berupa kualitas pelayanan ( $X_1$ ), kepuasan pelanggan ( $X_2$ ) dan terhadap variabel dependen (Y) berupa loyalitas pelanggan.

### **3.3. Sumber dan Jenis Data**

Menurut Said Kelana (2006:09), data merupakan bahan baku utama bagi sebuah penelitian. Karena adanya data menjamin terlaksananya sebuah pengujian, jika syarat yang lain terpenuhi.

#### **3.3.1. Sumber Data**

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini berupa data internal dan data eksternal, sebagai berikut:

##### **3.3.1.1. Data Internal**

Data internal merupakan data yang didapat dari dalam perusahaan atau organisasi di mana riset dilakukan. (Husein Umar, 2008:42).

Data internal yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh dari Hotel Somanake Senduro Lumajang berupa gambaran umum dan data jumlah pelanggan tiap bulannya.

### **3.3.2. Jenis Data**

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini berupa data primer dan data sekunder, sebagai berikut:

#### **3.3.2.1. Data Primer**

Data primer merupakan data yang didapat dari sumber pertama baik dari individu atau perseorangan seperti hasil dari wawancara atau hasil pengisian kuesioner yang biasa digunakan oleh peneliti. (Husein Umar, 2008:42). Data primer adalah data asli yang dikumpulkan sendiri oleh periset untuk menjawab masalah risetnya secara khusus. Dalam riset sumber daya manusia, data primer diperoleh langsung dari sumbernya, sehingga periset menjadi tangan pertama yang memperoleh data tersebut. (Istijanto, 2008:38).

Data primer yang digunakan dalam penelitian ini adalah hasil pengisian kuesioner oleh responden yaitu pelanggan Hotel Somanake Senduro Lumajang. Berupa pernyataan-pernyataan responden untuk mempresentasikan kepuasan pelanggan dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan Hotel Somanake Senduro Lumajang.

#### **3.3.2.2. Data Sekunder**

Sesuai dengan arti kata sekunder (bahasa Inggris "*secondary*") yang berarti kedua (bukan secara langsung dari sumbernya) data sekunder dapat

didefinisikan sebagai data yang telah dikumpulkan pihak lain, bukan oleh periset sendiri, untuk tujuan lain. Artinya, periset adalah tangan kedua yang sekedar mencatat, mengakses atau meminta data tersebut (yang kadang sudah berwujud informasi) ke pihak lain yang telah mengumpulkannya di lapangan. Periset hanya memanfaatkan data yang ada untuk penelitiannya. Keberadaan data sekunder tidak dipengaruhi riset yang akan dijalankan peneliti, sebab data tersebut sudah disediakan pihak lain secara berkala atau pada waktu tertentu. (Istijanto, 2010:33). Data sekunder merupakan data primer yang telah diolah lebih lanjut dan disajikan baik oleh pihak pengumpul data primer atau oleh pihak lain misalnya dalam bentuk tabel-tabel atau diagram-diagram. (Husein Umar, 2008:42).

Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini berupa gambaran umum dan data jumlah pelanggan Hotel Somanake Senduro Lumajang.

### **3.4. Teknik Pengumpulan Data**

#### **3.4.1 Kuesioner**

Kuesioner merupakan daftar pertanyaan yang digunakan periset untuk memperoleh data secara langsung dari sumber melalui proses komunikasi atau dengan mengajukan pertanyaan. (Istijanto, 2010:61). Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. (Sugiyono, 2012:199).

Untuk penyebaran kuesioner sebagai bahan penelitian diberikan kepada pelanggan Hotel Somanake Senduro Lumajang sebanyak 36orang. Dengan menyebarkan kuesioner ini diharapkan akan mendapatkan data tentang pengaruh

kepuasan pelanggan dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan Hotel Somanake Senduro Lumajang.

Pengukuran data untuk variabel kepuasan pelanggan dan kualitas pelayanan terhadap variabel loyalitas pelanggan, dilakukan dengan memberi skor pada tiap-tiap jawaban dari butir pertanyaan dari kuesioner. Pemberian skor dalam penelitian ini berdasarkan skala *likert*. Adapun bentuk skala *likert* menurut Sugiyono (2012:133), sebagai berikut:

- |  |   |
|--|---|
| 1. Sangat setuju/selalu/sangat positif (SS/SL) diberi skor       | 5 |
| 2. Setuju/sering/positif (ST/SR) diberi skor                     | 4 |
| 3. Ragu-ragu/kadang-kadang/netral (RG/KS) diberi skor            | 3 |
| 4. Tidak setuju/hampir tidak pernah/negative (TS/TP) diberi skor | 2 |
| 5. Sangat tidak setuju/tidak pernah (STS) diberi skor            | 1 |

#### **3.4.2. Observasi**

Metode observasi dijalankan dengan mengamati dan mencatat pola perilaku orang, objek atau kejadian-kejadian melalui cara yang sistematis. (Malhotra, 2010 dalam Istijanto, 2010:53). Sutrisno Hadi (1996) dalam Sugiyono (2012:203) mengemukakan bahwa, observasi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari pelbagai proses biologis dan psikologis. Dua di antara yang terpenting adalah proses-proses pengamatan dan ingatan.

#### **3.4.3. Dokumentasi**

Dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar atau karya-karya monumental dari seseorang. (Sugiyono, 2012:422).

Dokumen yang digunakan dalam penelitian ini berupa gambaran umum dan data jumlah pelanggan Hotel Somanake Senduro Lumajang.

#### **3.4.4. Wawancara**

Wawancara adalah cara pengumpulan data dengan menggunakan pertanyaan secara lisan kepada responden. (Fuad Mas'ud, 2004:88).

Wawancara yang dilakukan dalam penelitian ini adalah wawancara dengan manager Hotel Somanake Senduro Lumajang.

#### **3.4.5. Studi Pustaka**

Menurut Nazir (2008:112), studi kepustakaan merupakan langkah yang penting dimana setelah seorang peneliti menetapkan topik penelitian, langkah selanjutnya adalah melakukan kajian yang berkaitan dengan teori yang berkaitan dengan topik penelitian.

Dalam pencarian teori, peneliti akan mengumpulkan informasi sebanyak-banyaknya dari kepustakaan yang berhubungan. Sumber-sumber kepustakaan dapat diperoleh dari buku, jurnal, majalah, hasil-hasil penelitian (tesis dan disertasi), dan sumber-sumber lainnya yang sesuai (internet, koran dan lain-lain).

Menurut Augusty Ferdinand (2006:96-97), sebuah studi pustaka yang baik akan menghasilkan dasar bagi pengembangan kerangka teoretis yang komprehensif (*comprehensive theoretical framework*). Untuk tujuan itu sebuah studi pustaka yang baik akan memastikan bahwa:

- a. Studi pustaka yang intensif memungkinkan masalah dan masalah penelitian dapat dirumuskan dengan tepat dan jelas (*precision and clarity*).

- b. Variabel-variabel penting yang diduga kuat dapat menjelaskan sebuah masalah penelitian benar-benar dapat diperhatikan dan digunakan untuk memecahkan masalah tersebut.
- c. Studi pustaka dapat membantu peneliti menentukan mana variabel yang sangat penting untuk dipertimbangkan dan memberi kontribusi signifikan tanpa perlu menggali seluruh variabel yang mungkin, sehingga asas parsimoni benar-benar diterapkan. Dengan telaah pustaka yang baik berdasarkan asas parsimoni tersebut studi pustaka membantu mengembangkan hipotesis dan kerangka teoritisnya.

Studi pustaka yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan membaca literatur-literatur yang berhubungan dengan permasalahan yang diteliti, berupa teori-teori yang dikemukakan para ahli yang berhubungan dengan penelitian diperoleh dari: buku, jurnal, skripsi, tesis dan internet.

### **3.5. Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel**

#### **3.5.1. Populasi**

Populasi diartikan sebagai jumlah keseluruhan semua anggota yang diteliti. (Istijanto, 2010:115). Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. (Sugiyono, 2012:115).

Dalam penelitian ini populasinya adalah pelanggan Hotel Somanake Senduro Lumajang. Menurut data yang diberikan dari pihak Hotel Somanake Senduro Lumajang diperoleh data pelanggan sampai bulan Maret 2015 berjumlah 36 orang. Jadi jumlah populasi dalam penelitian ini adalah sebesar 36 orang.



### 3.5.2. Teknik Pengambilan Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. (Sugiyono, 2012:116). Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *sampling jenuh*.

Menurut Sugiyono (2008:122-123), *sampling jenuh* merupakan teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel. Hal ini sering jumlah populasi relatif kecil, kurang dari 30 orang, atau penelitian yang ingin membuat generalisasi dengan yang sangat kecil. Istilah lain sampel jenuh adalah sensus, dimana semua anggota populasi dijadikan sampel.

Dalam penelitian ini yang menjadi sampel pelanggan yang ada di Hotel Somanake Senduro Lumajang yang berjumlah 36 pelanggan

### 3.6. Variabel Penelitian

#### 3.6.1. Identifikasi Variabel

Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya. (Sugiyono, 2012:59).

Variabel dalam penelitian ini terdapat 2 (dua) macam yaitu variabel independen dan variabel dependen.

##### 3.6.1.1. Variabel Independen

Variabel ini sering disebut sebagai variabel *stimulus*, *prediktor*, *antecedent*. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabe bebas. Variabel bebas adalah merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). (Sugiyono, 2012:59).

Adapun dalam penelitian ini yang menjadi variabel independen adalah kualitas pelayanan ( $X_1$ ) dan kepuasan pelanggan ( $X_2$ ).

### **3.6.1.2. Variabel Dependen**

Variabel dependen sering disebut sebagai variabel output, kriteria, konsekuen. Dalam bahasan Indonesia sering disebut sebagai variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. (Sugiyono, 2012:59). Adapun dalam penelitian ini yang menjadi variabel dependen adalah loyalitas pelanggan ( $Y$ ).

### **3.6.2. Definisi Konseptual Variabel**

#### **3.6.2.1. Kualitas Pelayanan ( $X_1$ )**

Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (2000:15) dalam Dewi Prasetyaningrum (2009:30) mendefinisikan kualitas pelayanan sebagai suatu bentuk sikap, berkaitan tetapi tidak sama dengan kepuasan, sebagai hasil dari perbandingan antara harapan dengan kinerja.

#### **3.6.2.2. Kepuasan Pelanggan ( $X_2$ )**

Menurut Lena Elitan (2001) dalam Dewi prasetyaningrum (2009:31), Kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dibandingkan dengan harapan.

#### **3.6.2.3. Loyalitas Pelanggan ( $Y$ )**

Loyalitas pelanggan merupakan upaya mempertahankan pelanggan lama harus mendapat prioritas yang lebih besar dibandingkan dengan pelanggan baru, (Philip Kotler, 2004, dalam Endah fitiani, 2011:41)

### 3.6.3. Definisi Operasional Variabel

#### 3.6.3.1. Kualitas Pelayanan ( $X_1$ )

Dimensi Kualitas Pelayanan (SERVQUAL) oleh Parasuraman Zeithaml, dan Berry (2000) dalam Ratih Hardiatih (2010:31) dibagi menjadi lima dimensi SERVQUAL diantaranya adalah:

1. *Reliability* (keandalan) yaitu kemampuan untuk memberikan jasa yang dijanjikan dengan handal dan akurat.
2. *Responsiveness* (cepat tanggap) yaitu kemauan untuk membantu pelanggan dan memberikan jasa dengan cepat.
3. *Assurance* (jaminan) yaitu pengetahuan, sopan santun, dan kemampuan karyawan untuk menimbulkan keyakinan dan kepercayaan.
4. *Empathy* (empati) yaitu kepedulian dan perhatian secara pribadi yang diberikan kepada pelanggan
5. *Tangible* (berwujud) yaitu berupa penampilan fasilitas fisik, peralatan, pegawai, dan material yang dipasang.

#### 3.6.3.2. Kepuasan Pelanggan ( $X_2$ )

Kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dibandingkan dengan harapan. Dari definisi tersebut maka indikator kepuasan pelanggan/konsumen (Lena Elitan, 2001 dalam dewi prasetyaningrum, 2009:31), yaitu :

1. Tidak ada keluhan atau keluhan yang teratasi.
2. Perasaan puas pelanggan pada keseluruhan produk
3. Kesesuaian dengan expectasi / harapan pelanggan
4. Harapan pelanggan yang terlampaui.

### 3.6.3.2. Loyalitas Pelanggan (Y)

Loyalitas pelanggan merupakan Reaksi atau akibat dari terciptanya kepuasan pelanggan sebagai implementasi dari keberhasilan pelayanan yang berkualitas dalam memenuhi harapan pelanggan. Dari definisi tersebut maka indikator Loyalitas Pelanggan menurut (Kotler, 2004, dalam Endah Fitriani, 2011:41), yaitu

1. Pelanggan yang melakukan pembelian ulang secara teratur.
2. Pelanggan yang membeli produk yang lain di tempat yang sama.
3. Pelanggan yang mereferensikan kepada orang lain.
4. Pelanggan yang tidak dapat dipengaruhi pesaing untuk pindah

Tabel.1

**Definisi Konseptual, Operasional Variabel Penelitian dan Indikator**

Variabel	Definisi Konseptual	Definisi Operasional Variabel	Indikator	Sumber Teori Yang Dipakai
Kualitas Pelayanan (X <sub>i</sub> )	Kualitas pelayanan sebagai suatu bentuk sikap, berkaitan tetapi tidak sama dengan kepuasan, sebagai hasil dari perbandingan	Pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. kemampuan untuk memberikan jasa yang dijanjikan dengan handal dan akurat.</li> <li>2. kemauan untuk membantu pelanggan dan memberikan jasa dengan cepat.</li> <li>3. pengetahuan, sopan santun, dan kemampuan karyawan untuk menimbulkan keyakinan dan kepercayaan.</li> <li>4. kepedulian dan perhatian secara pribadi yang diberikan kepada pelanggan</li> </ol>	Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (2000: 15)

Variabel	Definisi Konseptual	Definisi Operasional Variabel	Indikator	Sumber Teori Yang Dipakai
	antara harapan dengan kinerja.		5. berupa penampilan fasilitas fisik, peralatan, pegawai, dan material yang dipasang.	
Kepuasan Pelanggan (X <sub>2</sub> )	Kepuasan pelanggan adalah respon atau tanggapan pelanggan mengenai pemenuhan kebutuhan.	Tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Tidak ada keluhan atau keluhan yang teratasi.</li> <li>2. Perasaan puas pelanggan pada keseluruhan fasilitas.</li> <li>3. Kesesuaian dengan expectasi / harapan pelanggan</li> <li>4. Harapan pelanggan yang terlampaui.</li> </ol>	Lena Elitan (2001)
Loyalitas Pelanggan (Y)	Loyalitas pelanggan merupakan upaya mempertahankan pelanggan lama harus mendapat prioritas yang lebih besar dibandingkan dengan pelanggan baru,	Reaksi atau akibat dari terciptanya kepuasan pelanggan sebagai implementasi dari keberhasilan pelayanan yang berkualitas	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pelanggan yang menginap secara teratur.</li> <li>2. Pelanggan yang menginap di tempat yang sama.</li> <li>3. Pelanggan yang mereferensikan kepada orang lain.</li> <li>4. Pelanggan yang tidak dapat dipengaruhi pesaing lain.</li> </ol>	Kotler Philip (2004)

Sumber data : Penelitian terdahulu dan jurnal

### 3.7 Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati. Secara spesifik semua fenomena ini disebut variabel penelitian. (Sugiyono, 2012:146).

Dalam penelitian ini ada tiga instrumen, yaitu:

1. Instrumen untuk mengukur kepuasan pelanggan
  - a. Kemampuan untuk memberikan jasa yang dijanjikan dengan handal dan akurat.
  - b. Kemauan untuk membantu pelanggan dan memberikan jasa dengan cepat
  - c. Pengetahuan, sopan santun, dan kemampuan karyawan untuk menimbulkan keyakinan dan kepercayaan
  - d. Kepedulian dan perhatian secara pribadi yang diberikan kepada pelanggan
  - e. Berupa penampilan fasilitas fisik, peralatan, pegawai, dan material yang dipasang.
2. Instrumen untuk mengukur kualitas pelayanan
  - a. Tidak ada keluhan atau keluhan yang teratasi
  - b. Perasaan puas pelanggan pada keseluruhan fasilitas
  - c. Kesesuaian dengan expectasi / harapan pelanggan
  - d. Harapan pelanggan yang terlampau.
3. Instrumen untuk mengukur loyalitas pelanggan
  - d. Pelanggan yang menginap secara teratur
  - e. Pelanggan yang menginap di tempat yang sama
  - f. Pelanggan yang mereferensikan kepada orang lain
  - g. Pelanggan yang tidak dapat dipengaruhi pesaing lain.

Skala pengukuran merupakan kesepakatan yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang pendeknya interval yang ada dalam alat ukur sehingga alat ukur tersebut bila digunakan dalam pengukuran akan menghasilkan data kuantitatif. (Sugiyono, 2009:131).

Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala ordinal. Menurut Istijanto (2010:80), skala ordinal merupakan skala yang memiliki urutan, namun jarak antara titik-titik atau kategori terdekat tidak perlu menunjukkan rentan yang sama. Skala ordinal hanya mengindikasikan kategori yang menjadi urutan pertama posisinya lebih tinggi daripada kategori urutan kedua, dan kategori kedua punya kedudukan yang lebih tinggi daripada urutan ketiga, dan seterusnya.

**Tabel. 2**  
**Variabel, Instrumen Penelitian dan Skala Pengukuran**

NO.	VARIABEL	INDIKATOR	INSTRUMEN	SKALA
2.	<b>Kualitas Pelayanan (<math>X_1</math>)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Keandalan (<math>X_1</math>)</li> <li>• Cepat tanggap (<math>X_2</math>)</li> <li>• Jaminan (<math>X_3</math>)</li> <li>• Empati (<math>X_4</math>)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kemampuan untuk memberikan jasa yang dijanjikan dengan handal dan akurat.</li> <li>• Kemauan untuk membantu pelanggan dan memberikan jasa dengan cepat.</li> <li>• Pengetahuan, sopan santun, dan kemampuan karyawan untuk menimbulkan keyakinan dan kepercayaan.</li> <li>• Kepedulian dan perhatian secara pribadi yang diberikan kepada</li> </ul>	<b>Ordinal</b>

NO.	VARIABEL	INDIKATOR	INSTRUMEN	SKALA
		<ul style="list-style-type: none"> <li>Berwujud (<math>X_5</math>)</li> </ul>	<p>pelanggan</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Berupa penampilan fasilitas fisik, peralatan, pegawai, dan material yang dipasang.</li> </ul>	
2.	<b>Kepuasan Pelanggan (<math>X_2</math>)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Tidak ada keluhan atau keluhan yang teratasi (<math>X_1</math>)</li> <li>Perasaan puas pelanggan pada keseluruhan fasilitas (<math>X_2</math>)</li> <li>Kesesuaian dengan harapan pelanggan (<math>X_3</math>)</li> <li>Harapan pelanggan yang terlampaui (<math>X_4</math>)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Tidak ada keluhan atau keluhan yang teratasi.</li> <li>Perasaan puas pelanggan pada keseluruhan fasilitas.</li> <li>Kesesuaian dengan expectasi / harapan pelanggan</li> <li>Harapan pelanggan yangterlampaui.</li> </ul>	<b>Ordinal</b>
3.	<b>Loyalitas Pelanggan (Y)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Pelanggan yang menginap secara teratur (Y)</li> <li>Pelanggan yang menginap ditempat yang sama (Y)</li> <li>Pelanggan yang mereferensikan kepada orang lain (Y)</li> <li>Pelanggan yang tidak dapat dipengaruhi oleh pesaing lain (Y)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Pelanggan yang menginap secara teratur.</li> <li>Pelanggan yang menginap di tempat yang sama.</li> <li>Pelanggan yang mereferensikan kepada orang lain.</li> <li>Pelanggan yang tidak dapat dipengaruhi pesaing lain.</li> </ul>	<b>Ordinal</b>

Sumber data : Penelitian terdahulu dan jurnal

### 3.8. Teknik Analisa Data

Sesuai dengan hipotesis dan tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian, maka digunakan analisis regresi linier berganda dengan bentuk hubungan asosiatif kausal, yang digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen dalam memprediksi variabel dependen dalam penelitian ini. (Sugiyono, 2009:35).

Sebelum dilakukan analisis dan uji pengaruh, maka terhadap kuesioner perlu dilakukan uji validitas dan reliabilitas. Selanjutnya akan dilakukan analisis dan uji pengaruh yang menggunakan asumsi dasar regresi linier berganda bahwa data harus berdistribusi normal, terbebas dari Multikolinieritas (*Multicolonearity*) dan Heterokedastisitas (*Heterokedasticity*).

### **3.8.1. Pengujian Instrumen**

Sebelum dilakukan pengujian terhadap hipotesis, maka perlu dilakukan pengujian validitas dan reliabilitas terhadap kuesioner yang digunakan untuk menjangkau data responden, dimana asumsi dasar yang harus dipenuhi oleh kuesioner adalah data harus valid dan reliabel untuk bisa dilakukan pengujian hipotesis tahap berikutnya.

#### **3.8.1.1 Pengujian Validitas**

Validitas merupakan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada obyek penelitian dengan data yang dapat dilaporkan oleh peneliti. Dengan demikian data yang valid adalah data “yang tidak berbeda” antara data yang dilaporkan oleh peneliti dengan data yang sesungguhnya terjadi pada obyek penelitian. (Sugiyono, 2012:455). Validitas dalam penelitian dijelaskan sebagai suatu derajat ketepatan alat ukur penelitian tentang isi atau arti sebenarnya yang diukur. (Husein Umar, 2008:59).

Pengujian validitas penelitian ini mempergunakan analisis korelasi *Product Moment*, dengan mengkolerasikan skor setiap item dengan skor total sebagai jumlah skor item. Rumus korelasi *Product Moment* (Husein Umar, 2008:131) sebagai berikut:

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

Keterangan :

r = Koefisien korelasi

n = Jumlah observasi/responden

X = Skor butir

Y = Skor total

Menurut Sugiyono (2012:178), analisa faktor dilakukan dengan cara mengkorelasi jumlah skor faktor dengan skor total. Bila korelasi tiap faktor tersebut positif dan besarnya 0,3 ke atas maka faktor tersebut merupakan *construct* yang kuat. Dalam penelitian ini jika korelasi antara skor butir dengan skor total kurang dari 0,3 maka butir-butir dalam instrumen tersebut dinyatakan tidak valid.

### **3.8.1.2. Pengujian Reliabilitas**

Menurut Fuad Mas'ud (2004:69), reliabilitas atau tingkat keandalan, ketetapan atau keajegan (*consistency*-konsistensi) adalah tingkat kemampuan instrumen riset untuk mengumpulkan data secara konsisten dari sekelompok individu. Instrumen yang mempunyai tingkat reliabilitas tinggi cenderung menghasilkan data yang sama tentang suatu variabel atau unsur-unsurnya, jika

diulangi pada waktu yang berbeda pada sekelompok individu yang sama. Sehingga instrumen tersebut dapat dinilai reliabel (dapat diandalkan).

Menurut Yohanes Anton Nugroho (2011:33), uji reliabilitas dapat dilakukan dengan melihat koefisien *Alpha Cronbach*. Indeks kriteria reliabilitas dibedakan dalam tabel berikut:

**Tabel. 3**  
**Indeks Kriteria Reliabilitas**

No.	Interval <i>Alpha Cronbach</i>	Tingkat Reliabilitas
1	0,00 – 0,20	Kurang Reliabel
2	0,201 – 0,40	Agak Reliabel
3	0,401 – 0,60	Cukup Reliabel
4	0,601 – 0,80	Reliabel
5	0,801 – 1,00	Sangat Reliabel

Sumber: Yohanes Anton Nugroho (2011:33)

### **3.8.2. Pengujian Asumsi Dasar Regresi Linier Berganda**

Penelitian yang menggunakan alat analisis regresi dan korelasi berganda harus mengenali asumsi-asumsi yang mendasarinya. Apabila asumsi-asumsi dimaksud tidak terpenuhi, maka hasil analisis mungkin berbeda dari kenyataan (biasa). Menurut Lukas Setia Atmaja (2009:184), asumsi-asumsi tentang regresi linier berganda adalah sebagai berikut:

- a. Variabel bebas (independen) dan variabel terikat (dependen) memiliki hubungan yang linier (garis lurus).
- b. Variabel dependen harus kontinyu dan setidaknya berupa skala interval. Variasi dari perbedaan antara aktual dan nilai prediksi harus sama untuk semua nilai prediksi harus sama untuk nilai prediksi Y. Artinya, nilai  $(Y - Y')$  harus sama untuk nilai  $Y'$ . Jika hal ini terjadi, perbedaan menurut

'*homoscedasticity*'. Selain itu, nilai residual atau  $(Y - Y')$  harus terdistribusi secara normal dengan rata-rata nol.

- c. Nilai observasi yang berurutan dari variabel dependen harus tidak berhubungan (tidak berkorelasi). Pelanggaran terhadap asumsi disebut "*autocorelation*" atau "autokorelasi". Autokorelasi sering terjadi jika data yang dikumpulkan pada suatu periode waktu (*time series data*).
- d. Variabel independen tidak boleh berkorelasi dengan variabel independen lain dalam model. Jika variabel-variabel independen berkorelasi tinggi (positif maupun negatif), disebut "*multicollinearity*".

#### **3.8.2.1. Pengujian Normalitas Data**

Uji normalitas untuk mengetahui apakah variabel dependen, independen atau keduanya berdistribusi normal, mendekati normal atau tidak. Model regresi yang baik hendaknya berdistribusi normal atau mendekati normal. Mendeteksi apakah data berdistribusi normal atau tidak dapat diketahui dengan menggambarkan penyebaran data melalui sebuah grafik. Jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonalnya, model regresi memenuhi asumsi normalitas. (Husein Umar, 2008:181).

Menurut Mudrajad Kuncoro (2007:94), penggunaan model analisis pengaruh terikat dengan asumsi bahwa data harus distribusi normal agar diperoleh hasil yang tidak bisa. Pengujian ini dilakukan dengan maksud untuk mengetahui apakah data berada berdistribusi normal sehingga dapat dipakai dalam statistik, parametik.

Menurut Singgih Santoso (2012:361), normalitas data dapat diuji dengan beberapa cara sebagai berikut:

- a. Menggunakan pengukur bentuk (*measure of shape*) distribusi yang normal mempunyai bentuk yang simetris dengan nilai mean, median, dan mode yang mengumpul di satu titik tengah.
- b. Pengujian normalitas dapat dilakukan dengan rumus *skewness*. Untuk ini digunakan uji Z yang membutuhkan suatu nilai statistik yaitu skewness sebagai ukuran kemencengan sebaran. Jika *skewness* bernilai positif berarti sebaran data menceng ke kiri dan sebaliknya, jika bernilai negatif berarti sebaran data menceng ke kanan.

$$Z = \frac{\text{Skewness}}{\sqrt{6/N}}$$

Selanjutnya nilai Z dihitung, dibandingkan dengan nilai Z tabel tanpa memperhatikan tandanya. Jika nilai Z hitung lebih kecil dari nilai Z tabel, maka asumsi normalitas terpenuhi atau data berada dalam distribusi normal.

- c. Pengujian normalitas dapat juga dihitung dengan menggunakan metode *Kolmogorov Smirnov*. Uji normalitas juga dapat dilakukan dengan cara lain yaitu dengan melihat *normal probability plot* pada output SPSS, jika nilai-nilai sebaran data terletak disekitar garis lurus diagonal maka persyaratan normalitas terpenuhi.

Pengujian normalitas data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi normalitas.
- b. Jika data menyebar jauh dari garis diagonal dan tidak mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi tidak memenuhi normalitas
- c.

### 3.8.2.2. Pengujian Multikolinieritas

Uji multikolinieritas untuk mengetahui apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Jika terjadi korelasi, terdapat masalah multikolinieritas yang harus diatasi. (Husein Umar, 2008:177).

Husein Umar (2008:140-141) mengemukakan ada beberapa cara untuk memeriksa multikolinieritas, yaitu:

- a. Korelasi yang tinggi memberikan petunjuk adanya kolinieritas, tetapi tidak sebaliknya yakni adanya kolinieritas mengakibatkan korelasi yang tinggi. Kolinieritas dapat saja ada walau korelasi dalam keadaan rendah.
- b. Dianjurkan untuk melihat koefisien korelasi parsial. Jika  $R^2$  sangat tinggi tetapi masing-masing  $r^2$  parsialnya rendah memberikan petunjuk bahwa variabel-variabel bebas mempunyai korelasi yang tinggi dan paling sedikit satu di antaranya berlebihan. Tetapi dapat saja  $R^2$  tinggi dan masing-masing  $r^2$  juga tinggi sehingga tak ada jaminan terjadinya multikolinieritas.

Menurut Ghozali (2001:92), multikolinieritas dideteksi dengan menggunakan nilai *tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF). *Tolerance* mengukur variabilitas variabel bebas yang terpilih yang tidak dapat dijelaskan oleh variabel bebas lainnya. Jadi nilai *tolerance* yang rendah sama dengan nilai VIF yang tinggi (karena  $VIF=1/tolerance$ ) dan menunjukkan adanya kolinieritas yang tinggi. Nilai *cutoff* yang umum dipakai adalah nilai *tolerance* 0,10 atau sama dengan nilai VIF dibawah 10.

Sedangkan menurut Santoso (2012:92), untuk mengetahui data tersebut memenuhi syarat atau tidak multikolinieritas adalah dengan melihat output SPSS pada *table coefficient* jika nilai VIF (*variance inflation factor*) di bawah angka 10

(VIF<10) atau nilai *tolerance* lebih besar dari 0,10 berarti tidak menjadi multikolinieritas.

Pengujian multikolinieritas dalam penelitian ini adalah dengan melihat output SPSS pada *table coefficient* jika nilai VIF (*variance inflation factor*) di bawah angka 10 (VIF<10) atau nilai *tolerance* lebih besar dari 0,10 berarti tidak menjadi multikolinieritas.

### 3.8.2.3 Pengujian Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lain. Jika varians dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lain tetap, disebut homoskedastisitas, sementara itu, untuk varians yang berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas. (Husein Umar, 2008:179).

Model regresi yang baik adalah yang tidak terdapat heteroskedastisitas. Menurut Mudrajad Kuncoro (2007:96), heteroskedastisitas muncul apabila kesalahan atau residual dari model yang diamati tidak memiliki *variant* yang konstan dari satu observasi ke observasi lainnya. Gejala heteroskedastisitas lebih sering dijumpai dalam data silang tempat dari pada runtun waktu. Pada asumsi ini mengharuskan bahwa nilai sisa yang merupakan variabel pengganggu pada masing-masing variabel selalu konstan atau tidak berubah.

- a. Jika terdapat pola tertentu, seperti titik-titik (*point*) yang ada membentuk suatu pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar, kemudian menyempit), maka telah terjadi heteroskedastisitas.
- b. Jika ada pola yang jelas serta titik yang melebar di atas dan di bawah angka 0.

c. Pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

Pengujian heteroskedastisitas dalam penelitian ini adalah:

- a. Jika terdapat pola tertentu, seperti titik-titik (*point*) yang ada membentuk suatu pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar, kemudian menyempit), maka telah terjadi heteroskedastisitas.
- b. Jika ada pola yang jelas serta titik yang melebar di atas dan di bawah angka 0.
- c. Pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

#### 3.8.2.4. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi berganda adalah suatu metode analisa yang digunakan untuk menentukan ketepatan prediksi dari pengaruh yang terjadi antara variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y). (Mudrajad Kuncoro, 2007:77).

Analisis regresi ganda digunakan oleh peneliti, bila peneliti bermaksud meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen (kriterium), bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor prediktor dimanipulasi (dinaik turunkan nilainya). Jadi analisis regresi ganda akan dilakukan bila jumlah variabel independennya minimal dua. (Sugiyono, 2012:277). Persamaan regresinya adalah:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan :

Y = Loyalitas Pelanggan

a = konstanta

b = koefisien regresi variabel independen

X<sub>1</sub> = variabel Kualitas Pelayanan

X<sub>2</sub> = variabel Kepuasan Pelanggan

$e = error$

Dengan analisis regresi berganda ini juga dapat diketahui variabel mana di antara variabel independen yaitu kepemimpinan, kompensasi dan motivasi yang berpengaruh dominan terhadap variabel dependen yaitu kinerja guru. Analisis regresi linier berganda juga dapat digunakan untuk mengetahui seberapa besar hubungan masing-masing independen terhadap variabel independen lainnya. Untuk mengetahui variabel independen yang dominan pengaruhnya terhadap variabel dependen, ditunjukkan dengan koefisien regresi ( $\beta$ ) yang sudah distandardisasi yaitu nilai beta. (Sutanto Priyo Hastono, 2006:6).

### **3.8.3. Pengujian Hipotesis**

Setelah dilakukan analisis regresi linier berganda kemudian dilakukan pengujian hipotesis yang digunakan untuk membuktikan apakah ada pengaruh antara variabel independen (yang terdiri dari kepuasan pelanggan dan kualitas pelayanan) terhadap variabel dependen (loyalitas pelanggan) secara parsial. Serta variabel independen mana yang mempunyai pengaruh yang dominan terhadap variabel dependen.

#### **3.8.3.1. Uji t (Uji Parsial)**

Menurut Mudrajat Kuncoro (2007:81), uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas yaitu kepemimpinan, kompensasi dan motivasi terhadap variabel terikat yaitu loyalitas pelanggan secara parsial yang diuji dengan cara signifikan. Adapun langkah-langkah pengujian hipotesis sebagai berikut:

a. Merumuskan hipotesis

#### **Hipotesis Pertama**

Ho : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan Hotel Somanake Senduro Lumajang.

Ha : Terdapat pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan Hotel Somanake Senduro Lumajang..

### **Hipotesis Kedua**

Ho : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan Hotel Somanake Senduro Lumajang.

Ha : Terdapat pengaruh yang signifikan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan Hotel Somanake Senduro Lumajang.

### **Hipotesis Ketiga**

Ho : Tidak terdapat pengaruh yang simultan signifikan kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan Hotel Somanake Senduro Lumajang.

Ha : Terdapat pengaruh yang simultan signifikan kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan Hotel Somanake Senduro Lumajang.

b. Menentukan level of signifikan dengan  $\alpha = 5\%$

c. Menentukan kriteria pengujian:

Jika -  $t_{tabel} > t_{hitung} > t_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

Jika -  $t_{tabel} \leq t_{hitung} \leq t_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.

d. Menentukan nilai  $t_{hitung}$  dengan rumus :

$$t_{hitung} = \frac{Koefisien\beta}{StandarError}$$

e. Membuat kesimpulan dengan membandingkan hasil  $t_{hitung}$  dengan  $t_{tabel}$

### **3.8.3.2. Uji F (Uji Simultan)**

Uji F dipergunakan untuk menguji semua variabel bebas secara bersama-sama memiliki pengaruh terhadap variabel terikat. Kriteria ujinya adalah bila nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  atau  $Sig. F \leq 0,05$ , maka  $H_0$  ditolak artinya variabel bebas (*independent*) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat (*dependent*)

$H_0$  : Tidak terdapat pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan secara simultan signifikan terhadap loyalitas pelanggan di Hotel Somanake Senduro Lumajang.

$H_a$  : Terdapat pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan secara simultan signifikan terhadap loyalitas pelanggan di Hotel Somanake Senduro Lumajang.

### 3.8.3.3. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) dimaksudkan untuk mengetahui tingkat ketepatan yang paling baik dalam analisa regresi, hal ini ditunjukkan oleh besarnya koefisien determinasi ( $R^2$ ) antara 0 (nol) sampai dengan 1 (satu). Menurut Singgih Santoso (2012:355), untuk melihat koefisien determinasi pada regresi linier berganda adalah dengan menggunakan nilai R Square. Dari koefisien determinasi ( $R^2$ ) ini dapat diperoleh suatu nilai untuk mengukur besarnya sumbangan dari beberapa variabel X terhadap variasi naik turunnya variabel Y yang biasanya dinyatakan dalam prosentase.