BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Dalam Penelitian ini penulis mengambil judul penelitian yaitu, **"Pengaruh Nilai Pelanggan dan Fasilitas Terhadap Loyalitas Pelanggan Hotel Horison Bandung".**

Objek Penelitian **Husein Umar (2004:303)**, mengatakan bahwa objek penelitian adalah sebagai berikut :

"Objek penelitian menjelaskan tentang apa atau siapa yang menjadi objek penelitian juga dimana dan kapan penelitian dilakukan. Bisa juga ditambahkan hal-hal lain jika dianggap perlu".

Berdasarkan pernyataan di atas, dapat disimpulkan bahwa objek penelitian merupakan sasaran yang ingin dicapai oleh peneliti untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu tentang suatu hal. Objek penelitian ini adalah mengenai **"Pengaruh Nilai Pelanggan dan Fasilitas Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Hotel Horison Bandung".**

3.2 Metode Penelitian

Menurut **Travers** dalam **Husein Umar (2005)** penelitian deskriptif bertujuan untuk menggambarkan sifat sesuatu yang tengah berlangsung pada saat riset dilakukan dan memeriksa sebab-sebab dari suatu gejala tertentu. Analisis Kuantitaif merupakan analisis yang menekankan pada pengujian teori-teori

melalui pengukuran variabel-variabel penelitian dengan angka dan melakukan analisis data dengan prosedur statistik. Berdasarkan tujuan dan bentuk permasalahan dari penelitian ini, maka penelitian ini berjenis Deskriptif dan Verifikatif. Menurut **Sugiama (2008)**, "penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan atau menguraikan secara tuntas dan jelas".

3.2.1. Desain Penelitian

Desain penelitian merupakan rancangan penelitian yang digunakan sebagai pedoman dalam melakukan proses penelitian.

Menurut **Umi Narimawati** (**2010:30**), desain penelitian adalah :

"Semua proses yang diperlukan dalam perencanaan dan pelaksanaan penelitian. Dalam pengertian yang lebih sempit, desain penelitian hanya mengenai penggumpulan dan analisis data saja".

Menurut **Sugiyono** (**2007:18**), menjelaskan proses penelitian dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Sumber masalah
2. Rumusan masalah
3. Konsep dan teori yang relevan dan penemuan yang relevan
4. Metode penelitian
5. Menyusun instrumen penelitian
6. Kesimpulan

Dalam penelitian ini, penulis menerapkan desain penelitian yang lebih luas, yang mencangkup proses-proses berikut ini:

1. Mencari dan menetapkan fenomena yang terjadi.
2. Menetapkan judul dari fenomena yang didapat, sehingga dapat diketahui apa yang akan diteliti kemudian menentukan identifikasi masalah dalam penelitian.
3. Menetapkan masalah-masalah yang akan diteliti dalam penelitian ini.
4. Menganalisis dan mengambil sampel untuk melakukan penelitian mengenai Pengaruh Nilai Pelanggan dan Fasilitas Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Hotel Horison Bandung.
5. Melakukan pembahasan terhadap masalah melalui data dan informasi yang diperoleh dari Hotel Horison Bandung.
6. Melaporkan hasil dari penelitian, termasuk proses penelitian, diskusi serta interprestasi data.
7. Menyimpulkan penelitian, sehingga akan diperoleh penyelesaian dan jawaban atas identifikasi masalah dan penelitian.

Tabel 3.1
Desain Penelitian

Tujuan Penelitian	Desain Penelitian			
	Jenis penelitian	**Metode yang digunakan**	**Unit Analisis**	**Time Horizon**
T-1	*Descriptive*	*Descriptive* dan *survey*	Konsumen Yang Menginap Di Hotel Horison Bandung	*Cross sectional*
T-2	*Descriptive & Verifikatif*	*Descriptive* dan *Explanatory Survey*	Konsumen Yang Menginap Di Hotel Horison Bandung	*Cross sectional*
T-3	*Descriptive & Verifikatif*	*Descriptive* dan *Explanatory Survey*	Konsumen Yang Menginap Di Hotel Horison Bandung	*Cross sectional*
T-4	*Descriptive & Verifikatif*	*Descriptive* dan *Explanatory Survey*	Konsumen Yang Menginap Di Hotel Horison Bandung	*Cross sectional*

3.2.2 Operasionalisasi Variabel

` Operasionalisasi variabel diperlukan untuk menentukan jenis, indikator, serta skala dari variabel-variabel yang terkait dalam penelitian, sehingga pengujian hipotesis dengan alat bantu statistik dapat dilakukan secara benar sesuai dengan judul penelitian mengenai pengaruh kreativitas produk dan Fasilitas terhadap Loyalitas Pelanggan, maka variabel-variabel yang terkait dalam penelitian ini adalah:

1. Variabel Nilai Pelanggan sebagai variabel independen pertama (X_1).
2. Variabel Fasilitas sebagai variabel independen kedua (X_2).
3. Variabel Loyalitas Pelanggan sebagai variabel dependen (Y).

Untuk lebih jelasnya rincian masing-masing variabel dapat dijelaskan dalam Tabel 3.2 berikut ini:

Tabel 3.2
Operasionalisasi Variabel

Variabel	Konsep	Indikator	Ukuran	Skala	Sumber
Nilai Pelanggan (X1)	Menurut Buchari Alma (2011:295), Nilai pelanggan adalah perbandingan antara nilai pelanggan total dengan nilai biaya yang harus dikeluarkan	• nilai produk, • nilai layanan, • nilai personel, • nilai moneter, • kesesuaian biaya dan manfaat,	• Tingkat nilai dan biaya	Ordinal	Konsumen
Fasilitas (X-2)	Menurut **Agus Sulastiyono** (**2006:11**) fasilitas adalah penyediaan perlengkapan – perlengkapan fisik untuk memberikan kemudahan kepada para tamu dalam melaksanakan aktivitas – aktivitasnya atau kegiatan – kegiatannya, sehingga kebutuhan - kebutuhan tamu dapat terpenuhi selama tinggal.	• Kondisi fasilitas • Kelengkapan • Desain	• Tingkat kondisi, kelengkapan, dan desain	Ordinal	Konsumen
Loyalitas Pelanggan (Y)	Menurut Mowen dan Minor dalam Ali Hasan (2008:81) mendefinisikan sebagai berikut: "Loyalitas adalah kondisi dimana pelanggan mempunyai sikap positif terhadap suatu merek, mempunyai komitmen pada merek tersebut dan bernaksud meneruskan pembeliannya dimasa mendatang."	• Repurchases (Pembelian kembali) • Rekomendasi • Retention (Kekebalan)	• Tingkat Pembelian ulang, Rekomendasi, dan Kekebalan	Ordinal	Konsumen

3.2.3. Sumber Dan Teknik Penentuan Data

Dalam penelitian ini terdapat sumber data dan teknik penetuan data, berikut ini adalah penjelasannya.

3.2.3.1. Sumber Data

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini adalah data sekunder, karena data yang diambil langsung dari objek penelitian dan sudah teruji kebenarannya. Data sekunder adalah data yang di peroleh dari sumber-sumber lain atau literature yang berkaitan dengan permasalahan yang di ajukan penelitian.

Menurut **Sugiyono** (**2012:137**) mengungkapkan bahwa :

"Sumber sekunder adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data."

Data sekunder dapat diperoleh dengan cara membaca, mempelajari dan memahami melalui media lain yang bersumber pada literatur dan buku-buku perpustakaan atau data-data dari perusahaan yang berkaitan dengan masalah yang diteliti.

Berdasarkan definisi di atas kita dapat kita menyimpulkan bahwa data primer merupakan data pendukung dari suatu persoalan yang diteliti, sebagai alat untuk membuktikan hipotesis yang telah dikemukakan, untuk mengetahui kondisi-kondisi yang terjadi selama kurun waktu tertentu dan data primerdiperoleh dengan mengadakan peneltian dan kuesioner, tidak jarang juga dapat dijadikan solusi dalam penanganan permasalahan yang diteliti.

3.2.3.2. Teknik Penentuan Data

Adapun teknik penentuan data terbagi menjadi dua bagian, yaitu populasi dan sampel. Pengertian dari populasi dan sampel itu sendiri adalah sebagai berikut:

1. **Populasi**

Menurut (**Sugiyono 2005:55**) Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari. Maka dari itu, dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa populasi adalah seluruh objek atau subjek yang akan dipelajari dan diteliti kemudian dapat ditarik kesimpulannya. Menurut **Sekaran** (**2006**), populasi merupakan suatu wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti.

Berdasarkan pengertian di atas, populasi merupakan obyek atau subyek yang berada pada satu wilayah dan memenuhi syarat tertentu yang berkaitan dengan masalah dalam penelitian. Populasi dari penelitian ini adalah jumlah pelanggan yang menginap di Hotel Horison Bandung yang berjumlah 80.000 orang. Pemilihan jumlah populasi ini dirasakan cukup mewakili untuk memberikan data yang diperlukan dalam penelitian.

2. **Sampel**

Menurut **Sugiyono** (**2004;73**), mengatakan bahwa pengertian sampel adalah “Sampel bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut”. Jenis yang akan digunakan adalah *probability* dengan *random*

sampling, yaitu teknik dimana sedemikian rupa sehingga setiap unit dari populasi mempunyai teknik yang sama untuk dipilih sebagai sampel dengan kata lain populasi dianggap homogen. Penulis mengambil anggota sampel dalam penulisan penelitian ini dengan menggunakan rumus :

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

Keterangan :

n = Jumlah Sampel Minimal
N = Jumlah populasi
e = Tingkat kesalahan dalam meraih anggota sampel yang ditelorir (tingkat kesalahan yang diambil dalam sampling ini sebesar 10%)

$$n = \frac{80000}{1 + 80000(0{,}1)^2}$$

$$n = \frac{80000}{800.01}$$

n = 99,9 = 100 (peneliti menggunakan 100 orang sebagai responden)

Berdasarkan penghitungan rumus diatas, maka peneliti akan melakukan penelitian kepada 105 orang pelanggan, ditambah 5 untuk antisipasi apabila tidak kembalinya kuisioner terhadap pelanggan yang menginap di Hotel Horison Bandung.

3.2.4 Teknik Pengumpulan Data

Menurut **Suharsimi Arikunto (2010: hal.265)** metode pengumpulan data adalah cara yang dapat digunakan oleh peneliti untuk teknik mengumpulkan data. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penelitian Lapangan (*Field Research)*

   Penelitian lapangan (*field research*) dilakukan dengan cara mengadakan peninjauan langsung pada instansi yang menjadi objek untuk mendapatkan data primer (data yang diperoleh langsung). Data primer ini didapatkan melalui teknik-teknik sebagi berikut:

   a. Kuesioner (Angket)

      Angket (kuesioner) adalah sejumlah pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden dalam arti laporan tentang pribadinya, atau hal-hal yang ia ketahui **(Suharsimi Arikunto, 2010:268)**. Angket dalam penelitian ini terdiri dari daftar butir-butir pertanyaan pernyataan tertulis kepada konsumen yang bekerja di Hotel Horison Bandung. Untuk menjawab tentang Nilai Pelanggan dan Fasilitas Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Hotel Horison Bandung secara Wawancara (*Interview*). Menurut **Sugiyono (2012:194)** Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data, apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus ditelitian juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit/kecil.

   b. Dokumentasi

      Dokumentasi berasal dari kata dokumen, yang artinya barang-barang tertulis. **Suharsimi Arikunto (2010:274)** menyatakan bahwa “didalam melaksanakan metode dokumentasi, peneliti menyelidiki benda-benda

tertulis seperti buku-buku, jurnal, majalah, dokumen, peraturan-peraturan, notulen rapat, catatan harian dan sebagainya".

2. Studi kepustakaan *(Library Reseach)*, yaitu penelitian yang dilakukan dengan cara mempelajari bahan-bahan yang terdapat dalam buku, majalah, internet, dan berbagai sumber lainnya yang berkaitan dengan masalah yang diteliti.

Dalam penelitian ini penulis menggunakan kuesioner dan wawancara sebagai data penelitian. Sebelum kuesioner atau instrumen penelitian disebarkan kepada responden terlebih dahulu dilakukan uji validitas dan reliabilitas. Pengujian validitas digunakan untuk mengukur valid tidaknya alat ukur yang digunakan, sedangkan pengujian reliabilitas untuk menunjukan sejauh mana alat ukur dapat dipercaya.

3.2.4.1 Uji Validitas

Uji validitas ini bertujuan untuk mengkaji sejauh mana alat ukur, dalam ini kuesioner mengukur apa yang hendak di ukur atau sejauh mana alat ukur yang di gunakan mengenai sasaran. Semakin tinggi validitas suatu alat test, maka alat tersebut semakin mengenai sasarannya, atau semakin menunjukan apa yang seharusnya di ukur

Menurut **Sugiyono** (**2012:268**) validitas adalah:

> "Instrument yang digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur.Dalam penelitian kualitatif, temuan atau data dapat dinyatakan valid apabila tidak ada perbedaan antara yang dilaporkan peneliti dengan apa yang sesungguhnya terjadi pada objek yang diteliti.*"*

Pengujian validitas dilakukan dengan menghitung korelasi diantara masing-masing pertanyaan dengan skor total. Adapun rumus dari korelasi pearson adalah sebagai berikut:

$$r = \frac{\sum xy - \frac{(\sum x)(\sum y)}{N}}{\sqrt{[\sum X^2 - \frac{(\sum x)^2}{N}][\sum Y^2 - \frac{(\sum y)^2}{N}]}}$$

Keterangan:

r = Koefisien korelasi pearson

X = Skor item pertanyaan

Y = Skor total item pertanyaan

N = jumlah responden dalam pelaksanaan uji coba instrument

Uji keberartian koefisien r dilakukan dengan uji t (taraf signifikasi 5%).Rumus yang dilakukan adalah sebagai berikut:

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

Dimana:

n = ukuran sampel

r = Koefisien korelasi pearson

Keputusan pengujian validitas item instrumen, menggunakan taraf signifikansi adalah sebagai berikut :

1. Nilai r dibandingkan dengan nilai r tabel dengan dk = n-2 dan taraf signifikansi α=0,05
2. Item pertanyaan yang diteliti dikatakan valid, jika $r_{hitung} > r_{tabel}$
3. Item pertanyaan yang diteliti dikatakan tidak valid, jika $r_{hitung} > r_{tabel}$

Perhitungan validitas item instrumen dilakukan dengan bantuan program SPSS 17 *for windows*. Berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan SPSS 17 *for windows* diperoleh hasil pengujian validitas dari item pertanyaan yang diajukan peneliti.

3.2.4.2 Uji Reliabilitas

Menurut **Suharsimi Arikunto (2012:221)** reliabilitas adalah sesuatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data kerena instrumen tersebut sudah baik.

Berdasarkan definisi diatas, maka relibilitas dapat diartikan sebagai suatu karakteristik terkait dengan keakuratan, ketelitian, dan kekonsistenan. Suatu alat disebut reliabel apabila dalam beberapa kali pelaksanaan pengukuran terhadap kelompok subjek sama sekali diperoleh hasil yang relatif sama, selama aspek yang diukur dalam diri subjek memang belum berubah.

Dalam hal ini relatif sama berarti tetap adanya toleransi perbedaan-perbedaan kecil diantara hasil beberapa kali pengukuran. Pengujian ini bertujuan untuk menunjukkan sejauh mana suatu hasil pengukuran relatif konsisten.Pada penelitian ini reliabilitas dicari dengan menggunakan rumus *alpha* atau *cronbach's alpha* ($^{\alpha)}$ dikarenakan instrumen pertanyaan kuesioner yang dipakai merupakan rentangan antara beberapa nilai dalam hal ini menggunakan skala rating 1 sampai dengan 5. Rumus *alpha* atau *cronbach's alpha* ($^{\alpha)}$ sebagai berikut:

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

(Suharsimi Arikuntoro, 2012:223)

Dimana:

r_{11} = reliabilitas instrumen

k = banyak butir pertanyaan

6_t^2 = varian total

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

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

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

(Suharsimi Arikuntoro, 2012:227)

Dimana:

n = jumlah sampel

σ = nilai varian

X= nilai skor yang dipilih (total nilai dari nomor-nomor butir pertanyaaan)

Tabel 3.3
E stándar Penilaian Koefisien Validitas dan Reliabilitas

Kriteria	**Reliability**	**Validity**
Good	0,80	0,50
Acceptable	0,70	0,30
Marginal	0,60	0,20
Poor	0,50	0,10

Sumber: **Barker *et al*, (2002:7)**

3.2.5 Rancangan Analisis dan Pengujian Hipotesis

3.2.5.1 Rancangan Analisis

Rancangan analisis adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang telah diperoleh dari hasil pengumpulan data dengan mengorganisasikan data kedalam kategori, menjabarkan dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyususn kedalam pola, memilih mana yang penting dan akan dipelajari, serta membuat kesimpulan. Rancangan analisis ini menggunakan analisis data deskriptif dan verifikatif.

Pada penelitian ini digunakan melalui metode deskriptif dan verifikatif. Penelitian deskriptif digunakan untuk menggambarkan tentang Pengaruh Nilai Pelanggan dan Fasilitas terhadap Loyalitas Pelanggan. Rancangan analisis penelitian ini terdiri :

A. Analisis Deskriptif (Kualitatif)

Analisis Deskriptif atau kualitatif digunakan untuk menggambarkan tentang ciri-ciri responden dan variabel penelitian, sedangkan analisis kuantitatif digunakan untuk menguji hipotesis dengan menggunakan uji statistik.

Analisis kualitatif digunakan dengan menyusun tabel frekuensi distribusi untuk mengetahui apakah tingkat perolehan nilai (skor) variabel penelitian masuk dalam kategori: sangat baik, baik, cukup, tidak baik, sangat tidak baik.

Selanjutnya untuk menetapkan peringkat dalam setiap variabel penelitian dapat dilhat dari perbandingan antara skor aktual dengan skor ideal. Skor aktual diperoleh melalui hasil perhitungan seluruh pendapat responden sesuai klasifikasi bobot yang diberikan (1,2,3,4, dan 5). Sedangkan skor ideal diperoleh melalui

perolehan predisi nilai tertinggi dikalikan dengan jumlah kuesioner dikalikan jumlah responden.

$$\% \text{ Skor} = \frac{\text{Skor aktual}}{\text{Skor ideal}} \times 100\%$$

Keterangan:

a. Skor aktual adalah jawaban seluruh responden atas kuesioner yang telah diajukan.
b. Skor ideal adalah skor atau bobot tertinggi atau semua responden diasumsikan memilih jawaban dengan skor tertinggi.

Selanjutnya hasil perhitungan perbandingan antara skor aktual dengan skor ideal dikontribusikan dengan tabel 3.4 sebagai berikut :

Tabel 3.4

Kriteria Persentase Skor Tanggapan Responden Terhadap Skor Ideal

No	% Jumlah Skor	Kriteria
1	20.00 - 36.00	Tidak Baik
2	36.01 - 52.00	Kurang Baik
3	52.01 - 68.00	Cukup
4	68.01 - 84.00	Baik
5	84.01 – 100	Sangat Baik

Sumber : Umi Narimawati (2007:84)

B. Analisis Verifikatif (Kuantitatif)

Data yang telah dikumpulkan melalui kuisioner akan diolah dengan pendekatan kuantitatif. Karena data yang didapat dari kuesioner merupakan data ordinal, sedangkan untuk menganalisis data diperlukan data interval, maka untuk memecahkan persoalan ini perlu ditingkatkan skala interval melalui "*Methode of Successive Interval*. Dan selanjutnya dilakukan analisis regresi korelasi serta determinasi.

1. MSI (*Method of Succesive Interval*)

Adapun langkah-langkah untuk melakukan transformasi data ordinal menjadi interval adalah sebagai berikut:

a) Ambil data ordinal hasil kuesioner
b) Setiap pertanyaan, dihitung proporsi jawaban untuk setiap kategori jawaban dan hitung proporsi kumulatifnya
c) Menghitung nilai Z (tabel distribusi normal) untuk setiap proporsi kumulaif. Untuk data n > 30 dianggap mendekati luas daerah dibawah kurva normal.
d) Menghitung nilai densititas untuk setiap proporsi komulatif dengan memasukan nilai Z pada rumus distribusi normal.
e) Menghitung nilai skala dengan rumus *Method Successive Interval*

$$\text{Means of Interval} = \frac{\textit{Density at Lower limit} - \textit{Density at Upper Limit}}{\textit{Area at Below Density Upper Limit} - \textit{Area at Below Lower Limitt}}$$

Dimana:

Means of Interval = Rata-Rata Interval
Density at Lower Limit = Kepadatan batas bawah
Density at Upper Limit = Kepadatan atas bawah
Area Under Upper Limit = Daerah di bawah batas atas
Area Under Lower Limit = Daerah di bawah batas bawah

f) Menentukan nilai transformasi (nilai untuk skala interval) dengan menggunakan rumus : Nilai Transformasi = Nilai Skala + ⋮ Nilai Skala Minimal ⋮ + 1

Untuk mengetahui Pengaruh Nilai Pelanggan dan Fasilitas Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Hotel Horison Bandung digunakan analisis regresi Berganda (*Multiple Regression*).

2. Analisis Regresi Linear Berganda

Teknik regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui hubungan fungsional antara variable dependen dihubungkan dengan dua atau lebih variable independen.

$Y = bo + b1X1 + b2X2 + b2X2 + e$

Dimana:

Y = Loyalitas Pelanggan

X1= Nilai Pelanggan

X2= Fasilitas

bo = intercept

b1= Koefisien korelasi Nilai Pelanggan

b2= Koefisien korelasi Fasilitas

e = *Error term*

3. Analisis Korelasi

Menurut **Sugiyono** (**2009:183**), pengujian korelasi digunakan untuk mengetahui kuat tidaknya hubungan antara variable x dan y, dengan menggunakan pendekatan koefisien korelasi Pearson dengan rumus:

$$r = \frac{n(\sum XiYi) - (\sum Xi)(\sum y)}{\sqrt{\{n(\sum Xi^2) - (\sum Xi)^2\} - \{n(\sum yi^2) - (\sum yi)^2\}}}$$

Dimana: $-1 \leq r \leq +1$

r = Koefisien Korelasi

x = Nilai Pelanggan , Fasilitas

z = Loyalitas Pelanggan

n = Jumlah Responden

Ketentuan untuk melihat tingkat keeratan korelasi digunakan acuan pada Tabel 3.5 dibawah ini.

Tabel 3.5
Tingkat Keeratan Korelasi

0 – 0.20	Sangat rendah (hampir tidak hubungan)
0.21 – 0.40	Korelasi yang lemah
0.41 – 0.60	Korelasi sedang
0.61 – 0.80	Cukup tinggi
0.81 – 1	Korelasi tinggi

Sumber: Sugiyono (2012 : 184)

4. Analisis Koefisien Determinasi

Persentase peranan semua variable bebas atas nilai variable bebas ditunjukkan oleh besarnya koefisien determinasi (R^2). Semakin besar nilainya maka menunjukkan bahwa persamaan regresi yang dihasilkan baik untuk mengestimasi variable terikat. Hasil koefisien determinasi ini dapat dilihat dari perhitungan dengan Microsoft/SPSS atau secara manual didapat dari $R^2 = SS_{reg}/SS_{tot}$.

$$Kd = r^2 \, x100\%$$

Dimana:

d : Koefisien determinasi

r : Koefisien Korelasi

3.2.5.2 Uji Hipotesis

Dalam penelitian ini yang akan diuji adalah Nilai Pelanggan dan Fasilitas Terhadap Loyalitas Pelanggan. Dengan memperhatikan karakteristik variabel yang akan diuji, maka uji statistik yang akan digunakan adalah melalui perhitungan analisis regresi dan korelasi. Langkah-langkah dalam analisisnya sebagai berikut :

1. Pengujian Secara Simultan.

Melakukan uji F untuk mengetahui pengaruh seluruh variabel bebas secara simultan terhadap variabel terikat.

a. Rumus uji F yang digunakan adalah :

$$F_{hitung} = \frac{JK_{\text{Re}gresi} / k}{JK_{(\text{Re}sidu)} / \{n-(k+1)\}}$$

Dimana :

JK_{residu} = Koefisien Korelasi Ganda
K = Jumlah variabel bebas
n = Jumlah anggota sampel

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah semua variable bebas secara bersama–sama dapat berperan atas variable terikat. Pengujian ini dilakukan menggunakan distribusi F dengan membandingkan anatara nilai F-kritis dengan nilai F-test yang terdapat pada Tabel Analisis of Variance (ANOVA) dari hasil perhitungan dengan micro-soft. Jika nilai $F_{hitung} > F_{kritis}$, maka H_0 yang menyatakan bahwa variasi perubahan nilai variabel bebas (Nilai Pelanggan dan Fasilitas) tidak dapat menjelaskan perubahan nilai variabel terikat (Loyalitas Pelanggan) ditolak dan sebaliknya.

Menurut **Sugiyono** (**2009:183**), menghitung keeratan hubungan atau koefisien korelasi antara variabel X dengan variabel Y yang dilakukan dengan cara menggunakan perhitungan analisis koefisien korelasi *Product Moment Method* atau dikenal dengan rumus *Pearson*.

b. Hipotesis

H_0 ; $\rho_1=\rho_2= 0$, Tidak terdapat Pengaruh Nilai Pelanggan dan Fasilitas Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Hotel Horison Bandung

H_1 ; $\rho_1\neq\rho_2\neq 0$, Terdapat Pengaruh Nilai Pelanggan dan Fasilitas Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Hotel Horison Bandung

c. Kriteria pengujian

Jika terdapat nilai koefisien jalur variable independen tidak sama dengan nol,maka Ho ditolak dan sebaliknnya apabila semua koefisien jalur sama dengan nol,maka Ho diterima H_0ditolak apabila F_{hitung}> dari F_{tabel} (α = 0,05)

2. Pengujian Secara Parsial

Melakukan uji-t, untuk menguji pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat hipotesis sebagai berikut :

a. Rumus uji t yang digunakan adalah :

$$t1 = r_{x1y}\sqrt{\frac{n-k-1}{(1-r_{x1y}^{\,2})}}$$

$$t2 = r_{x2y}\sqrt{\frac{n-k-1}{(1-r_{x2y}^{\,2})}}$$

Dimana:

r = korelasi parsial yang ditentukan
n = jumlah sampel
t = t_{hitung}

b. Hipotesis

$H0_1$. ρ= 0, Tidak terdapat Pengaruh Nilai Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Hotel Horison Bandung.

$H1_1$. ρ≠ 0, Terdapat Pengaruh Nilai Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Hotel Horison Bandung.

$H0_2$. ρ= 0, Tidak terdapat Pengaruh Fasilitas Terhadap Loyalitas PelangganPada Hotel Horison Bandung.

$H1_2$. $\rho \neq 0$, Terdapat Pengaruh Fasilitas Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Hotel Horison Bandung

c. Kriteria pengujian

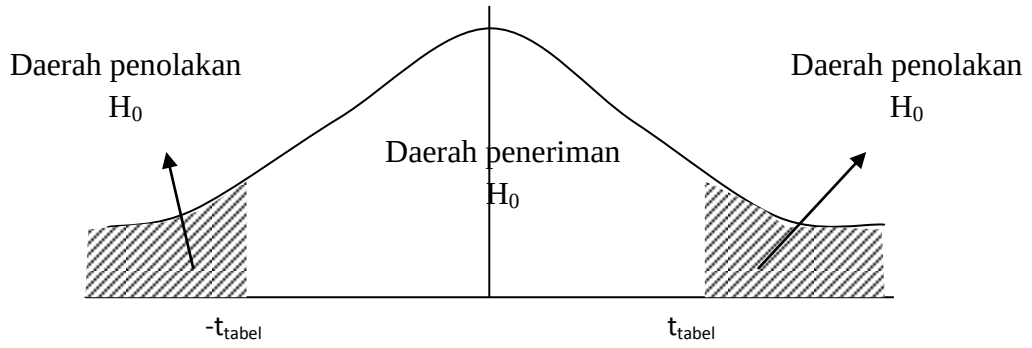
H_0 ditolak apabila t_{hitung}< dari t_{tabel}($\alpha = 0{,}05$)

Kriteria Penarikan Pengujian:

Jika menggunakan tingkat kekeliruan ($\alpha = 0{,}01$) untuk diuji dua pihak, maka kriteria penerimaan atau penolakan hipotesis yaitu sebagai berikut :

a. Jika $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ maka H_0 ada di daerah penolakan, berarti Ha diterima artinya diantara variabel X dan variabel Y ada hubungannya.
b. Jika $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ maka H_0 ada di daerah penerimaan, berarti Ha ditolak artinya antara variabel X dan variabel Y tidak ada hubungannya

Dibawah ini adalah gambaran daerah penolakan H_0 dan daerah penerimaan H_1 :



Sumber : Suharismi Arikuntoro (2012:161)

Gambar 3.1
Daerah penerimaan dan penolakan Ho