BAB III

OBJEK DAN METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Objek Penelitian

Objek Penelitian menurut Husein Umar (2005:303) dalam Umi Narimawati (2011) mengemukakan bahwa:

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

Objek penelitian adalah sasaran ilmiah dengan tujuan dan kegunaan tertentu untuk mendapatkan data tertentu. Penelitian ini mengenai usaha jasa khususnya jasa perhotelan. Sebagai objek untuk penelitian atas masalah yang telah diidentifikasi dipilih suatu perusahaan jasa perhotelan yaitu Hotel Santika Bandung yang merupakan hotel berbintang 3 namun mempunyai fasilitas bintang 5, adapun yang menjadi objek penelitian sebagai *independent variable* (variable bebas) X yaitu sistem informasi reservasi hotel *online* sedangkan yang berlaku sebagai (variable terikat) Y adalah Kualitas layanan sedangkan Z adalah loyalitas pelanggan, dimana ingin diketahui sejauh mana peran sistem informasi reservasi hotel online di Hotel Santika Bandung dalam pandangan konsumen serta sejauh mana pengaruh antara sistem informasi reservasi hotel *online* (X) sebagai upaya peningkatan kualitas layanan (Y) dan loyalitas pelanggan (Z).

3.1.1.Sejarah Hotel Santika Bandung

Kelompok Kompas Gramedia (Sekarang: Gramedia Multi Utama) pada tanggal 22 Agustus 1981 mendirikan anak usaha baru yang bernama PT Grahawita Santika. Badan Usaha ini bergerak di bidang industri perhotelan. Adapaun maksud didirikannya Industri perhotelan ini adalah karena di samping resikonya tidak terlalu besar juga diusahakan banyak menyerap tenaga kerja guna mengurangi pengangguran. Pendirian PT Grahawita Santika sebenarnya telah dirintis ketika almarhum Bpk. Ojong menugaskan Bpk. Binawarman Sardjan dan Bpk. Kurnia Munaba untuk meninjau Hotel Charano di Padang yang terbengkalai pembuatannya dan akan dijual oleh pemiliknya. Mereka ditugaskan untuk melihat keadaan hotel Charano yang tidak jadi dilaksanakan, akan tetapi mereka mempunyai niat yang kuat maka tekad untuk membangun dan mengembangkan usaha perhotelan terus dilanjutkan.Nama Grahawita Santika sebenarnya diambil dari bahasa sansekerta yang artinya Rumah Yang Sentosa. PT Grahawita Santika memulai usahanya dengan mengambil alih dan merombak hotel-hotel kecil, mempunyai tekad untuk membangun rangkaian hotel yang terkuat di Indonesia.

Dalam tempo hanya dua bulan setelah berdirinya PT Grahawita Santika berdirilah anak cabang yang pertama yaitu hotel yang bernama "Hotel Soeti". Hotel Soeti berdiri sejak th 1950, yang sebenarnya lebih pantas disebut Losmen atau Wisma. Hotel Soeti dibeli dari pemiliknya yaitu keluarga Bpk. Prodjo Soewarna pada awal oktober tahun 1981. Nama Hotel soeti diambil dari sebagian nama istrinya yaitu Ibu Soetinah. Hotel Soeti terletak di sudut jalan sumatera 52-54, merupakan tempat yang sangat strategis terdapat dijantung kota Bandung

sehingga mudah untuk dikunjungi oleh para tamu dan konsumen. Hotel Soeti pada saat itu mempunyai kapasitas kamar sebanyak 30 buah kamar standar.

Setelah mengalami beberapa hambatan dan perombakan secara total dimulai pada akhir 1987 dan selesai pada bulan Maret 1989, maka Hotel Santika Bandung berdiri diatas tanah seluas 4200 m2 dan memiliki kapasitas kamar sebanyak 70 buah. Hotel yang dibangun dengan menggunakan jasa Arsitektur Parama Konsultan dan Interion Design Studio 31 ini tampil denga ciri tersendiri, berbeda dengan hotel lain pada umumnya, sehingga disamping letaknya yang sangat strategis, arsitektur, interior serta pertamanan yang modern merupakan daya tarik yang kuat bagi para tamu. Perbedaan utama terletak pada susunan kamarnya, biasanya letak kamar berhadapan dengan kamar yang lainnya akan tetapi di Hotel santika ini semua kamar mengadap ke taman yang asri sehingga tamu yang menginap tidak merasa jenuh pada saat keluar kamar dikarenakan pada saat keluar kamar para tamu dapat menghirup udara yang sejuk dan segar sehingga mereka merasa nyaman.

Setelah melalui masa uji coba selama beberapa bulan maka pada tanggal 15 Juli 1989 dilakukan Grand Opening Hotel santika Bandung oleh Bp Soesilo Soedarman (Menparpostel pada saat itu). Dalam operasionalnya Hotel santika Bandung memiliki motto "Sentuhan Keramahan" atau " *The Extra Touch of Hospitality*" akan tetapi sejak awal tahun 1999 motto tersebut telah berubah menjadi " Sentuhan Indonesia", alasannya karena sekarang ini Hotel Santika telah tersebar di 11 Kota besar di Indonesia, antara lain :

Bintang 4 - 5

1. Hotel Santika Premiere Jakarta
2. Hotel Santika Premiere Jogja
3. Hotel Santika Premiere Malang
4. Hotel Santika Premiere Semarang
5. Hotel Santika Premiere Beach Resort Bali
6. Hotel Santika Premiere Seaside Resort Manado

Bintang 3

1. Hotel Santika Balikpapan
2. Hotel Santika Bandung
3. Hotel Santika Bangka
4. Hotel Santika Bogor
5. Hotel Santika BSD City
6. Hotel Santika Cirebon
7. Hotel Santika Makassar
8. Hotel Santika Pontianak
9. Hotel Santika Semarang
10. Hotel Santika Surabaya

Pada tanggal 16 Januari 2003 Hotel Santika bandung telah berhasil meraih Sertifikat ISO 9000 = 2000.

3.1.2. Visi Dan Misi Hotel Santika Bandung

Visi : Menjadi jaringan Hotel pilihan utama yang terbesar di Indonesia.

MISI : Menciptakan nilai lebih bagi *Stake Holder* dengan menyajikan produk

bermutu disertai pelayanan propesional yang ramah dalam mewujudkan " Sentuhan Indonesia " sebagai Citra Santika.

- Sentuhan Indonesia diterapkan melalui antara lain :

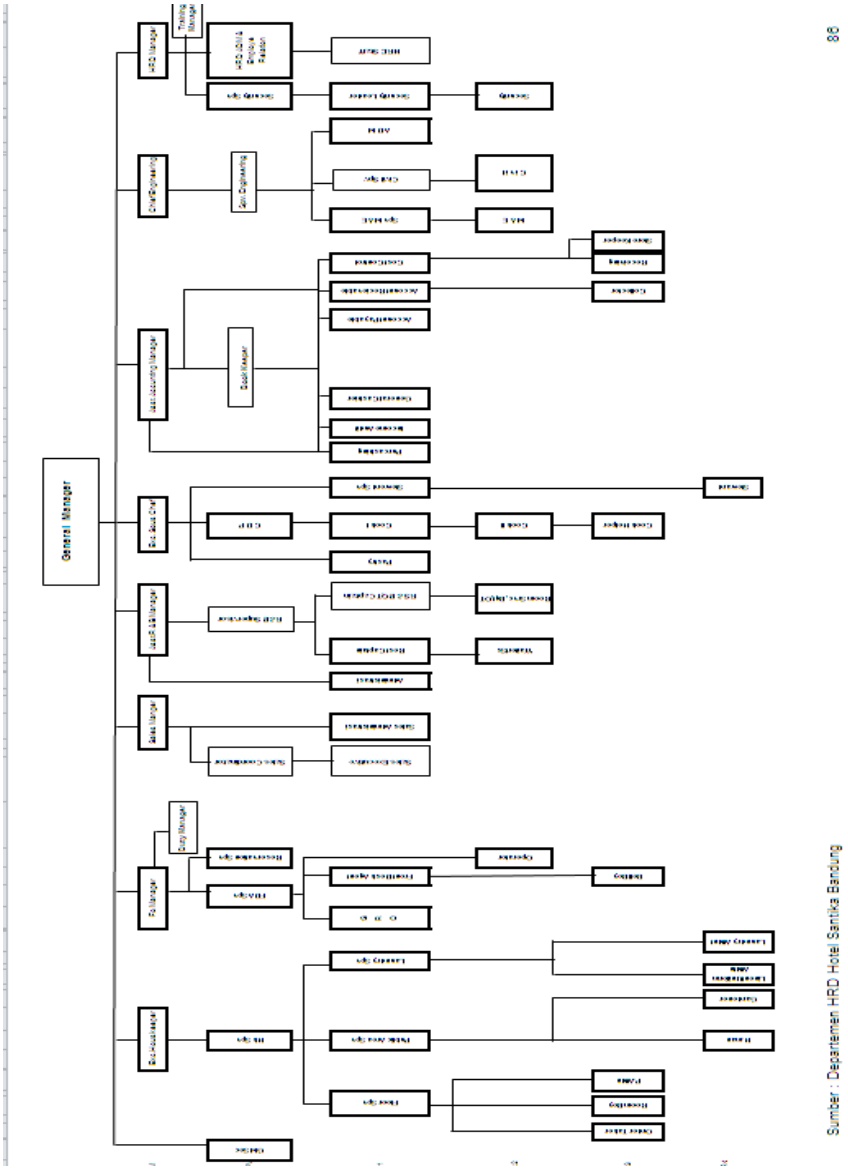
- Penggunaan bahasa Indonesia untuk semua nama dan petunjuk arah di hotel, juga nama fasilitas yang ada di hotel.
- Penggunaan bahasa Indonesia pada saat memberi salam di telepon maupun di hotel.
- Pemakaian seragam dengan nuansa Indonesia.
- Membatasi penggunaan bahan makanan import dan mengangkat menu Indonesia menjadi santapan yang bercita rasa Internasional.
- Memaksimalkan penggunaan barang dan alat buatan Indonesia.
- Mencerminkan kebudayaan Indonesia dalam arsitektur design, baik dalam konstruksi bangunan, patung-patung yang ditampilkan, lukisan yang dipajang dan nama fasilitas yang ada di hotel.

3.1.3.Struktur Organisasi

Stuktur organisasi menggambarkan hubungan - hubungan yang ada antara orang- orang atau bagian- bagian yang ada dalam satu organisasi atau perusahaan sehingga dapat dilihat dengan jelas kedudukan, wewenang dan tanggung jawab masing - masing bagian dari pimpinan puncak sampai tingkat pegawai bawahan. Struktur organisasi merupakan sarana manajemen yang sangat penting dan harus ada di dalam suatu kegiatan perusahaan termasuk juga dalam bidang usaha perhotelan. Struktur organisasi di bentuk agar setiap anggota organisasi dapat

bekerjasama secara efektif dan efisien melalui pembagian kerja dan pengelompokan kegiatan sesuai dengan bidang dan bagiannya masing-masing.

Hotel Santika Bandung di pimpin oleh seorang *General Manager* yang bertanggung jawab kepada PT. Grahawita Santika. Adapun struktur organisasi Hotel Santika Bandung dapat dilihat pada gambar 3.1



Gambar 3.1
Struktur Organisasi

3.1.4.Deskripsi Kerja

1. *Accounting Manager*

   a. Memberikan bantuan dan petunjuk/ arahan aspek *financial* dalam memformulasikan dan mengimplementasikan *business plan, annual plan, dan monthly forecast.*

   b. Memaksimalkan kinerja *cash flow* melalui pengawasan *inventory*, kredit dan penagihan, disbursement (pembayaran dana-dana), deposit, dan *remittances* (pembayaran).

   c. Menjalankan, mendokumentasikan, dan menetapkan sistem pengawasan yang memadai untuk semua pemasukan dan pengeluaran asset, memastikan sistem pengawasan akan memenuhi/ memperbaiki tingkat pelayanan tamu (pelanggan).

   d. Menjaga keakuratan dan ketepatan informasi finansial, memberikan analisa, interpretasi, dan proyeksi kepada Manajemen.

   e. Memberikan dukungan administratif kepada Manajemen melalui referensi kebijakan yang sedang berjalan, nasihat bisnis, dan bantuan operasional.

   f. Menyimpan dengan aman, menjaga *access* untuk semua kontrak, *leases* (sewa menyewa), dan *other financial record* (catatan finansial lain).

   g. Menindak lanjuti semua *capital expenditure* sesuai pengesahan.

   h. Melaksanakan inspeksi bulanan dan menguji setiap departemen untuk memastikan penggunaan/ penurutan terhadap prosedur dipersyaratkan.

i. Meninjau ulang (*review*) harga-harga dan merekomendasikan perubahan-perubahan harga kepada *General Manager*.

2. *Front Office Manager*

a. Mengarahkan, mengkontrol, dan mengkoordinasikan semua aktivitas:

- Penerimaan, proses, konfirmasi reservasi
- Menjual, registrasi, menempatkan/ mengatur kamar
- Memberikan informasi umum
- Membantu mengangkat *baggage* dan mengantar tamu ke kamar
- Menjemput dan mengantarkan tamu dari/ ke bandara, kedatangan/ keberangkatan lainnya.

b. Memastikan semua aktivitas diatas dijalankan dengan benar, untuk kepuasan tamu.

c. Memperhatikan enquiries, permintaan, dan kebutuhan VIP dan *repeat guest*.

d. Koordinasi dengan bagian *Housekeeping, Accounting,* dan bagian lain yang berkepentingan untuk menangani *guest request, inquiries,* dan *complaint,* dalam hal akomodasi, pelayanan, dan *billing*.

e. Secara rutin menginspeksi kebersihan dan kerapihan semua area menjadi tanggung jawabnya, menginformasikan secara tertulis kepada *Chief Engineer* dan atau *Executive Housekeeper* mengenai penggantian atau perbaikan *furniture, fixture* dll di kamar, public area, dan area lainnya, bilamana diperlukan.

f. Setiap hari memeriksa 5 (lima) kamar termasuk kamar VIP, dan menghubungi 5 (lima) tamu non-VIP untuk memastikan bila pelayanan diberikan sesuai dengan persyaratan. Kekurangan/ kesalahan akan disampaikan ke masing-masing bagian dan memeriksa apakah sudah dilakukan *follow up*.

3. Executive Housekeeper

a. Memastikan produk dan pelayanan yang diberikan kepada tamu sesuai dengan standard perusahaan. Selalu menjaga, mengerti dan melaksanakan standard operasional dalam perilaku pekerjaan sehari-hari.
b. Menjalankan jadwal inspeksi *housekeeping* area secara rutin bersama dengan *Assistant Executive Housekeeper* atau *Supervisor*.
c. Menginspeksi kamar tamu, *public areas*, dan *back of the house* secara acak bersama-sama dengan *Executive Assistant Manager, Front Office Manager,* dan *Chief Engineer.*
d. Dengan benar. Melaksanakan pekerjaan mengikuti Memastikan pemakaian peralatan, dan bahan kimia prosedur, kebijakan dan standard yang ditetapkan perusahaan.
e. Memastikan setiap kamar tamu, termasuk VIP, *repeat guest*, mendapatkan perhatian karyawan *housekeeping*.
f. Memeriksa pesanan dan *replacement report* dari *Assistant Executive Housekeeper, Laundry Manager*, dan *Supervisor*.

4. Manajer *food & beverage*

   a. Mengarahkan, mengawasi, dan meng-koordinasikan:

      1. Pelayanan di *outlet* dan *function*.
      2. Kebersihan dan perawatan *outlet*, area kerja, *tableware*, *utensils* serta peralatan dipergunakan.

   b. Memastikan standard pelayanan dijalankan di *outlet* dan *function*.

   c. Melakukan koordinasi dengan *kitchen* dan departemen lain, untuk memastikan setiap persiapan *function*, *festival*, dan program-program lainnya telah dijalankan.

   d. Melakukan *survey* ke pasar-pasar lokal dan atau sumber lainnya sebagai bahan pertimbangan untuk memutuskan penggunaan bahan-bahan makanan yang diperlukan.

   e. Mencari spesifikasi terbaru bahan-bahan makanan, meng-informasikan *executive chef, cost control* dan *purchasing*.

   f. Mempersiapkan, dan meng-*up date* buku panduan operasional *food & beverage.*

   g. Mengawasi standard porsi makanan di *outlet* maupun *banquet*. Mengambil tindakan koreksi bilamana diperlukan.

5. Duty Manager (PM & Night Shift)

   a. Supervisi semua karyawan bagian *Front Office* untuk mengoptimalkan tingkat hunian (*occupancy*), dan nilai jual rata-rata per kamar (*average*

room rate). Memaksimumkan pendapatan *(revenue) di Business Center*, dan *other revenue.*

b. Memonitor semua karyawan bagian *Front Office* untuk memastikan setiap tamu mendapatkan pelayanan cepat, tepat, dan bersahabat.
c. Memonitor karyawan *Guest Relation* untuk memperhatikan dan memberikan *personal recognition* kepada VIP dan *repeat guest*.
d. Memonitor karyawan *Uniform Service* untuk memastikan setiap *message* (pesan) dan *fax* ditangani dengan benar dan secepatnya diserahkan kepada tamu.
e. Menginformasikan bagian lain, terutama bagian *Sales, Housekeeping*, dan *Food & Beverage* mengenai hal-hal yang perlu mendapatkan perhatian.
f. Secara rutin menginspeksi kebersihan dan kerapihan *Lobby, Reception, Information Desk, Business Centre, Hotel Shop, Car Park.* Menginformasikan secara tertulis kepada *Chief Engineer* dan atau *Executive Housekeeper* mengenai penggantian atau perbaikan *furniture, fixture* dan lain-lain, bilamana diperlukan.
g. Setiap hari memeriksa 5 (lima) kamar termasuk kamar VIP (sebelum *arrival*), dan menghubungi 5 (lima) tamu non-VIP untuk memastikan bila pelayanan yang diberikan sesuai dengan persyaratan. Kekurangan/ kesalahan akan disampaikan ke masing-masing bagian dan memeriksa apakah sudah dilakukan *follow up.*

h. Secara rutin memeriksa keakuratan data *guest credit* dan *billing instruction*, apakah sesuai dengan kebijakan kredit yang telah ditetapkan.

6. Sales & Marketing Manager

a. Mengkoordinasikan rencana penyusunan program kerja *departement Sales Marketing* termasuk *Public Relasions*.
b. Merumuskan strategi penjualan kamar bersama *Front Office Manager*.
c. Merencanakan, memantau, menkoordinasikan kegiatan *sales and Marketing*.
d. Membuat analisa serta memposisikan segmentasi pasar harga terhadap hotel -hotel kompetitor.
e. Memantau,mengarahkan serta membantu kegiatan *Public Relation* agar selalu tercipta hubungan baik dengan pelanggan.
f. Menghadiri atau mewakili manajemen dalam pertemuan *Marketing* di tingkat *Corporate, Casa Grande,* serta kegiatan pasar wisata, memantau dan memastikan kualitas pelayanan khususnya dalam *Room Division* tetap secara konsisten terjaga baik.
g. Memantau dan memastikan semua kegiatan administrasi di *Sales & Marketing* dan sesuai dengan ketentuan.
h. Memantau kegiatan penilaian *Guest Room,* fasilitas lainnya sesuai dengan standar.
i. Memberikan usulan pelatihan menyangkut kegiatan *sales & Marketing*.

7. Chief Engineer

a. Mempersiapkan jadwal *preventive maintenance* untuk semua pekerjaan *elektrikal, mekanikal, plumbing* dan *sanitary, boiler, audio* dan *sound,* serta *carpenting* dan *building*.
b. Membantu, bekerja sama dengan bagian *Sales* dan *Food & Beverage* untuk program-program khusus di hotel, antara lain *food festival, specialty night* dan lain-lain.
c. Melaksanakan latihan kebakaran secara berkala, bekerja sama dengan Dinas Pemadam Kebakaran setempat.
d. Merancang dan mengembangkan sistem pengawasan *inventory FF&E* serta peralatan engineering di gudang (*store*).
e. Memformulasikan jadwal inspeksi untuk mencakup keseluruhan area yang menjadi tanggung jawabnya.
f. Menindak lanjuti permintaan perbaikan dan perawatan (*work order*) dari bagian-bagian yang ada di hotel seperti: *Housekeeping, Laundry, Food & Beverage, Kitchen, Front Office* dan lain-lain.

3.2. Metodologi Penelitian

Metode bagi suatu penelitian merupakan suatu alat didalam pencapaian suatu tujuan untuk memecahkan suatu masalah. Menurut Sugiyono (2009:2) metode penelitian adalah " metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu." Cara ilmiah berarti kegiatan itu didasarkan pada ciri-ciri keilmuan, yaitu : rasional,empiris dan

sistematis. Rasional berarti kegiatan penelitian ini dilakukan dengan cara-cara yang masuk akal, sehingga terjangkau oleh penalaran manusia. Empiris berarti cara-cara yang dilakukan itu dapat diamati oleh indera manusia. Sehingga orang lain dapat mengamati dan mengetahui cara-cara yang digunakan. Sistematis artinya proses yang digunakan dalam penelitian itu menggunakan langkah-langkah tertentu yang bersifat logis.

Dalam pelaksanaannya, penelitiannya menggunakan jenis atau bentuk penelitian dengan metode *deskriptif* dan *verifikatif* yang dilaksanakan melalui pengumpulan data dilapangan.

1. Metode *Deskriptif*

   Menurut Sugiyono (2005 : 21) mendefinisikan bahwa :

   ‘’Metode *Deskriptif* adalah metode yang digunakan untuk menggambarkan atau menganalisis suatu hasil penelitian tetapi tidak digunakan untuk membuat kesimpulan yang lebih luas’’.

Metode *deskriptif* ini merupakan metode yang bertujuan untuk mengetahui sifat serta hubungan yang lebih mendalam antara dua variabel dengan cara mengamati aspek-aspek tertentu secara lebih spesifik untuk memperoleh data yang sesuai dengan masalah yang ada dengan tujuan penelitian, dimana data tersebut diolah, dianalisis, dan diproses lebih lanjut dengan dasar teori-teori yang telah dipelajari sehingga data tersebut dapat ditarik sebuah kesimpulan.

2. Metode *Verifikatif*

Sedangkan metode *verifikatif* menurut Mashuri (2008:45) dalam Umi Narimawati (2011) menyatakan bahwa

> "Metode *verifikatif* yaitu memeriksa benar tidaknya apabila dijelaskan untuk menguji suatu cara dengan atau tanpa perbaikan yang telah dilaksanakan di tempat lain dengan mengatasi masalah yang serupa dengan kehidupan ."

Penelitian ini dimaksudkan untuk menguji hipotesis dengan menggunakan perhitungan statistik. Penelitian ini digunakan untuk menguji pengaruh variabel x terhadap y, z yang diteliti. *Verifikatif* berarti menguji teori dengan pengujian suatu hipotesis apakah diterima atau ditolak. Dengan menggunakan metode penelitian akan diketahui hubungan yang signifikan antara variabel yang diteliti sehingga menghasilkan kesimpulan yang akan memperjelas gambaran mengenai objek yang diteliti.

Sesuai dengan tujuan penelitian yang telah dirumuskan, penelitian ini menggunakan Metode Survei Penjelasan (*Explanatory Survey Method*). Sesuai dengan hipotesis yang diajukan, dalam penelitian akan digunakan telaah statistika yang cocok, untuk itu dalam penelitian ini menggunakan analisis jalur.

3.2.1. Desain Penelitian

Dalam melakukan suatu penelitian sangat perlu dilakukan perencanaan dan perancangan penelitian, agar penelitian yang dilakukan dapat berjalan dengan baik dan sistematis. Desain penelitian menurut Moh. Nazir (2003:84) dalam Umi Narimawati (2011) memaparkan bahwa:

“Desain Penelitian adalah semua proses yang diperlukan dalam perencanaan dan pelaksanaan penelitian”.

Demikian halnya Umi Narimawati (2010:30) mengatakan bahwa desain penelitian merupakan semua proses penelitian yang dilakukan oleh seorang peneliti, dari perencanaan sampai dengan pelaksanaan penelitian yang dilakukan pada waktu tertentu. Tahapan atau langkah-langkahnya adalah sebagai berikut :

1. Menetapkan permasalahan sebagai indikasi dari fenomena penelitian, selanjutnya dapat ditetapkan judul yang akan diteliti. Dalam penelitian ini permasalahan yang terjadi difokuskan pada implementasi sistem informasi reservasi hotel online, upaya peningkatan kualitas layanan serta loyalitas pelanggan. Oleh karena itu penulis mengambil judul Implementasi Sistem Informasi Reservasi Hotel *Online* sebagai variabel bebas (X) sebagai upaya Peningkatan Kualitas Layanan (variable Y) dan Loyalitas Pelanggan (variabel Z) sebagai variabel terikat.
2. Mengidentifikasi masalah yang terjadi. Dalam penelitian ini permasalahan yang berhasil diidentifikasi antara lain adalah adanya sistem informasi reservasi *online* sebagai upaya peningkatan kualitas layanan, diharapkan akan meningkatkan loyalitas pelanggan. Namun demikian, ternyata masih belum efektif dalam proses pelayanan reservasi *online* ini karena masih ada hambatan dalam jaringan dan masih adanya human error yang dapat menyebabkan *overbooking* serta dari isi webnya masih ada kekurangan yang menyebabkan kurang detail informasi yang tersampaikan kepada *user*.

3. Menetapkan rumusan masalah

   Rumusan masalah merupakan suatu pertanyaan yang akan dicari jawabannya melalui pengumpulan data. Proses penemuan masalah merupakan tahap penelitian yang paling sulit karena tujuan penelitian ini adalah menjawab masalah penelitian sehingga suatu penelitian tidak dapat dilakukan dengan baik jika masalahnya tidak dirumuskan secara jelas. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

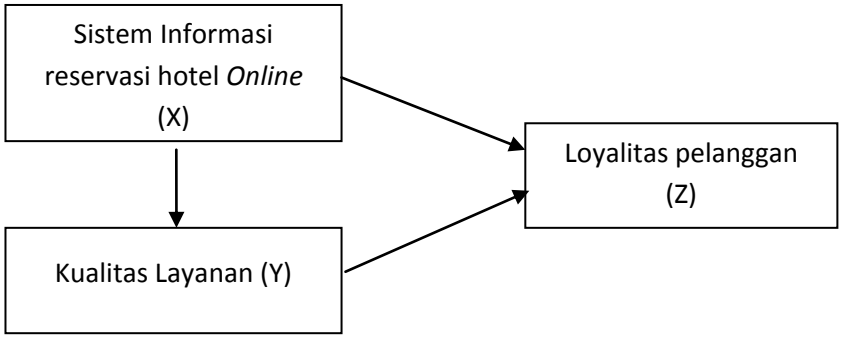
   " Seberapa besar implementasi system informasi reservasi hotel secara *online* dalam meningkatkan kualitas layanan dan Loyalitas para tamu di Hotel Santika Bandung."

4. Menetapkan tujuan penelitian. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui dan menganalisis implementasi sistem informasi reservasi hotel *online* dalam meningkatkan kualitas layanan dan loyalitas pelanggan.
5. Menetapkan hipotesis penelitian, berdasarkan fenomena dan dukungan teori. Penulis menetapkan hipotesis dalam penelitian ini: Implementasi sistem informasi reservasi hotel *online* dapat meningkatkan kualitas Layanan dan loyalitas pelanggan hotel.
6. Menetapkan konsep variable sekaligus pengukuran variable penelitian yang digunakan. Dalam penelitian ini konsep sistem informasi reservasi hotel *online* mengacu kepada pendapat Law,Ho dan Chung (2004), Kualitas layanan, mengacu kepada konsep parasuraman et al dalam tjiptono dan anastasia (2001), selanjutnya loyalitas pelanggan mengacu kepada konsep Lupiyoadi (2001). Pengukuran dengan skala ordinal karena data yang

diukurnya berupa tingkatan, namun akan dilakukan proses interval dengan metode MSI.

7. Menetapkan sumber data, teknik penentuan sampel dan teknik pengumpulan data. Sumber data dalam penelitian ini meliputi data primer dan sekunder. Teknik penentuan sampel menggunakan rumus *Slovin*, dengan teknik *insidental sampling*. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner, wawancara, dan dokumentasi.
8. Melakukan analisis data. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan metode analisis statistik *inferensial*. Metode *deskriptif* dan *Verifikatif*, dan analisis jalur.
9. Melaporkan hasil penelitian.

Desain penelitian ini menggunakan pendekatan paradigma hubungan satu variable bebas, dengan dua variable terikat. Desain penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut dalam gambar 3.2 :



Gambar 3.2

Desain Penelitian

Berdasarkan penjelasan di atas, maka dapat diuraikan desain dari penelitian ini, seperti pada Tabel 3.1 berikut :

Tabel 3.1
Desain Penelitian

Tujuan Penelitian	**Desain Penelitian**			
	Jenis Penelitian	**Metode yang digunakan**	**Unit Analisis**	**Time Horizon**
T – 1	*Descriptive*	*Descriptive dan Survey*	Sistem informasi Reservasi hotel online	*Cross Sectional*
T – 2	*Descriptive*	*Descriptive dan Survey*	Tamu Hotel	*Cross Sectional*
T – 3	*Descriptive*	*Descriptive dan Survey*	Tamu Hotel	*Cross Sectional*
T – 4	*Descriptive & Verifikatif*	*Descriptive dan eksplanatory Survey*	Tamu Hotel	*Cross Sectional*
T – 5	*Descriptive & Verifikatif*	*Descriptive dan eksplanatory Survey*	Tamu Hotel	*Cross Sectional*
T – 6	*Descriptive & Verifikatif*	*Descriptive dan eksplanatory Survey*	Tamu Hotel	*Cross Sectional*
T – 7	*Descriptive & Verifikatif*	*Descriptive dan eksplanatory Survey*	Tamu Hotel	*Cross Sectional*

3.2.2. Operasional Variable

Dalam melakukan penelitiannya, maka peneliti harus terlebih dahulu melakukan operasionalisasi variable, agar dapat memudahkan peneliti melakukan penelitian mereka.

Pengertian variable menurut Sugiyono (2009:38) adalah :

> "Segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan peneliti yang dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya".

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 Implementasi Sistem Informasi Reservasi Hotel *Online* Sebagai Upaya Peningkatan Kualitas Layanan Dan Loyalitas Pelanggan di Hotel Santika Bandung. Penelitian ini terdapat 2 jenis variable yang digunakan yaitu :

1. *Independent variable* (X) atau variabel bebas yaitu variabel yang mempengaruhi variabel lainnya dan merupakan variabel yang menjadi sebab perubahan atau timbulnya *Dependent Variable* (terikat). Data yang menjadi variabel bebas (Variabel X) adalah Sistem informasi Reservasi *Online*.
2. *Dependent Variable* atau variabel terikat yaitu variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Data yang menjadi variabel terikat (Variabel Y, Z) adalah kualitas layanan, loyalitas pelanggan.

Dari 2 variable yang diteliti masing-masing variable memiliki indikator . dalam variable bebasnya atau tentang sistemnya yang menjadi indikator penulis menggunakan 5 indikator yaitu penulis melihat dari :

Tabel 3.2

Operasional Variable

Variable	Konsep	Indikator	Ukuran	Skala	No item
Sistem Informasi Reservasi Hotel *Online* (variable X)	Sistem Informasi Reservasi hotel Adalah terdapat 5 (lima) dimensi yang dijadikan tolak ukur dalam mengetahui sejauh mana performa *website* suatu hotel **Law,Ho dan Chung (2004)**	**Informasi Fasilitas** - *Photo of hotel*	Tingkat daya tarik	Ordinal	2x
		- *Hotel description*	Terpinci		3x
		- *Hotel facilities*	Tingkat kelengkapan		4-7x
		Informasi *Customer Contact* - *Hotel Adress*	Tingkat Kejelasan		8x
		- *Email adress*	Tingkat Kejelasan		9x
		- *What's new*	*Up to date*		10x
		Informasi Reservasi - *Online reservation*	Mudah digunakan		11x
		- *Room rate*	Terperinci		12x
		- *Check-in and check-out time*	Tingkat Kejelasan		13x
		- *Payment options*	Bervariasi		14x
		Informasi Area Sekeliling - *Main Atrraction of city*	Tingkat daya tarik		15x
		- *General Information*	Tingkat Kejelasan		16x
		- *Airport Information*	Tingkat Kejelasan		17x
		Manajemen *Website* - *Search function*	Berfungsi dengan baik		18x
		- *Links*	Berfungsi dengan baik		19x
		- *Multi-lingual*	Berfungsi dengan baik		20x

Kualitas layanan (variable Y)	ada dua faktor yang mempengaruhi kualitas jasa yaitu *expected service* dan *perceived service*, apabila jasa yang diterima atau dirasakan (*perceived service*) sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas jasa dipersepsikan baik dan memuaskan. Jika jasa yang diterima melampaui harapan pelanggan, maka kualitas jasa dipersepsikan sebagai kualitas yang ideal. Sebaliknya jika jasa yang diterima lebih rendah daripada yang diharapkan maka kualitas jasa dipersepsikan buruk. **Parasuraman et al(1985) dalam Tjiptono (2001)**	1. *Content* (isi)	Tingkat Kelengkapan informasi yang disajikan web (Agoda.com)	Ordinal	1y
			Tingkat ketersediaan fitur fasilitas Hotel Santika Bandung		2y
			Tersedianya fitur untuk menyampaikan keluhan atas pelayanan Hotel Santika Bandung		3-4y
		2. *Accuracy* (ketepatan)	Tingkat kesalahan sistem tinggi		5y
			Website haruslah bebas dari kesalahan memberikan informasi ketersediaan kamar		6y
			Tingkat Ketepatan dalam memberikan informasi mengenai Reservasi kamar hotel		7-9y
		3. *Format*	Tampilan interface atau antar muka menarik		10y
			Format tampilan menu (*search* , Periksa Harga , *Book*) pada web		11-13y
			Tersedianya menu pembayaran dengan berbagai jenis kartu kredit		14y
		4. *Ease of use* (kemudahan pengguna),	Tingkat penggunaan web yang *user friendly*		15y
			Tingkat kemudahan mendapatkan informasi hotel bagi tamu hotel		16y

			Tingkat kemudahan dalam melakukan pembayaran		17y
		5. *Timeliness* (ketepatan waktu)	tingkat ketepatan waktu dalam memberikan informasi		18y
			Tingkat penggunaan web setelah mendapatkan informasi yang *up-to-date*		19y
			Tingkat Kecepatan sistem informasi reservasi hotel *online (agoda.com)* dalam menahan ketersediaan kamar		20y
Loyalitas Pelanggan (variable Z)	Pelanggan yang loyal merupakan asset yang bernilai tinggi bagi perusahaan **Lupiyoadi (2001:161)**	- *Repeat*	Tingkat frekuensi pemakaian	Ordinal	1z
			Tingkat penggunaan sistem informasi reservasi *online* berkali-kali		2z
			Tingkat tetap menggunakan sistem informasi reservasi *online* jika membutuhkan kembali		3z
		- *Retention*	Tingkat kekebalan ,bertahan jika ada penawaran lebih baik dari hotel lain		4z
			Tingkat ingin kembali pengguna atas pelayanan yang diberikan Hotel		5z

			Tingkat Kemudahan dan fasilitas yang diberikan sistem informasi reservasi *online* membuat ingin tetap menggunakan		6z
		- *Refferal*	Tingkat mencerikan hal positif kepada orang lain		7z
			Tingkat frekuensi merekomendasikan pada orang lain		8z
			Tingkat Mempromosikan Kepada Oranglain		9z
			Tingkat merekomendasikan setelah penggunaan agoda.com		10z

Sedangkan indikator yang digunakan untuk kualitas layanan menurut Doll and Torkzadeh (1988) dalam Norshidah Mohamed (2009) menggunakan 5 indikator dan loyalitas penulis menggunakan 3 indikator menurut Rambat lupiyoadi seperti yang sudah tertera di dalam table 3.2.

Jenis skala pengukuran yang digunakan yaitu ordinal, dimana oleh Zainal Mustafa (2009:55) dikemukakan bahwa : ”Skala Ordinal merupakan suatu instrument yang menghasilkan nilai atau skor yang bertingkat atau berjenjang (bergradasi)”.

Dalam operasionalisasi variabel ini semua variabel diukur oleh instrumen pengukur dalam bentuk kuesioner yang memenuhi pernyataan-pernyataan tipe skala *likert.* Skala *likert* menurut Sugiyono (2009:93) adalah sebagai berikut:

”Skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial”.

Untuk pilihan jawaban diberi skor, maka responden harus menggambarkan, mendukung pernyataan (item positif) atau tidak mendukung pernyataan (item negatif). Skor atas pilihan jawaban untuk kuesioner yang diajukan untuk pernyataan positif adalah sebagai berikut:

Tabel 3.3

Skor pernyataan positif

No.	Keterangan	Skor
1.	Sangat Setuju	5≤
2.	Setuju	4
3.	Kurang setuju	3
4.	Tidak Setuju	2
5.	Sangat Tidak Setuju	1

Sumber: Sugiyono, 2009

3.2.3. Sumber dan Teknik Penentuan Data

3.2.3.1. Sumber Data

a. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dengan cara menyebarkan kuesioner kepada responden atau juga dapat diperoleh dengan cara wawancara langsung pada perusahaan yang bersangkutan

Menurut Sugiyono (2009:137) menjelaskan data primer sebagai berikut:

“Sumber primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data.”

Data primer pada penelitian ini didapat dari wawancara pihak hotel Bpk.Billy Standzah selaku HRD Admin. dan penyebaran kuesioner kepada responden, yaitu pelanggan Hotel Santika Bandung.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari berbagai sumber tertulis seperti literatur, artikel, tulisan ilmiah, dan sebagainya yang berhubungan dengan masalah yang diteliti.

Menurut Sugiyono (2009:137) data sekunder adalah: "Sumber sekunder merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data."

Data sekunder dalam penelitian ini digunakan sebagai pendukung data primer. Dalam hal ini data sekunder berupa profil perusahaan,fenomena yang terjadi (data). Dan dalam penelitian ini penulis menggunakan data primer serta data sekunder.

3.2.3.2. Teknik Penentuan Data

a. Populasi

Menurut Sugiyono (2009:80) menyatakan bahwa pengertian populasi adalah sebagai berikut :

> "Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulannya".

Dari pengertian diatas tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa populasi merupakan obyek atau subyek yang berada pada suatu wilayah yang memenuhi syarat tertentu yang berkaitan dengan masalah penelitian.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh tamu Hotel Santika Bandung, yang berjumlah 3375 orang/bulan

b. Sampling

Sample adalah Kumpulan dari satuan/unit yang kita ambil dari populasi studi di mana pengukuran dilakukan. Sugiyono (2009:81) memaparkan teori tentang sampel adalah sebagai berikut: "Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut."

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *non-probability sampling*, menurut sugiyono (2009:84) *non-probability sampling* yaitu "teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel".

Teknik *non-probability sampling* yang digunakan adalah metode *insidental sampling*, menurut sugiyono (2009:85*) insidental sampling* yakni

" Teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan atau insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data".

Dalam metode *insidental sampling*, semua tamu Hotel Santika Bandung yang datang pada saat itu juga memiliki kesempatan yang sama untuk dijadikan sampel.

Untuk mengurangi tingkat kesalahan maka jumlah sample harus mendekati jumlah populasi, bila semakin besar taraf kesalahan maka semakin kecil ukuran sample tetapi semakin kecil taraf kesalahan maka semakin besar jumlah sample, ukuran sample tergantung tingkat ketelitian atau kepercayaan yang dikehendaki, Jumlah sampel ditetapkan dengan menggunakan rumus menurut sugiyono (2002:73)

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

n= ukuran sample

N= ukuran populasi

e= persen kelonggaran/ketidaktelitian karena kesalahan.

Pengambilan sample dalam penelitian ini diambil nilai *error varians*nya atau e=10% sehingga tingkat kebenaran sebesar 90% , dalam penelitian ini jumlah populasinya 3375 orang/bulan maka N=3375. Bila rumus yang diatas digunakan maka :

$$n = \frac{3375}{1 + 3375*0.1^2}$$

$$= \frac{3375}{34,75}$$

$$= 97,12 \rightarrow 98$$

Dari perhitungan sample diatas diperoleh angka 97,12 maka dari angka tersebut dibulatkan menjadi 98. Berdasarkan perhitungan diatas anggota sample yang digunakan dalam penelitian ini adalah 98 sample.

3.2.4. Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data adalah penelitian lapangan (*Field Research*), dilakukan dengan cara mengadakan peninjauan langsung pada instansi yang menjadi objek untuk mendapatkan data primer data yang diperoleh langsung dari Hotel Santika Bandung dan data sekunder.

Data primer ini didapatkan melalui teknik-teknik sebagai berikut :

1. Wawancara, yaitu metode pengumpulan data yang ada dalam penelitian ini dilakukan dengan cara tatap muka / Tanya jawab secara langsung kepada pihak-pihak yang terkait dalam penelitian.
2. Kuesioner, Merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk kemudian dijawabnya. Kuesioner yang digunakan adalah kuesioner tertutup yang telah diberi skor, dimana data tersebut nantinya akan dihitung secara statistik Kuesioner tersebut berisi daftar pertanyaan yang ditunjukkan kepada responden yang berhubungan dalam penelitian ini. Hasil dari kuesioner ini yaitu berupa data-data mengenai Sistem informasi reservasi hotel *online* sebagai upaya peningkatan kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan di hotel santika bandung.

Sebelum kuesioner digunakan untuk pengumpulan data yang sebenarnya, terlebih dahulu dilakukan uji coba kepada responden yang memiliki karakteristik yang sama dengan karakteristik populasi penelitian. Uji coba dilakukan untuk mengetahui tingkat kesahihan (Validitas) dan kekonsistenan (reliabilitas) alat ukur penelitian, sehingga diperoleh *item-item* pertanyaan-pertanyaan yang layak untuk digunakan sebagai alat ukur untuk pengumpulan data penelitian.

Data sekunder ini didapatkan melalui teknik-teknik sebagai berikut:

3. Dokumentasi, Pengumpulan data dilakukan dengan menelaah dokumen yang terdapat pada perusahaan. Mulai dari literatur, buku-buku yang ada. Adapun dokumen-dokumen yang menggambar sejarah Hotel Santika Bandung, dokumen yang menerangkan struktur organisasi pada Hotel Santika Bandung.

Mengingat pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner, maka kesungguhan responden dalam menjawab setiap pertanyaan – pertanyaan yang diajukan oleh peneliti merupakan hal yang sangat penting dalam penelitian. Keabsahan atau kesahihan suatu hasil penelitian sangat ditentukan oleh alat ukur yang digunakan. Apabila alat ukur yang digunakan tidak valid atau tidak dapat dipercaya, maka hasil penelitian yang dilakukan tidak akan menggambarkan keadaan yang sesungguhnya.

Dalam mengatasi hal tersebut, maka diperlukan dua macam pengujian yaitu uji *validitas* dan uji *realibitas.* Jika *validitas* dan *realibilitas* tidak diketahui, maka akibatnya menjadi fatal dalam memberikan kesimpulan ataupun memberi alasan terhadap hubungan-hubungan antar variabel, bahkan secara luas *validitas* dan

realibilitas mencakup mutu seluruh proses pengambilan data sejak konsep disiapkan sampai data siap untuk dianalisis. Pengujian *validitas* merupakan pengujian yang digunakan untuk menunjukan sejauh mana suatu alat ukur itu dapat mengukur apa yang ingin diukur. Sedangkan pengujian *reliabilitas* merupakan pengujian yang menyangkut pada ketepatan alat ukur itu sendiri.

3.2.4.1. Uji Validitas Kuisioner

Uji Validitas dalam penelitian ini dilakukan dengan cara mengkorelasikan antara skor tiap butir pertanyaan dengan skor total yang merupakan jumlah skor tiap butir menurut Imam Ghozali (2001).

Menurut *Cooper* (2006:720) dalam Umi Narimawati (2011) validitas adalah :

"Validity is a characteristic of measuraenment concerned with the extent that a test measures what the researcher actually wishes to measure".

Berdasarkan definisi diatas, maka validitas dapat diartikan sebagai suatu karakteristik dari ukuran terkait dengan tingkat pengukuran sebuah alat test (kuesioner) dalam mengukur secara benar apa yang diinginkan peneliti untuk diukur. Validitas adalah alat pengumpulan (pengukuran) data menunjukkan kesesuaian atau kecocokan antara alat ukur dengan apa yang diukur. Uji validitas dimaksudkan untuk mengetahui kesesuaian kriteria penelitian yang digunakan pada angket dengan kondisi actual objek yang diteliti, atau untuk mengetahui valid atau tidaknya alat yamg digunakan dalam pengumpulan data yang akan di analisis lebih lanjut. Uji Validitas dalam penelitian ini dilakukan dengan cara mengkorelasikan antara skor tiap butir pertanyaan dengan skor total yang merupakan jumlah skor tiap butir menurut Imam Ghozali (2001). Dalam proses

pengolahannya dilakukan dengan menggunakan software SPSS for windows versi 12.0

Angket yang digunakan dalam mengukur variabel, terdiri dari variabel Sistem Informasi Reservasi Hotel online (X), Kualitas layanan (Y) Sebagai variabel terikatnya yaitu variabel Loyalitas pelanggan (Z). Semua pertanyaan angket diukur dalam skala ordinal dan disusun dalam bentuk skala Likert. Jumlah item keseluruhan adalah 50 item pernyataan.

Pengujian instrumen penelitian sangat penting dilakukan sebelum penelitian dilaksanakan, karena pengujian bertujuan untuk mengetahui apakah instrumen telah memenuhi persyaratan, baik ditinjau dari segi kesahihan/validitasnya maupun dari segi keterandalannya. Instrumen dikatakan valid apabila instrumen penelitian mampu mengukur variabel X, Y dan Z di Hotel santika Bandung. Tinggi rendahnya validitas instrumen menunjukkan sejauhmana data yang terkumpul tidak menyimpang dari gambaran tentang variabel yang dimaksud (Arikunto, 1998:160). Adapun alat pengujian yang dipakai adalah rumus korelasi *Product Moment Pearson.* (Soepono dalam Iskandar, 2004:65) sebagai berikut :

1. Penentuan nilai korelasi (r)

   Untuk menetukan nilai korelasi, digunakan rumus sebagai berikut :

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

   Dimana:

   - r = Koefisien korelasi pearson
   - *X* = Skor item pertanyaan

- *Y* = Skor total item pertanyaan
- *N* = Jumlah responden dalam pelaksanaan uji coba instrument

2. Kaidah Keputusan

Nilai r_{hitung} kemudian dibandingkan dengan nilai r_{tabel} dengan tingkat α tertentu dan derajat bebas sebesar n-2. Kaidah keputusan sebagai berikut :

a. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka alat ukur yang digunakan valid

b. Jika $r_{hitung} \leq r_{tabel}$ maka alat ukur yang digunakan tidak valid

Untuk menguji validitas setiap item maka skor-skor yang ada pada item yang dimaksud dikorelasikan dengan skor total. Dengan diperolehnya indeks validitas setiap item dapat diketahui dengan pasti item-item manakah yang tidak memenuhi syarat ditinjau dan validitasnya. Berdasarkan informasi tersebut peneliti dapat mengganti ataupun merevisi item-item dimaksud. Bagi peneliti yang menginginkan, pengujian terhadap item dapat dilakukan dengan mengkorelasikan item dengan skor total pada faktor. Hasil uji validitas terhadap variabel Sistem Informasi Reservasi Hotel Online (X) adalah sebagai berikut:

Tabel 3.4
Hasil Uji Validitas Variabel
Sistem Informasi Reservasi Hotel Online (X)

Item	r	r tabel	Keputusan
1	0.294	0.195	Valid
2	0.287	0.195	Valid
3	0.589	0.195	Valid
4	0.570	0.195	Valid
5	0,516	0.195	Valid
6	0,533	0.195	Valid
7	0,372	0.195	Valid
8	0,460	0.195	Valid
9	- 0,006	0.195	Tidak valid
10	0,479	0.195	Valid
11	0,505	0.195	Valid
12	0,642	0.195	Valid
13	0,679	0.195	Valid
14	0,460	0.195	Valid
15	0,063	0.195	Tidak valid
16	0,451	0.195	Valid
17	0,038	0.195	Tidak valid
18	0,377	0.195	Valid
19	0,434	0.195	Valid
20	0,500	0.195	Valid

Sumber : Hasil Pengolahan Data, 2011

Tabel 3.5

Hasil Uji Validitas Variabel Y (Kualitas Layanan)

Item	r	r tabel	Keputusan
1	0,212	0,195	Valid
2	0,295	0.195	Valid
3	0,400	0.195	Valid
4	0,247	0.195	Valid
5	0,140	0.195	Tidak Valid
6	0,321	0.195	Valid
7	0,365	0.195	Valid
8	0,633	0.195	Valid
9	0,538	0.195	Valid
10	0,598	0.195	Valid
11	0,690	0.195	Valid
12	0,720	0.195	Valid
13	0,662	0.195	Valid
14	0,570	0.195	Valid
15	0,595	0.195	Valid
16	0,520	0.195	Valid
17	0,516	0.195	Valid
18	0,667	0.195	Valid
19	0,386	0.195	Valid
20	0,385	0.195	Valid

Sumber : Hasil Pengolahan Data 2011

Tabel 3.6

Hasil Uji Validitas Variabel Z (Loyalitas pelanggan)

Item	r	r tabel	Keputusan
1	0,764	0,195	Valid
2	0,763	0,195	Valid
3	0,707	0,195	Valid
4	0,432	0,195	Valid
5	0,773	0,195	Valid
6	0,700	0,195	Valid
7	0,652	0,195	Valid
8	0,725	0,195	Valid
9	0,683	0,195	Valid
10	0,581	0,195	Valid

Sumber : Hasil Pengolahan Data 2011

Berdasarkan tabel di atas diperoleh gambaran bahwa uji instrumen untuk ketiga Variabel yaitu Sistem Informasi Reservasi Hotel Online menunjukkan bahwa dari 20 item pertanyaan ada 3 item yang tidak valid, Uji validitas untuk variabel Y (Kualitas layanan) yang terdiri dari 20 item petanyaan 1 item tidak valid dan untuk uji validitas untuk variabel Z (Loyalitas Pelanggan) yang terdiri dari 10 item petanyaan semuanya valid.

Suatu item dikatakan valid apabila nilai r atau nilai korelasi antara skor item dengan totalnya menunjukkan koefisien yang signifikan, dikatakan signifikan apabila nilai r_{tabel} dari item lebih kecil dari nilai r_{hitung}. Nilai r_{tabel} mengacu pada tabel r untuk korelasi *product moment* dan ditentukan besarnya $\alpha = 0.05$ dan n = 98. Berdasarkan perhitungan tersebut diperoleh nilai $r_{tabel} = 0.195$, apabila terdapat pernyataan item yang tidak valid maka data yang didapat tidak bisa digunakan untuk analisis selanjutnya.

3.2.4.2. Uji Reabilitas

Menurut *Coope*r (2006:716) dalam Umi Narimawati (2011) reliabilitas adalah

> *"Reliability is a characteristic of measurenment concerned with acuracy, precision, and consistency".*

Berdasarkan definisi diatas, maka reliabilitas dapat diartikan sebagai suatu karakteristik terkait dengan keakuratan, ketelitian dan kekonsistenan.

Reliabilitas adalah alat ukur untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan

reliabel atau handal jika jawaban seseorang (responden) terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu (Sugiyono, 2004:41)

Setelah melakukan pengujian validitas butir pertanyaan, maka langkah selanjutnya adalah melakukan uji reliabilitas untuk menguji kehandalan atau kepercayaan alat pengungkapan dari data. Dengan diperoleh nilai r dari uji validitas yang menunjukkan hasil indeks korelasi yang menyatakan ada atau tidaknya hubungan antara dua belahan instrumen. Dalam penelitian ini, metode yang digunakan untuk uji reliabilitas adalah *Split Half Method* (*Spearman–Brown Correlation*) Tehnik Belah Dua yaitu pengujian reliabilitas internal yang dilakukan dengan membelah item-item instrumen menjadi dua kelompok (ganjil dan genap), kemudian ditotal, dicari korelasinya, dan kemudian dianalisis dengan rumus koefisien korelasi Produk-Moment Pearson (*Pearson Product-Moment.*).. Metode ini menghitung reliabilitas dengan cara memberikan tes pada sejumlah subyek dan kemudian hasil tes tersebut dibagi menjadi dua bagian yang sama besar (berdasarkan pemilihan genap–ganjil). maka Reliabilitas ialah mengkorelasikan item ganjil dan item genap.

Cara kerjanya adalah sebagai berikut :

a. Item dibagi dua secara acak (misalnya item ganjil/genap), kemudian dikelompokkan dalam kelompok I dan kelompok II
b. Skor untuk masing–masing kelompok dijumlahkan sehingga terdapat skor total untuk kelompok I dan kelompok II
c. Korelasikan skor total kelompok I dan skor total kelompok II

$2Ґb$

$1+r_b$

d. Hitung angka reliabilitas untuk keseluruhan item dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$r_1 \quad \frac{2r_b}{1+r_b}$$

Dimana :

r_1 = reliabilitas internal seluruh item

r_b = korelasi product moment antara belahan pertama dan belahan kedua.

Tabel 3.7

Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian

No	Variabel Penelitian	Reliabilitas	*) Rujukan	Keputusan
1	X	0.731	+0.70 - +0.79	Cukup reliabel
2	Y	0.840	+0.85 - +0.88	Sangat reliabel
3	Z	0.924	+0.90 - +1.00	Luar biasa reliabel

Sumber : Hasil Pengolahan Data 2011

Balian (1988) dalam Soehartono (2004: 85) mengemukakan pedoman interprestasi nilai berdasarkan koefisien reliabilitas, yaitu sebagai berikut :

+0.90 - +1.00	:	luar biasa bagus/luar biasa reliabel
+0.85 - +0.88	:	sangat bagus/sangat reliabel
+0.80 - +0.84	:	bagus/reliabel
+0.70 - +0.79	:	cukup reliabel
Kurang dari 0.70	:	kurang reliabel

Tabel di atas menunjukkan bahwa 2 variabel penelitian mempunyai nilai reliabilitas yang sudah reliabel dan 1 variable penelitian memiliki nilai realibitas cukup reliabel. Keputusan hasil uji reliabilitas ini menunjukkan bahwa seluruh

instrumen yang digunakan untuk mengukur seluruh item dari variabel X, Y dan Z, sebagaimana telah dioperasionalisasikan pada operasionalisasi variabel dapat diterima keterandalan atau kekonsistenannya.

3.2.4.3. Uji *Method Succesive Interval* (MSI)

Adapun syarat-syarat untuk menggunakan rumus *Korelasi Moment Pearson* di atas sekurang-kurangnya data harus interval sehingga data dengan skala ordinal yang ada harus dirubah menjadi data dengan skala interval berdasarkan rumus *method of succive interval*.

Perhitungan *method of succive interval* dikutip oleh (*hays*, 1969:39). Langkah-langkah untuk melakukan transformasi data adalah:

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*

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

Keterangan:

Means Of Interval = *Means Of Interval*

Density At Lower Limit = Kepadatan Batas Bawah

Density At Upper Limit = Kepadatan Batas Atas

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.

3.2.5. Rancangan Analisis dan Pengujian Hipotesis

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis statistik *inferensial.* Statistik dapat diartikan sebagai alat untuk menganalisis dan alat untuk pengambilan keputusan. Menurut Sugiyono (2009:207) dijelaskan mengenai statistik *inferensial* sebagai berikut:

"Statisktik *inferensial* (sering juga disebut statistik induktif atau statisktik probabilitas) adalah teknik statistik yang digunakan untuk menganalisis data sampel dan hasilnya diberlakukan untuk populasi".

Berdasarkan penjelasan di atas, data yang didapat dari penelitian di analisis dan hasil analisis tersebut diberlakukan untuk populasi.

3.2.5.1.Analisis Deskriptif atau Kualitatif

Dalam pelaksanaan, penelitian ini menggunakan jenis atau alat bentuk penelitian deskriptif yang dilaksanakan melalui pengumpulan data di lapangan. Penelitian Deskriptif adalah jenis penelitian yang menggambarkan apa yang dilakukan oleh perusahaan berdasarkan fakta-fakta yang ada untuk selanjutnya diolah menjadi data. Data tersebut kemudian dianalisis untuk memperoleh suatu kesimpulan. Penelitian deskriptif digunakan untuk menggambarkan bagaimana implementasi sistem informasi reservasi hotel *online* sebagai upaya peningkatan kualitas layanan dan loyalitas pelanggan.

Metode kualitatif yaitu metode pengolahan data yang menjelaskan pengaruh dan hubungan yang dinyatakan dengan kalimat. Analisis kualitatif digunakan untuk melihat faktor penyebab.

Langkah-langkah yang dilakukan dalam penelitian kualitatif adalah sebagai berikut:

a. Setiap indikator yang dinilai oleh responden, diklasifikasikan dalam lima alternatif jawaban dengan menggunakan skala ordinal yang menggambarkan peringkat jawaban.
b. Dihitung total skor setiap variabel / subvariabel = jumlah skor dari seluruh indikator variabel untuk semua responden.
c. Dihitung skor setiap variabel/subvariabel = rata-rata dari total skor.
d. Untuk mendeskripsikan jawaban responden, juga digunakan statistik deskriptif seperti distribusi frekuensi dan tampilan dalam bentuk tabel ataupun grafik.

e. Untuk menjawab deskripsi tentang masing-masing variabel penelitian ini, digunakan rentang kriteria penilaian sebagai berikut :

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

(Sumber: Umi Narimawati, 2007:85)

Skor aktual adalah jawaban seluruh responden atas kuesioner yang telah diajukan. untuk mendapatkan angka skor aktual = kategory x frekuensi

Skor ideal adalah skor atau bobot tertinggi atau semua responden diasumsikan memilih jawaban dengan skor tertinggi.

Penjelasan bobot nilai skor aktual dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 3.8

Kriteria Presentase Tanggapan Responden

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, 2007:85)

3.2.5.2. Analisis Kuantitatif

Data yang telah dikumpulkan melalui kuisioner akan diolah dengan pendekatan kuantitatif. Terlebih dahulu dilakukan tabulasi dan memberikan nilai sesuai dengan sistem yang ditetapkan. Jenis kuisioner yang digunakan adalah

kuisioner tertutup dengan menggunakan skala ordinal. Untuk teknik perhitungan data kuesioner yang telah diisi oleh responden digunakan *skala likert* dengan langkah-langkah : yaitu , memberikan nilai pemboboton 5-4-3-2-1 untuk jenis pertanyaan positif.

Keseluruhan nilai atau skor yang didapat lalu dianalisis dengan cara :

(a) Mengolah setiap jawaban dan pertayaan dari kuisioner yang disebarkan untuk dihitung frekuensi dan persentasenya.

(b) Nilai yang diperoleh merupakan indikator untuk pasangan *independent variable* (X) dan *dependent variable* (Y, Z) sebagai berikut (X,Y), (X,Z), (Y, Z), …(XY, Z) dan asumsikan sebagai hubungan linear.

(c) Menentukan skala atau bobot dari masing-masing alternatif jawaban seperti diuraikan diatas. Oleh karena data yang didapat dari kuisioner merupakan data ordinal, sedangkan untuk menganalisis data diperlukan data interval, maka untuk memecahkan persoalan ini perlu ditingkatkan skala pengukurannya menjadi skala interval melalui "*Methode of Successive Interval*" (*hays*, 1969:39). Dengan rumus sebagai berikut :

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

Langkah kerja pengolahan dan analisis data dalam analisis jalur *(path analysis)* adalah sebagai berikut :

(2) Mengubah skala ordinal menjadi skala interval dengan metode interval berurutan *(Method Successive Interval)* untuk variabel bebas maupun terikat yaitu :

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*

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

(3) Untuk mengetahui dampak variabel sistem informasi reservasi hotel *online* sebagai upaya peningkatan kualitas layanan dan loyalitas pelanggan di Hotel Santika Bandung, digunakan analisis jalur (*path analysis*).

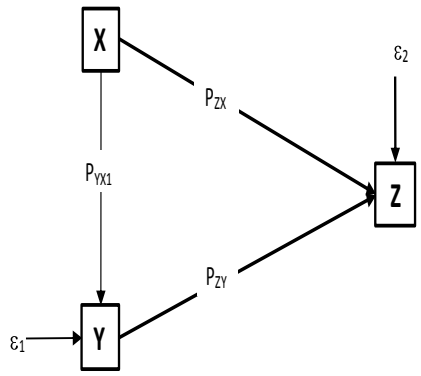
(4) Analisis Jalur

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis jalur (*path analysis)* karena peneliti ingin memastikan apakah ada dampak sistem informasi reservasi hotel *online* sebagai upaya peningkatan kualitas layanan dan loyalitas pelanggan di Hotel Santika Bandung.

1. ***Analisis jalur*** (*path analysis)*

Analisis jalur mengkaji hubungan sebab akibat yang bersifat struktural dari *independent variable* terhadap *dependent variable* dengan mempertimbangkan keterkaitan antar variabel independen.

Model analisis jalur adalah sebagai berikut :



Keterangan :

Z = Loyalitas Pelanggan

Y = Kualitas Layanan

X = Implementasi sistem informasi reservasi hotel *online*

P_{YX} = Koefisien jalur Implementasi sistem informasi reservasi hotel *online* terhadap kualitas layanan

P_{ZX} =Koefisien jalur Implementasi sistem informasi reservasi hotel *online* terhadap loyalitas pelanggan.

P_{ZY} = koefisien jalur kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan.

ε = Pengaruh faktor lain

2. Analisis Korelasi

Menurut Sujana (1989 : 152), pengujian korelasi digunakan untuk mengetahui kuat tidaknya hubungan antara variabel x dan y, dengan menggunakan pendekatan koefisien korelasi *Pearson* dengan rumus :

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

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

r = koefisien korelasi

x = sistem informasi reservasi hotel *online* , kualitas layanan

z = loyalitas pelanggan

n = jumlah responden

Ketentuan untuk melihat tingkat ke-eratan korelasi digunakan acuan pada Tabel 3.5 di bawah ini.

Tabel 3.9
Pedoman Pengklasifikasian Koefisien Korelasi

No	Interval Koefisien Korelasi	Tingkat Hubungan
1	0,000 – 0,199	Sangat rendah
2	0,200 – 0,399	Rendah
3	0,400 – 0,599	Sedang
4	0,600 – 0,799	Kuat
5	0,800 – 1,000	Sangat kuat

Sumber: Sugiyono, 2009; 250

3. Analisis 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

3.2.5.3 Pengujian Hipotesis

Dalam penelitian ini yang akan diuji adalah seberapa besar implementasi sistem informasi reservasi hotel *online* dapat meningkatkan kualitas layanan dan loyalitas pelanggan di Hotel Santika Bandung. Dengan memperhatikan karakteristik variabel yang akan diuji, maka uji statistik yang akan digunakan adalah melalui perhitungan analisis jalur dan korelasi.

Langkah – langkah dalam analisisnya sebagai berikut :

1. **Pengujian Secara Simultan/Total.**
   Melakukan uji F untuk mengetahui pengaruh seluruh variabel bebas secara simultan terhadap variabel terikat.

a. Rumus uji F yang digunakan adalah :

$$F = \frac{(n-k-1)R^2_{Z(XY)}}{k(1-R^2_{Z(XY)})}$$

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 (sistem informasi reservasi hotel *online*) tidak dapat menjelaskan perubahan nilai variabel terikat (kualitas layanan, loyalitas pelanggan) ditolak dan sebaliknya.

Menurut Sudjana (2001 : 369) perhitungan terhadap titik keeratan dan arah hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat adalah menggunakan uji korelasi. Kemudian dilakukan perhitungan terhadap koefisien yang disebut juga koefisien korelasi produk moment (*Pearson).*

b. Hipotesis

H_0 ; $\rho = 0$, Secara simultan sistem informasi reservasi hotel *online* tidak dapat meningkatkan kualitas layanan dan loyalitas pelanggan di hotel santika bandung.

H_1 ; $\rho \neq 0$, Secara simultan sistem informasi reservasi hotel *online* dapat meningkatkan kualitas layanan dan loyalitas pelanggan di hotel santika bandung.

c. Kriteria pengujian

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

Menurut Guilford (1956:480), bahwa tafsiran koefisien korelasi variabel dalam penelitian dapat dikategorikan sebagai berikut:

a) Taksiran koefisien korelasi yang dikategorikan menurut metode *Guilford* adalah sebagai berikut :

Tabel 3.10

Kategori Korelasi Metode *Guilford*

Besarnya Pengaruh	Bentuk Hubungan
0,00 – 0,20	Sangat longgar, dapat diabaikan
0,21 – 0,40	Rendah
0,41 – 0,60	Moderat / Cukup
0,61 – 0,80	Erat
0,81 – 1,00	Sangat erat

Apabila pada pengujian secara simultan H_0 ditolak, artinya sekurang-kurangnya ada sebuah $\rho yxi \neq 0$. Untuk mengetahui ρyxi yang tidak sama dengan nol , maka dilakukan pengujian secara parsial.

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 :

$$t_i = \frac{P_{YX1}}{\sqrt{\frac{(1-R^2_{XY.....Xk})CRii}{(n-k-1)}}} \quad I = 1,2,3.....,5$$

Hasilnya dibandingkan dengan tabel t untuk derajat bebas n-k-1 dengan taraf signifikansi 5%.

b. **Hipotesis**

H_{01} ; $\rho = 0$, sistem informasi reservasi hotel *online* tidak meningkatkan kualitas pelayanan di Hotel Santika Bandung

H_{11} ; $\rho \neq 0$, sistem informasi reservasi hotel *online* meningkatkan kualitas pelayanan di Hotel Santika Bandung

H_{02} ; $\rho = 0$, sistem informasi reservasi hotel *online* tidak meningkatkan loyalitas pelanggan di Hotel Santika Bandung

H_{12} ; $\rho \neq 0$, sistem informasi reservasi hotel *online* meningkatkan loyalitas pelanggan di Hotel Santika Bandung

H_{03} ; $\rho = 0$, kualitas layanan tidak meningkatkan loyalitas pelanggan di Hotel Santika Bandung

H_{13} ; $\rho \neq 0$, kualitas layanan meningkatkan loyalitas pelanggan di Hotel Santika Bandung

c. Kriteria pengujian

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

1. Kriteria Penarikan Pengujian

   Jika menggunakan tingkat kekeliruan ($\alpha = 0{,}05$) untuk diuji dua pihak, maka kriteria penerimaan atau penolakan hipotesis yaitu sebagai berikut:

   a. Jika $t_{hitung} \geq t_{table}$ maka H_0 ada di daerah penolakan, berarti Ha diterima artinya antara variabel X dan variabel Y ada hubungannya.

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



Gambar 3.3
Uji Daerah Penerimaan dan Penolakan Hipótesis
Sumber Sugiyono (2009:185)