BAB III

OBJEK DAN METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Objek penelitian merupakan suatu permasalahan yang dijadikan sebagai topik penulisan dalam rangka menyusun laporan.

Objek penelitian menurut Umar Husain (2005:303) mengatakan bahwa objek penelitian "menjelaskan tentang apa atau siapa yang menjadi objek penelitian. Juga dimana dan kapan penelitian dilakukan, bisa juga ditambahkan hal-hal lain yang dianggap perlu".

Objek yang dikaji dalam penelitian ini adalah **"Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Survei pada Pelanggan Hotel Grand Pasundan Convention di Bandung)**, dengan uraian variabel sebagai berikut:

1. Variabel *Independent* (variabel bebas), yaitu variabel yang menjadi sebab terjadinya atau terpengaruhnya variabel *dependent* (variabel tidak bebas). Variabel *Independent* (variabel X) dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan sebagai variabel X1 dan kepercayaan sebagai variabel X2.
2. Variabel *dependent* (variabel tidak bebas), yaitu variabel yang dipengaruhi oleh variabel *independent*. Variabel *dependent* (variabel Y) dalam penelitian ini adalah loyalitas pelanggan.

Penelitian dilakukan di Hotel Grand Pasundan Convention Bandung dengan memilih responden penelitian adalah para tamu yang menginap di Hotel Grand Pasundan Convention Bandung.

3.2 Metode Penelitian

Metode penelitian menurut Sugiyono (2011:2) adalah "cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu".

Adapun metode yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis deskriptif dan verifikatif. Metode analisis deskriptif menurut Sugiyono (2012:21) adalah "metode yang digunakan untuk menggambarkan atau menganalisis suatu hasil penelitian tetapi tidak digunakan untuk membuat kesimpulan yang lebih luas".

Dengan menggunakan metode penelitian deskriptif ini, sesuai dengan rumusan masalah, maka dapat diperoleh deskripsi mengenai: tanggapan pelanggan terhadap kualitas pelayanan, kepercayaan dan loyalitas pelanggan Hotel Grand Pasundan Convention di Bandung, serta menjelaskan keadaan berdasarkan data dan fakta yang dikumpulkan kemudian disusun secara sistematis yang selanjutnya dianalisis untuk mendapatkan kesimpulan.

Sedangkan metode penelitian verifikatif menurut Masyhuri (2008:45) adalah "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".

Dengan menggunakan metode penelitian, maka akan diketahui hubungan yang signifikan antara variabel-variabel yang diteliti sehingga menghasilkan suatu kesimpulan yang akan memperjelas gambaran mengenai objek yang diteliti.

Sesuai dengan hipotesis yang diajukan, dalam penelitian akan digunakan telaah statistika yang cocok, untuk itu dalam analisis menggunakan Analisis Regresi Berganda.

3.2.1 Desain Penelitian

Desain Penelitian menurut Moh. Nazir dalam Umi Narimawati, Sri Dewi Anggadini dan Linna Ismawati (2010:30) adalah:

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

Desain penelitian merupakan rancangan penelitian yang digunakan sebagai pedoman dalam melakukan proses penelitian. Desain penelitian akan berguna bagi semua pihak yang terlibat dalam proses penelitian, karena langkah dalam melakukan penelitian mengacu kepada desain penelitian yang telah dibuat.

Langkah-langkah desain penelitian menurut Umi Narimawati (2011:30) adalah :

1. Menetapkan permasalahan sebagai indikasi dari fenomena penelitian, selanjutnya menetapkan judul penelitian. Dalam penelitian yang dilakukan yaitu difokuskan pada kualitas pelayanan dan kepercayaan. Dengan itu ditarik judul: **"Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap**

Loyalitas Pelanggan (Survei pada Pelanggan Hotel Grand Pasundan Convention di Bandung)".

2. Mengidentifikasi permasalahan yang terjadi. Dalam penelitian ini identifikasi masalahnya merupakan dampak dari masih kurangnya kualitas pelayanan yang baik dan kepercayaan yang masih rendah sehingga berdampak pada loyalitas pelanggan Hotel Grand Pasundan Convention di Bandung secara keseluruhan.
3. Menentapkan rumusan masalah. Merupakan suatu pertanyaan yang akan dicari jawabannya dengan pengumpulan data. Maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan Hotel Grand Pasundan Convention di Bandung baik secara simultan dan Parsial.
4. Menetapkan tujuan penelitian. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah: untuk mengetahui dan menganalisis kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan Hotel Grand Pasundan Convention di Bandung.
5. Menetapkan hipotesis penelitian, berdasarkan fenomena dan dukungan teori. Penulis menetapkan dua hipotesis, yang pertama hipotesis utama terdapat pengaruh kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan Hotel Grand Pasundan Convention di Bandung dan sub hipotesis terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan Hotel Grand Pasundan Convention di Bandung dan terdapat pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan Hotel Grand Pasundan Convention di Bandung.

6. Menetapkan konsep variabel sekaligus pengukuran variabel penelitian yang digunakan. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan dan kepercayaan, sedangkan yang menjadi variabel terikatnya adalah loyalitas pelanggan.
7. Menetapkan sumber data, teknik penentuan sampel dan teknik pengumpulan data. Dalam penelitian ini menggunakan data primer, teknik penentuan sampelnya terdiri dari populasi dan sampel. Populasinya adalah pelanggan Hotel Grand Pasundan Convention dan Sampelnya adalah seluruh responden karena jumlah responden lebih dari 100 orang, maka pengambilan sampel menggunakan penghitungan yang telah ditetapkan dan menghasilkan jumlah 100 orang.
8. Melakukan analisis data. Analisis data dalam penelitian ini ialah menggunakan regresi berganda.
9. Melaporkan pelaporan hasil penelitian. Akan disajikan dalam tabel 3.1 di bawah ini.

Sebagaimana yang telah dijelaskan diatas, bahwa penelitian ini bersifat deskriptif dan verifikatif. Untuk penelitian yang bersifat deskriptif maka metode yang digunakan adalah metode deskriptif dan survei, sementara data yang bersifat verifikatif maka menggunakan metode *explanatory survey.*

Dibawah ini adalah desain penelitian "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Survei pada Pelanggan Hotel Grand Pasundan Convention di Bandung)".

Tabel 3.1
Desain Penelitian

Tujuan Penelitian	Desain Penelitian			
	Jenis Penelitian	**Metode Yang Digunakan**	**Unit Analisis**	**Time Horizon**
T - 1	*Descriptive*	*Descriptive* dan *survey*	Tamu hotel yang menginap	Cross sectional
T - 2	*Descriptive*	*Descriptive* dan *e survey*	Tamu hotel yang menginap	Cross sectional
T - 3	*Descriptive*	*Descriptive* dan *survey*	Tamu hotel yang menginap	Cross sectional
T - 4	*Descriptive & verifikatif*	*Descriptive* dan *explanatory survey*	Tamu hotel yang menginap	Cross sectional

3.2.2 Operasionalisasi Variabel

Operasinalisasi variabel merupakan definisi yang menyatakan dengan cara menentukan pemikiran atau gagasan berupa kriteria-kriteria yang dapat diuji secara khusus bagi suatu penelitian menjadi variabel yang dapat diukur.

Menurut Sarwono (2008:28) menyatakan bahwa "operasionalisasi variabel adalah yang menjadikan variabel- variabel yang sedang diteliti menjadi bersifat operasional dalam kaitannya dengan proses pengukuran variabel- variabel tersebut."

Sesuai dengan judul yang diambil penulis yaitu; "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Pelanggan (Survei pada Pelanggan Hotel Grand Pasundan Convention di Bandung)", maka variabel dalam penelitian ini terdiri dari :

1. Variabel Bebas / *Independen* (Variabel X)

   Variabel bebas dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan (X1) dan kepercayaan (X2). Sugiyono (2012:4) mengemukakan bahwa "variabel bebas

adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel terikat (dependen)"

.2 .Variabel Terikat /*Dependen* (Variabel Y)

Variabel dependent atau variabel terikat (Y) pada penelitian ini adalah loyalitas pelanggan. Pengertian Variabel *dependen* menurut Sugiyono (2012:4) adalah "Variabel *dependen* (terikat) merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas".

Adapun definisi operasionalisasi masing-masing variabel adalah sebagai berikut:

Tabel 3.2
Operasional Variabel Penelitian

Variabel	Konsep Teori	Indikator	Ukuran	Skala	Sumber Data
Kualitas Pelayanan (X1)	Kualitas pelayanan adalah kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, sumber daya manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan yang diinginkan konsumen. Tjiptono & Chandra (2011:115)	***Tangibles*/ Nyata** - Lokasi hotel - Penampilan karyawan Ketersediaan sarana (komputerisasi, telepon, fax, kendaraan) - Keluasan Tempat parkir - Kebersihan seluruh ruangan	- Tingkat kestrategisan - Tingkat kerapihan karyawan hotel - Tingkat sarana yang tersedia (komputerisasi, telepon,fax, kendaraan) - Tingkat keluasan - Tingkat kebersihan ruangan	Ordinal	Tamu yang menginap di Hotel Grand Pasundan Convention di Bandung

		***Reliability*/ Kehandalan** - Kecepatan pelayanan - Memberi pelayanan yang tepat	 - Tingkat kecepatan pelayanan - Tingkat memberikan pelayanan yang tepat		
		***Responsiveness* / daya tanggap** - Kemampuan dalam menanggapi permintaan - Kesediaan dalam memberi informasi	 - Tingkat kemampuan untuk menyelesaikan permintaan - Tingkat kesediaan memberi informasi		
		***Assurance*/ Jaminan** - Sikap keramahan karyawan - Memberi keyakinan dalam kepercayaan	 - Tingkat keramahan karyawan - Memberi keyakinan dan kepercayaan		
		***Emphaty*/ Empati** - Cara memberi perhatian - Pemahaman karyawan akan kebutuhan konsumen	 -Tingkat tata cara memberi perhatian - Tingkat pemahaman karyawan akan kebutuhan konsumen		

Kepercayaan (X2)	Komponen kepercayaan yang menentukan tingkat keyakinan setiap pihak bahwa ia bisa mengandalkan integritas janji yang ditawarkan pihak lain. Morgan R.D dan Hunt S.D dalam Kotler dan Keller (2006:214)	***Probility*** -Kepercayaan pada jasa Hotel Grand Pasundan Convention	- Tingkat kepercayaan pada jasa hotel grand pasundan	Ordinal	Tamu yang menginap di Hotel Grand Pasundan Convention di Bandung
		Equity -Kepercayaan terhadap tingkat kepedulian perusahaan kepada tamu yang datang	-Tingkat kepedulian perusahaan terhadap tamu yang datang		
		Reliability -Kehandala dalam Memberikan pelayanan jasa hotel	-Tingkat kehandalan dalam memberikan pelayanan jasa hotel		
Loyalitas pelanggan (Y)	Lamanya konsumen berbisnis dengan melakukan pembelian berulang . Barnes dalam jurnal Rohmat Dwi Jatmiko dan Sri Nastiti Andharini (2012 : 130)	- Melakukan pembeluan berulang secara teratur. - Membeli antar lini produk dan jasa. - Mereferensikan kepada orang lain. - Menunjukan kekebalan terhadap tarikan pesaing	- Tingkat pembelian berulang - Tingkat pembelian antar lini jasa dan pelayanan lain - Tingkat mereferensikan kepada orang lain - Tingkat penunjukan kekebalan dari daya tarik pesaing	Ordinal	Tamu yang menginap di Hotel Grand Pasundan Convention di Bandung

3.2.3 Sumber dan Teknik Penentuan Data

3.2.3.1 Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah primer dan sekunder.

1. Data primer

   Menurut Sangadji dan Sopiah (2010:171) data primer adalah:

   > sumber data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber asli (tidak melalui perantara). Sumber penelitian primer diperoleh para peneliti untuk menjawab pertanyaan penelitian. Data primer dapat berupa opini subyek (orang) secara individu mauapun kelompok, hasil observasi terhadap suatu benda (fisik), kejadian atau kegiatan, dan hasil pengujian. Yang digunakan daam pengumpulan data primer yaitu: metode survei (wawancara dan kuesioner).

   Data primer dalam penelitian dari variabel "pengaruh kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan" diperoleh dari penyebaran kuesioner.

2. Data Sekunder

   Data sekunder menurut Sugiyono (2012:193**)** adalah "sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data".

   Data sekunder ini berfungsi sebagai pelangkap data primer. Data sekunder umumnya berupa bukti, catatan, atau laporan historis yang telah tersusun dalam arsip (data dokumenter) yang dipublikasikan maupun tidak dipublikasikan (Sangadji dan Sopiah, 2010:172).

   Dalam penelitian ini digunakan kombinasi teknik pengumpulan data yang terdiri dari:

   - Wawancara: Manager Pemasaran Hotel Grand Pasundan Convention

- Kuesioner, digunakan untuk mengumpulkan data dari para tamu yang menginap. Teknik pengolahan data hasil kuesioner menggunakan skala likert 1 sampai 5.
- Observasi, dilakukan terhadap sumber data sesuai dengan unit observasi/analisis yang telah disebutkan.
- Dokumentasi, dilakukan dengan menelaah dan mengkaji catatan/laporan dan dokumen-dokumen lain dari berbagai hotel lain yang ada kaitannya dengan permasalahan yang diteliti, yang dalam hal ini adalah ekuitas merek, nilai pelanggan dan loyalitas pelanggan.

3.2.3.2 Teknik Penentuan Data

Adapun Teknik Penentuan data terbagi menjadi dua, yaitu populasi dan sampel. Pengertian dari populasi dan sampel itu sendiri adalah sebagai berikut:

3.2.3.2.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2012:115) “populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.”.

Dalam penelitian ini sasaran populasi yang akan dipilih adalah pelanggan yang menginap di Hotel Grand Pasundan Convention di Bandung dimana rata-rata jumlah pengunjung perbulan ada sebanyak 2300 penginap.

3.2.3.2.2 Sampel

Menurut Sugiono (2012:81) sampel adalah "bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut". Tidak terdapat batasan tertentu mengenai berapa besar sampel yang diambil dari populasi, karena absah tidaknya sampel bukan terletak pada besar atau banyaknya sampel yang diambil tetapi terletak pada sifat atau karekteristik sampel apakah mendekati populasi atau tidak.

Adapun teknik *sampling* yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan *probability sampling* dengan *stratified random sampling*.

Menurut Sugiyono (2012:82) "*probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel". Sedangkan *stratified random sampling* (sampel acak terstratifikasi) yaitu "metode pemilihan sampel denga cara membagi populasi ke dalam kelompok-kelompok yang homogen yang disebut strata, dan kemudian sampel diambil secara acak dari tiap strata tersebut. Apabila anggota-anggota populasi tidak homogen, tetapi bisa dikelompokkan dalam kelompok-kelompok yang relatif homogen, maka proses pengambilan sampel dengan metode acak sederhana akan menimbulkan bias, karena keheterogenan yang ada pada anggota populasi akan berpengaruh terhadap informasi yang diperoleh dari variabel yang diobservasi. Pada kondisi tersebut perlu dilakukan pembagian anggota-anggota populasi ke dalam kelompok-kelompok yang relatif homogen tersebut. Agar standar deviasi yang diperoleh tetap kecil, maka satuan sampel yang relatif homogen dalam karakteristik yang diteliti dijadikan satu kelompok yang dinamakan strata. Dengan demikian variasi

yang ada antar strata mengggambarkan variasi dalam tiap strata. Selanjutnya dari tiap strata ini diambil sampel secara acak".

Sedangkan untuk menentukan jumlah sampel (n) menggunakan rumus sebagai berikut:

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

Sumber: Solvin yang dikutip oleh Sangadji dan Sopiah (2010:189)

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%)

Berdasarkan rumus tersebut, sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{2300}{1 + 2300(0{,}1)^2}$$

$$n = \frac{2300}{24}$$

$$n = 95{,}83 \approx 96$$

Berdasarkan penelitian diatas, maka peneliti akan melakukan penelitian menjadi 100 pelanggan yang meninap di Hotel Grand Pasundan Convention Bandung.

Hotel Grand Pasundan Convention memiliki 11 tipe kamar, diantara 11 tipe kamar ada 3 tipe kamar yang paling banyak diminati dan yang paling sering gunakan oleh para pengunjung yang datang. Penulis melakukan penelitian pada pelanggan yang menginap di 3 tipe kamar Hotel Grand Pasundan Convention Bandung dengan rincian sebagai berikut:

Tabel 3.3
Jumlah tamu yang menginap satu bulan terakhir

No.	Tipe Kamar	Populasi	Sampel
1	Standar Room	1100	48
2	Deluxe Room	800	35
3	Family Suite	400	17
Jumlah		2.300	100

Sumber : Hotel Grand Pasundan Convention

3.2.4 Teknik Pengumpulan Data

Menurut Suharsimi Arikunto (2010:265) 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 dari Hotel Grand Pasundan Convention Bandung). 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 100 pelanggan yang menginap di Hotel Grand

Pasundan Convention untuk menjawab, tentang variabel kualitas pelayanan, kepercayaan dan pengaruhnya terhadap loyalitas pelanggan Hotel Grand Pasundan Convention Bandung

b. 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.

c. 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". Teknik ini digunakan untuk mengetahui kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan Hotel Grand Pasundan Convention Bandung.

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

Menurut Sugiyono (2009:173) valid berarti instrument tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Suatu skala atau instrumen pengukur dapat dikatakan mempunyai validitas yang tinggi apabila instrumen tersebut menjalankan fungsi ukurnya, atau memberikan hasil ukur yang sesuai dengan maksud dilakukannya pengukuran tersebut. Sedangkan tes yang memiliki validitas rendah akan menghasilkan data yang tidak relevan dengan tujuan pengukuran. Rumus yang digunakan untuk menguji validitas adalah rumus *Korelasi Product Moment* yang dikemukakan oleh Pearson sebagai berikut:

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

(Husein Umar, 2010:190)

Keterangan:

r_1 = koefisien validitas item yang dicari

X = skor yang diperoleh subjel dalam setiap item

Y = skor total yang diperoleh subjek dari seluruh item

$\sum X$ = jumlah skor dalam distribusi X yang berskala ordinal

$\sum Y$ = jumlah skor dalam distribusi Y yang berskala ordinal

$\sum X^2$ = jumlah kuadrat masing-masing skor X

$\sum Y^2$ = jumlah kuadrat masing-masing skor Y

n = banyaknya responden

Sedangkan pengujian keberartian koefiseien korelasi (t) dilakukan dengan taraf signifikasi 5%. Rumus uji t yang digunakan sebagai berikut:

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

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 $r_{hitung} > r_{tabel}$

Untuk mengetahui tiap instrumen pernyataan valid atau tidak, maka nilai korelasi tersebut dibandingkan dengan 0,3. dimana jika nilai korelasi (*r*) lebih besar dari 0,3 maka, intrumen tersebut dinyatakan valid, begitu pula sebaliknya. Sebagaimana yang dinyatakan Masrun yang dikutip oleh Sugiyono (2012:188) bahwa item yang mempunyai korelsi positif dengan kriterium (skor total) serta korelasi yang tinggi, menunjukkan bahwa item tersebut mempunyai validitas yang tinggi pula. Biasanya syarat minimum untuk dianggap memenuhi syarat adalah kalau r = 0,3. Jadi kalau korelasi antara butir dengan skor total kurang dari 0,3 maka butir dalam instrumen tersebut dinyatakan tidak valid.

Perhitungan validitas item instrumen dilakukan dengan bantuan program SPSS *for windows*. Berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan SPSS*for*

windows diperoleh hasil pengujian validitas dari item pertanyaan yang diajukan peneliti.

Tabel 3.4
Hasil Uji Validitas Kuesioner Untuk Variabel Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas

Variabel	No Item	Koefisien Validitas	Titik Kritis	Keterangan
Kualitas Pelayanan	1	0,722	0,300	Valid
	2	0,566	0,300	Valid
	3	0,611	0,300	Valid
	4	0,794	0,300	Valid
	5	0,409	0,300	Valid
	6	0,426	0,300	Valid
	7	0,779	0,300	Valid
	8	0,586	0,300	Valid
	9	0,598	0,300	Valid
	10	0,418	0,300	Valid
	11	0,444	0,300	Valid
	12	0,699	0,300	Valid
	13	0,707	0,300	Valid
Kepercayaan	14	0,684	0,300	Valid
	15	0,619	0,300	Valid
	16	0,772	0,300	Valid
	17	0,563	0,300	Valid
	18	0,746	0,300	Valid
	19	0,587	0,300	Valid
	20	0,637	0,300	Valid
	21	0,859	0,300	Valid
Loyalitas Pelayanan	22	0,798	0,300	Valid
	23	0,763	0,300	Valid
	24	0,623	0,300	Valid
	25	0,872	0,300	Valid

Berdasarkan tabel di atas, diperoleh informasi bahwa seluruh pernyataan yang diajukan untuk ketiga variabel memiliki nilai koefisien validitas di atas titik kritis 0,300 yang menunjukan bahwa seluruh pernyataan tersebut sudah dinyatakan valid.

3.2.4.2 Uji Reliabilitas

Menurut Cooper (2006) yang dikutip oleh Umi Narimawati, Sri Dewi Anggadini, dan Linna Ismawati (2010:43) mengemukakan:

"Reliability is a characteristic of measurenment concerned with accuracy, precision, and consistency."

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 ($\Sigma \sigma^2$) 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)

Keputusan uji reliabilitas ditentukan dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Jika koefisien internal seluruh item $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ dengan tingkat kesalahan 5% maka item pertanyaan dikatakan reliabel.
2. Jika koefisien internal seluruh item $r_{hitung} < r_{tabel}$ dengan tingkat kesalahan 5% maka item pertanyaan dikatakan tidak reliabel.
3. Untuk mengadakan interpretasi mengenai besarnya koefisien korelasi menurut Suharsmi Arikunto (2009:164) dapat dilihat pada Tabel 3.8 sebagai berikut:

Tabel 3.5
Interpretasi Besarnya Koefisien Korelasi

Besarnya Nilai	Interpretasi
Antara 0,700 sampai dengan 1,00	Sangat tinggi
Antara 0,600 sampai dengan 0,500	Tinggi
Antara 0,500 sampai dengan 0,400	Agak tinggi
Antara 0,400 sampai dengan 0,300	Sedang
Antara 0,300 sampai dengan 0,200	Agak tidak tinggi
Antara 0,200 sampai dengan 0,100	Tidak tinggi
Antara 0,100 sampai dengan 0,000	Sangat tidak tinggi

Sumber : Suharsimi Arikunto (2012: 164)

Adapun hasil uji reliabel dalam penelitian ini dapat dilihat dalam Tabel berikut ini.

Tabel 3.6
Hasil Uji Reliabilitas

Koefisien Reliabilitas	Titik Kritis	Keterangan
0,835	0,700	Reliabel
0,825	0,700	Reliabel
0,767	0,700	Reliabel

Dan dari hasil pengujian reliabilitas diperoleh nilai koefisien reliabilitas masing-masing sebesar 0,835, 0,825 dan 0,767. Ketiga nilai ini berada di atas titik kritis 0,700 sehingga dinyatakan reliabel. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pernyataan yang diajukan dalam angket sudah memenuhi syarat untuk digunakan dalam penelitian.

3.2.5 Rancangan Analisis dan Pengujian Hipotesis

Agar penulis dapat menghasilkan data yang dapat dipercaya maka harus dilakukan tahapan analisis dan pengujian hipotesis. Untuk melakukan sebuah analisis data dan pengujian hipotesis, terlebih dahulu penulis akan menentukan metode apa yang digunakan untuk menganalisis data hasil penelitian dan merancang metode untuk menguji sebuah hipotesis.

3.2.5.1 Rancangan Analisis

3.2.5.1.1 Analisis Deskriptif (Kualitatif)

Menurut Sugiyono (2012:7) analisis kualitatif adalah metode penelitian kualitatif yang dilakukan secara intensif, peneliti ikut berpartisipasi lama dilapangan, mencatat secara hati-hati apa yang terjadi, melakukan analisis reflektif terhadap berbagai dokumen yang ditemukan dilapangan, dan membuat laporan penelitian secara mendetail.

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. Apabila digambarkan dengan rumus, maka akan tampak seperti di bawah ini:

$$\% \text{ Skor Aktual} = \frac{\text{Skor Aktual}}{\text{Skor Ideal}} \text{ X } 100\%$$

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.

Sehingga pengkategorian skor jawaban responden ntuk masing-masing item penelitian sebagai berikut:

Tabel 3.7
Pengkategorian Skor Jawaban Responden

Interval tingkat Intensitas	Kriteria		
	Kualitas Pelayanan	**Kepercayaan**	**Loyalitas**
\20% - <36%	Sangat Tidak Baik	Sangat Rendah	Sangat Tidak Loyal
36% - <52%	Kurang Baik	Rendah	Tidak Loyal
52% - <68%	Cukup Baik	Cukup Tinggi	Cukup Loyal
68% - <84%	Baik	Tinggi	Loyal
84% - <100%	Sangat Baik	Sangat Tinggi	Sangat Loyal

1. IPA (*Importance Performance Analysis*)

Untuk mengukur tingkat kepuasan pelanggan dapat digambarkan melalui Metode *Performance Analysis (IPA),* pengertian dan definisi mengenai analisi tersebut yaitu diperkenalkan pertama kali oleh Martilla dan James (1977) dengan tujuan untuk mengukur hubungan antara persepsi konsumen dan prioritas peningkatan kualitas produk/jasa yang dikenal pula sebagai quadrant analysis (Brandt, 2000 dan Latu & Everett, 2000). IPA telah diterima secara umum dan dipergunakan pada berbagai bidang kajian karena kemudahan untuk diterapkan dan tampilan hasil analisa yang memudahkan usulan perbaikan kinerja (Martinez, 2003).

IPA mempunyai fungsi utama untuk menampilkan informasi berkaitan dengan faktor-faktor pelayanan yang menurut konsumen sangat mempengaruhi

kepuasan dan loyalitas mereka, dan faktor-faktor pelayanan yang menurut konsumen perlu ditingkatkan karena kondisi saat ini belum memuaskan.

IPA menggabungkan pengukuran faktor tingkat kepentingan dan tingkat kepuasan dalam grafik dua dimensi yang memudahkan penjelasan data dan mendapatkan usulan praktis. Interprestasi grafik IPA sangat mudah, dimana grafik IPA dibagi menjadi empat buah kuadran berdasarkan hasil peran *importance performance*.

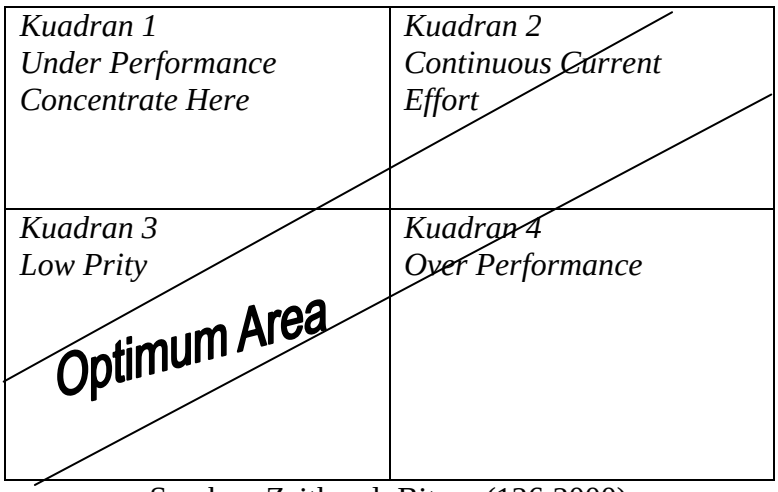
Metode yang kedua lebih banyak dipergunakan oleh para peneliti. Berikut prosedur berkaitan dengan penggunaan metode IPA:

- Penentuan faktor-faktor yang akan dianalisa,
- Melakukan survey melalui penyebaran kuesioner,
- Menghitung nilai rata-rata tingkat kepuasan dan prioritas penanganan,
- Membuat grafik IPA,
- Melakukan evaluasi terhadap faktor sesuai dengan kuadran masing-masing

Setelah melewati pengertian kepuasan pelanggan juga *Metode Importance Performance Analysis (IPA*) maka dapat diketahui pengertian loyalitas dari para ahli yaittu seperti yang di ungkapkan oleh Shergill dan Li (2005;67) mendefinisikan loyalitas sebagai niat dari konsumen untuk menggunakan berdasarkan pengalaman dan harapan mereka di masa laluSebelum peneliti mengukur loyalitas pelanggan, terlebih dahulu peneliti akan mengukur kepuasan responden terhadap berbagai faktor yang berkaitan dengan kualitas pelayanan menggunakan metode *Importance Performance Analysis (IPA).* IPA mempunyai

fungsi utama untuk menampilkan informasi berkaitan dengan faktor pelayanan yang menurut konsumen sangat mempengaruhi kepuasan dan loyalitas mereka, dan faktor – faktor pelayanan yang menurut konsumen perlu ditingkatkan karena kondisi saat ini belum memuaskan.

IPA menggabungkan pengukuran faktor tingkat kepentingan dan tingkat kepuasan dalam grafik dua dimensi yang memudahkan penjelasan data dan mendapatkan usulan praktis. Interpretasi grafik *IPA* sangat mudah, dimana grafik IPA dibagi menjadi empat buah kuadran berdasarkan hasil pengukuran pada gambar dibawah ini :



Sumber: Zeithmal, Bitner (126:2000)

Gambar 3.1
Pembagian Kuadran IPA

Berikut penjelasan untuk masing – masing kuadran :

Kuadran I Under Performance/Concentrate Here adalah kuadran dimana tingkat kepentingan pelanggan sangat tinggi namun kinerja perusahaan rendah. Sehingga pelanggan menemukan ketidak puasan. Pada kuadran ini harus merupakan prioritas utama untuk diperbaiki.

Kuadran II Continue Current Efforts, berarti pada kuadran ini tingkat kepentingan pelanggan tinggi telah bertemu dengan kinerja perusahaan yang juga tinggi, dengan kata lain pelanggan akan merasa puas dan pada kuadran ini pelanggan benar-benar loyal pada perusahaan dan akan melakukan *word of mouth* yang positif. Oleh sebab itu kualitas pelayanan yang telah berada di kuadran ini perlu dipertahankan prestasinya dan semua usaha yang selama ini telah dilakukan harus dikembangkan.

Kuadran III Low Priority adalah kuadran dimana tingkat kepentingan pelanggan rendah dan kinerja perusahaan juga rendah sehingga jika hendak diperbaiki bukan merupakan prioritas utama.

Kuadran IV Over Performance adalah kuadran dimana tingkat kepentingan pelanggan tidak terlalu tinggi namun kinerja perusahaan sangatlah baik, sehingga hal ini merupakan pemborosan bagi perusahaan / terjadi inefisiensi.

Optimum Area merupakan daerah dimana tingkat kepentingan pelanggan telah dapat terpenuhi oleh kinerja perusahaan, namun bila masih berada pada kuadran *low priority*, belum tentu para pelanggan tersebut telah melakukan *word of mouth* yang positif.

3.2.5.1.2 Analisis Kuantitatif (verifikatif)

Data yang telah dikumpulkan melalui kuisioner akan diolah dengan pendekatan kuantitatif. Oleh 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"* (Hays, 1969:39). Dan selanjutnya dilakukan analisis regresi korelasi serta determinasi.

1. Transformasi Data Ordinal Menjadi 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*

$$\textit{Means of Interval} = \frac{\textit{(Density at Lower limit) – (Density at Upper Limit)}}{\textit{(Area at Below Density Upper Limit) – (Area at Below Lower)}}$$

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 :

$$\text{Nilai transformasi} = \text{Nilai Skala} + \left|\text{Nilai Skala}_{\text{minimum}}\right| + 1$$

Untuk mengetahui pengaruh antara variabel pengaruh Kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan, dalam hal ini adalah konsumen Hotel Grand Pasundan Convention digunakan analisis regresi berganda.

2. Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk menganalisa pengaruh beberapa variabel bebas atau independen variabel (X) terhadap satu variabel tidak bebas atau dependen variabel (Y) secara bersama-sama.

Persamaan Regresi Linier Berganda adalah:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 \ldots + \beta_n X_n + \varepsilon$$

Dimana :

Y = variabel dependen

X1, X2 = variabel independen

A = konstanta

β 1, β 2 = koefisien masing-masing faktor

Dalam hubungan dengan penelitian ini, variabel independen adalah kualitas pelayanan (X1) dan kepercayaan (X2), sedangkan variabel dependen adalah Loyalitas Pelanggan (Y), sehingga persamaan regresi berganda estimasinya.

$$Y = \alpha + \beta 1X1 + \beta\, 2X2 + e$$

Dimana:
Y = Loyalitas pelanggan
α = Konstanta dari persamaan regresi
β1 = Koefisien regresi dari variable X1, Kualitas Pelayanan
β2 = Koefisien regresi dari variable X2, Kepercayaan
X1 = Kualitas Pelayanan

X2 = Kepercayaan

3. Analisis Korelasi *(Pearson)*

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

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

Variabel X dengan variabel Y yang dilakukan dengan cara menggunakan perhitungan analisis koefisien korelasi *Product moment Method* atau dikenal dengan rumus *pearson*, yaitu :

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

r = koefisien korelasi
x = kualitas pelayanan, kepercayaan
z = loyalitas pelanggan
n = jumlah responden

Untuk melihat tingkat ke-eratan korelasi digunakan acuan pada Tabel 3.10 dibawah ini :

Tabel 3.8
Tingkat Keeratan Korelasi

Interval	Tingkat Keeratan
0 – 0.20	Sangat Rendah
0.21 – 0.40	Korelasi Lemah
0.41 – 0.60	Korelasi Sedang
0.61 – 0.80	Cukup Tinggi
0.81 - 1	Korelasi Tinggi

Sumber: Syahri Alhusin, 2003 : 157

4. Analisis Koefisien Determinasi

Besarnya peranan semua variabel bebas ditunjukan oleh besarnya koefisien determinasi (R^2). Semakin besar nilai determinasi maka semakin besar menunjukan bahwa persamaan regresi yang dihasilkan baik untuk mengestimasi variabel terikat. Hasil perhitungan dapat dilihat dengan menggunakan media / alat bantu SPSS atau secara manual (R2 = SS reg / SStot) dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

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

Sumber : Sugiyono (2012; 188)

Dimana:

d : Koefisien determinasi
r : Koefisien Korelasi

Dengan kriteria pengaruh sebagai berikut:

Tabel 3.9
Kreteria Hubungan Antar Variabel

Interval	Tingkat pengaruh
0 % - 19,9 %	Sangat rendah
20% - 39,9%	Rendah
40% - 59,9%	Sedang
60% - 79,9%	Kuat
80% - 100%	Sangat kuat.

3.2.5.2 Pengujian Hipotesis

Dalam penelitian ini yang akan diuji pengaruh kualitas pelayanan dan kepercayaan dampaknya terhadap loyalitas pelanggan Hotel Grand Pasundan Convention Bandung. Langkah-langkah dalam pengujiannya sebagai berikut :

1. Pengujian Secara Simultan/Bersama-Sama.

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

a. Rumus uji f yang digunakan adalah :

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

Sumber Sugiyono (2012:257)

Dimana :
R = Koefisien korelasi berganda
K = Jumlah variabel bebas
n = jumlah anggota sampel

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah semua variabel bebas secra bersama-sama dapat berperan atas variabel terikat. Pengujian ini dilakukan menggunakan distribusi F dengan membandingkan antara nilai F-kritis dengan nilai F-test yang terdaat pada tabel analisis of Variance (ANOVA) dari hasil perhitungan dengan microsoft. Jika nilai Fhitung > Fkritis, maka H0 yang menyatakan bahwa variasi perubahan nilai variabel bebas (ekuitas merek dan nilai pelanggan) tidak dapat dijelaskan perubahan nilai variabel terikat (loyalitas pelanggan) ditolak dan sebaliknya (Sugiyono, 2012:257).

b. Hipotesis utama:

Untuk menguji apakah variabel kualitas produk dan citra merek secara simultan memberikan pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan, maka dilakukan pengujian hipotesis simultan sebagai berikut:

H_0 ; $\rho = 0$, Tidak terdapat pengaruh kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan pada Hotel Grand Pasundan Convention di Bandung.

H_1 ; $\rho \neq 0$, Terdapat pengaruh kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan pada Hotel Grand Pasundan Convention di Bandung.

c. Kriteria pengujian

H0 ditolak apabila Fhitung > dari Ftabel ($\alpha = 0,05$)

Apabila pada pengujian secara simultan H0 ditolak, artinya sekurang-kurangnya ada sebuah yxi 0. Untuk mengetahui ρyxi yang tidak sama dengan nol, maka dilakukan pengujian secara parsial.

2. Pengujian Secara Parsial

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

a. Rumus uji t yang telah digunakan adalah:

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

Sumber : Sugiyono (2012: 184)

Hasilnya dibandingkan dengantabel t untuk derajat bebas n-k-1 dengan taraf signifikan 5%.

b. Hipotesis

H_{01} ; $\rho_1 = 0$, Tidak terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan Hotel Grand Pasundan Convention di Bandung.

H_{11} ; $\rho_1 \neq 0$, Terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan Hotel Grand Pasundan Convention di Bandung.

H_{12} ; $\rho_2 = 0$, Tidak terdapat pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan Hotel Grand Pasundan Convention di Bandung .

H_{12} ; $\rho_2 \neq 0$, Terdapat pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan Hotel Grand Pasundan Convention di Bandung.

c. Kriteria pengujian

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

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

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

3. Menggambar Daerah Penerimaan dan Penolakan



Gambar 3.2
Daerah Penerimaan dan Penolakan Hipotesis
Sumber : Arikuntoro (2012:161)

4. Penarikan Kesimpulan

Daerah yang diarsir merupakan daerah penolakan, dan berlaku sebaliknya. Jika t hitung jatuh di daerah penolakan (penerimaan), maka Ho ditolak (diterima) dan Ha diterima (ditolak). Artinya koefisian regresi signifikan (tidak signifikan).

Kesimpulannya, Kualitas pelayanan dan kepercayaan berpengaruh (tidak berpengaruh) terhadap loyalitas pelanggan. Tingkat signifikannya yaitu 5 % (α = 0,05), artinya jika hipotesis nol ditolak (diterima) dengan taraf kepercayaan 95%, maka kemungkinan bahwa hasil dari penarikan kesimpulan mempunyai kebenaran 95 % dan hal ini menunjukan adanya (tidak adanya pengaruh yang meyakinkan (signifikan) antara dua variabel tersebut.