BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITAN

3.1 Objek Penelitian

Husein Umar (2005:303), menyatakan 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". Berdasarkan pernyataan tersebut, maka dapat dikatakan bahwa objek penelitian merupakan sasaran yang ingin dicapai oleh peneliti untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu tentang suatu hal. Objek penelitian ini adalah Kualitas Pelayanan, Kepercayaan dan Loyalitas pelanggan di tempat wisata Imah Seniman Lembang Bandung.

3.2 Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif dan verifikatif. Menurut Sugiyono (2008: 21) "Metode Deskriptif adalah metode untuk menggambarkan atau menganalisis suatu hasil penelitian tetapi tidak digunakan untuk membuat kesimpulan yang lebih luas". Sedangkan metode verifikatif, yaitu memeriksa benar tidaknya apabila dijelaskan untuk menguji suatu cara dengan atau tanpa perbaikan yang telah dilaksanakan ditempat lain dengan mengatasi masalah yang serupa dengan kehidupan".

3.2.1 Desain Penelitian

Dalam melakukan penelitian sangat perlu dilakukan perencanaan dan perancangan penelitian, agar penelitian yang dilakukan dapat berjalan dengan baik dan sistematis. Moh.Nazir (2003:84) yang dikutip oleh Umi Narimawati (2010:29) menyatakan bahwa : "Desain penelitian adalah semua proses yang diperlukan dalam perencanaan dan pelaksanaan penelitian". Langkah-langkah dalam desain penelitian ini adalah :

1. Menetapkan permasalahan sebagai indikasi dari fenomena penelitian, selanjutnya menetapkan judul penelitian.
2. Mengidentifikasi permasalahan yang terjadi.
3. Menetapkan rumusan masalah.
4. Menetapkan tujuan penelitian.
5. Menetapkan hipotesis penelitian, berdasarkan fenomena dan dukungan teori.
6. Menetapkan konsep variabel sekaligus pengukuran variabel penelitian yang digunakan.
7. Menetapkan sumber data, teknik penentuan sampel dan teknik pengumpulan data.
8. Melakukan analisis data.
9. Melakukan pelaporan hasil penelitian.

Berdasarkan penjelasan di atas, maka dapat digambarkan desain dari penelitian ini, yaitu sebagai 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*	Pengunjung tempat wisata Imah Seniman Lembang Bandung	*Cross sectional*
T - 2	*Descriptive*	*Descriptive dan survey*	Pengunjung tempat wisata Imah Seniman Lembang Bandung	*Cross sectional*
T - 3	*Descriptive*	*Descriptive dan survey*	Pengunjung tempat wisata Imah Seniman Lembang Bandung	*Cross sectional*
T – 4	*Descriptive & verifikatif*	*Descriptive dan explanatory survey*	Pengunjung tempat wisata Imah Seniman Lembang Bandung	*Cross sectional*

3.2.2 Operasionalisasi Variabel

Untuk mempermudah mendapatkan data yang diperlukan bagi penilaian masalah yang diteliti, perlu adanya operasionalisasi variabel. Pengertian variabel penelitian menurut Sugiyono (2008:31), adalah:

"Variabel penelitian pada dasarnya adalah sesuatu hal yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya."

Operasionalisasi variabel diperlukan untuk menentukan jenis, indikator, serta skala dari variabel-variabel yang terkait dalam penelitian, sehingga pengujian hipotesis yaitu Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan terhadap Loyalitas

Konsumen dapat dilakukan dengan benar, maka variabel-variabel yang terkait dalam penelitian ini adalah:

1. Variabel Independen (X)

   Varibel Independen menurut Sugiyono (2008:39), adalah: "variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terkait)." Dalam penelitian ini, Kualitas Pelayanan sebagai variabel bebas pertama (X_1) Kepercayaan sebagai variabel bebas kedua (X_2)

2. Variabel Dependen (Y). Variabel Dependen menurut Sugiyono (2008:39), adalah: "variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas." Variabel dependen dalam penelitian ini adalah Loyalitas Pelanggan.

Tabel 3.2
Operasional Variabel

Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No Kuesioner
Kualitas pelayanan (X1)	kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Wyckoff dalam (Tjiptono, 2005:59)	**Bukti nyata** - Kelengkapan fasilitas - Kerapihan karyawan - Lokasi strategis	- Tingkat kelengkapan fasilitas - Tingkat Kerapi-han karyawan - Tingkat kestrategisan lokasi	Ordinal	1-3
		Kehandalan - Kecepatan dalam melakukan pelayanan - Keakuratan	- Tingkat Kecepatan dalam melakukan pelayanan - T ingkat Keakuratan		4-6

		Ketanggapan - Kepedulian karyawan - Kepedulian terhadap pelanggan - Kesiapan membantu kebutuhan pelanggan	- Tingkat Kepedulian Karyawan - Tingkat kepedulian terhadap pelanggan - Tingkat kesiapan membantu kebutuhan pelanggan		7-8
		Jaminan - Pengetahuan karyawan - Kesopanan karyawan - Kemampuan karyawan	- Tingkat pengetahuan kaywan - Tingkat kesopanan karyawan - Tingkat kemampuan karyawan		9-11
		Empati - Pemahaman akan kebutuhan pelanggan - Memberikan perhatian personal pada pelanggan	- Tingkat Pemahaman akan kebutuhan pelanggan - Tingkat Memberikan perhatian personal pada pelanggan		12-13
Kepercayaan (X2)	Kepercayaan adalah perekat yang memungkinkan perusahaan untuk mempercayai orang lain dalam mengorganisir dan menggunakan sumber daya	***Probility*** - Reputasi - Ketulusan karyawan	- Tingkat Reputasi - Tingkat Ketulusan karyawan	Ordinal	14-15
		Equity - kesesuaian harga yang diberikan pantas	- Tingkat kesesuaian harga yang diberikan pantas		16

	secara efektif dalam menciptakan nilai tambah Farida Jasfar (2009:167)	***Realibility*** - Konsistensi	- Tingkat konsitensi		17
Loyalitas Pelanggan (Y)	Loyalitas lebih mengacu pada wujud perilaku dari unit-unit pengambilan keputusan untuk melakukan pembelian secara terus-menerus terhadap barang atau jasa suatu perusahaan yang dipilih Griffin yang dikutip oleh Ratih Huriyati (2005:129)	***Repetition*** - kunjungan secara teratur - melakukan kunjungan kembali	- Tingkat kunjungan secara teratur - Tingkat melakukan kunjungan kembali	Ordinal	18-19
		Refferal - kunjungan pada tempat wisata yang lain.	- Tingkat kunjungan pada tempat wisata yang lain.		20
		Refers other - Merekomendasikan pada orang lain - Membicarajan hal yang positif	- Tingkat merekomendasikan pada orang lain. - Tingkat membicarakan hal yang positif.		21-22
		Retentio - penolakan terhadap tempat wisata lain.	- Tingkat penolakan terhadap tempat wisata lain.		23

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. Menurut Sugiyono (2008:37) data primer sebagai berikut : "Sumber primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Menggunakan data primer karena peneliti mengumpulkan sendiri data-data yang dibutuhkan yang bersumber langsung dari objek pertama yang akan diteliti". Dalam penelitian ini data primer diperoleh melalui wawancara dan penyebaran

kuesioner kepada responden yang telah melakukan kunjungan pada tempat wisata Imah Seniman Lembang Bandung. Sedangkan data sekunder diperoleh melalui informasi dari lain yang mendukung penelitian ini.

Sumber data sekunder menurut Sugiyono (2008:137) adalah : "sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data". Menggunakan data sekunder karena peneliti mengumpulkan informasi dari data yang telah diolah oleh pihak lain, yaitu informasi mengenai data-data terkait dengan tempat wisata Imah Seniman Lembang Bandung.

1. Populasi

Menurut Sugiyono (2008: 115) "Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya." Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang melakukan kunjungan ke tempat wisata Imah Seniman Lembang Bandung. Berdasarkan data dari pihak Imah Seniman jumlah konsumen yang melakukan kunjungan setiap tahunnya rata-rata sebanyak 720 orang.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu.

Teknik pengambilan sampel yang dilakukan dalam penelitian ini adalah *Probability Sampling,* yaitu teknik pengambilan sampel yang memberikan

peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. Teknik ini meliputi *Random Sampling* yang artinya pengambilan anggota sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada didalam populasi itu. (Sugiono, 2008:118).

Untuk mencari berapa besar sampel yang dapat mewakili dalam penelitian ini, digunakan rumus besar sampel yang dikemukakan oleh Jalaludin Rahmat (2004:82) dengan perhitungan rumus sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{\left(N.d^2\right)+1}$$

Dimana :N=Populasi, n=Sampel, d²=Tingkat Ketelitian (10%)

Jadi perhitungannya sebagai berikut :

$$n = \frac{720}{\left(720.10\%^2\right)+1} = 87.81 \approx 88$$

$$n = 88$$

Dapat disimpulkan dari hasil perhitungan di atas maka jumlah total responden dalam penelitian ini berjumlah 88 orang. Berdasarkan hasil perhitungan tersebut maka penulis membulatkan jumlah sempel menjadi 90 orang.

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 primer ini didapatkan berdasarkan telnik-teknik sebagai berikut:

1. Observasi (Pangamatan Langsung)

   Melakukan pengamatan secara langsung dilokasi untuk memperoleh data yang diperlukan. Observasi dilakukan dengan mengamati kegiatan-kegiatan yang dilakukan karyawan Imah Seniman Lembang Bandung yang berhubungan dengan variabel penelitian. Hasil dari observasi dapat dijadikan data pendukung dalam menganalisis dan mengambil kesimpulan.

2. Kuesioner

   Teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara menyebarkan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk kemudian dijawabnya. Kuesioner yang digunakan adalah kuesioner tertutup yang telah diberi skor. Kuesioner tersebut berisi daftar pertanyaan yang ditujukan kepada responden yang berhubungan dengan variabel penulis yaitu tingkat pendidikan, pengalaman kerja, dan kinerja karyawan.

Penelitian kepustakaan (*Library Research*) merupakan data yang diperoleh yaitu data sekunder, dengan mendapatkan informasi secara tidak langsung dari pihak lain. Data sekunder tersebut diperoleh dengan cara:

1. Dokumentasi

Pengumpulan data yang dilakukan dengan menelaah dokumen-dokumen yang ada di perusahaan

3.2.4.1 Uji Validitas

Menurut Cooper (2006) yang dikutip oleh Umi Narimawati, Sri Dewi Anggadini, dan Linna Ismawati (2010:42) mengemukakan: "*Validity is a characteristic of measuraenment concerned with the extent that a test measures what the researcher actually wishes to measure*."

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui tingkat kevalidan dari instrumen (kuesioner) yang digunakan dalam pengumpulan data yang diperoleh dengan cara mengkorelasi setiap skor variable jawaban responden dengan total skor masing-masing variabel. Uji validitas dilakukan dengan menghitung korelasi diantara masing-masing pernyataan dengan skor total.

Adapun rumus dari pada korelasi pearson adalah sebagai berikut:

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

ket :

r : Koefisien korelasi pearson

X : Skor item pertanyaan

Y : Skor total pertanyaan

N : Jumlah responden dalam pelaksaan uji coba instrumen

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

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

Dimana :

n : Ukuran sample

r : Koefisien korelasi person

Keputusan pengujian validitas instrument dengan menggunakan taraf signifikan dengan 5 % satu sisi adalah:

1. Item instrument dikatakan valid jika t_{hitung} lebih dari atau sama dengan $t_{0,05(165)}$=1,9744 maka instrument tersebut dapat digunakan.
2. Item instrument dikatakan tidak valid jika t_{hitung}kurang dari $t_{0,05(165)}$=1,9744 maka instrument tersebut tidak dapat digunakan.

ket :

r : Koefisien korelasi pearson

X : Skor item pertanyaan

Y : Skor total pertanyaan

N : Jumlah responden dalam pelaksaan uji coba instrumen

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

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

Dimana :

n : Ukuran sample

r : Koefisien korelasi person

Keputusan pengujian validitas instrument dengan menggunakan taraf signifikan dengan 5 % satu sisi adalah:

3. Item instrument dikatakan valid jika t_{hitung} lebih dari atau sama dengan $t_{0,05(165)}$=1,9744 maka instrument tersebut dapat digunakan.
4. Item instrument dikatakan tidak valid jika t_{hitung}kurang dari $t_{0,05(165)}$=1,9744 maka instrument tersebut tidak dapat digunakan.

Hasil perhitungan uji validitas ditentukan dengan kriteria yang digunakan adalah item valid berarti layak untuk digunakan dalam pengujian hipotesis. Valid tidaknya suatu alat ukur digunakan pendekatan secara statistika, yaitu melalui nilai koefisien korelasi skor butir pernyataan dengan skor totalnya, dan apabila koefisien korelasinya > 0,30 (Azwar Saefuddin, 1999:158) maka pernyataan tersebut dinyatakan valid, sedangkan jika korekasinya < 0,30 menunjukan bahwa data tersebut tidak valid dan akan disisihkan dari analisis selanjutnya.

Perhitungan validitas item instrumen dilakukan dengan bantuan program SPSS 19 *for windows*. Berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan SPSS 19 *for windows* diperoleh hasil uji sebagai berikut :

Tabel 3.3
Hasil Pengujian Validitas Variabel (X1, X2 dan Y)

No	Variabel	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1	Kualitas pelayanan (X1)	0,556	0,30	Valid
2		0.637	0,30	Valid
3		0.655	0,30	Valid
4		0.411	0,30	Valid
5		0.545	0,30	Valid
6		0.405	0,30	Valid
7		0.448	0,30	Valid
8		0.445	0,30	Valid
9		0.583	0,30	Valid
10		0.415	0,30	Valid
11		0.627	0,30	Valid
12		0,449	0,30	Valid
13		0,591	0,30	Valid
14		0,443	0,30	Valid
15	Kepercayaan Pelanggan (X2)	0.675	0,30	Valid
16		0.430	0,30	Valid
17		0.461	0,30	Valid
18		0.338	0,30	Valid
19	Loyalitas Pelanggan (Y)	0.308	0,30	Valid
20		0.687	0,30	Valid
21		0.605	0,30	Valid
22		0.372	0,30	Valid
23		0.577	0,30	Valid
24		0.597	0,30	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data 2013

Berdasarkan hasil pengolahan data di atas pengukuran validitas untuk variabel kualitas pelayanan, kepercayaan pelanggan dan loayalitas pelanggan menunjukkan bahwa dari 24 item pertanyaan semuanya valid, karena skor r hitung lebih besar dari r kritis 0.30.

3.2.4.2 Uji Reliabilats

Menurut Cooper (2006: 761) 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 reliabilitas dapat diartikan sebagai suatu karakteristik terkait dengan keakuratan, ketelitian dan kekonsistenan.

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 menunjukan hasil indeks korelasi yang menyatakan ada atau tidaknya hubungan antara dua belahan instrument. Dalam penelitian ini, metode yang digunakan untuk uji reliabilitas adalah *split Half Method* (*Spearman-Borwn Correlation*) teknik belah dua.

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). Cara kerjanya adalah sebagai berikut:

1. Item dibagi dua secara acak (misalnya item ganjil/genap), kemudian dikelompokan dalam kelompok I dan kelompok II.
2. Skor untuk masing-masing kelompok dijumlahkan sehingga terdapat skor total untuk kelompok I dan kelompok II.
3. Korelasikan skor total kelompok I dan skor total kelompok II.
4. Korelasikan skor total kelompok I dan kelompok II

$$\frac{2\Gamma b}{1+\Gamma b}$$

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

$$\Gamma_1 = \frac{2\Gamma_b}{1+\Gamma_b}$$

Dimana :

Γ1 : Realiabilitas internal seluruh item

Γb :Korelasi product moment antara belahan pertama dan belahan kedua

Untuk melihat andal tidaknya suatu alat ukur digunakan pendekatan secara statistika, yaitu melalui koefisien reliabilitas. Apabila koefesien reliabilitas lebih besar dari 0.70 maka secara keseluruhan pernyataan dinyatakan andal (reliabel).

Pengujian reliabilitas instrumen dilakukan terhadap 90 responden dengan tingkat signifikansi 5% dan derajat kebebasan (dk) n-2 (90-2=88) dengan menggunakan *software* komputer SPSS (S*tatistical Product for Service Solution*) 19.0, diketahui bahwa semua vriabel reliabel, hal ini dikarenakan Cσ masing-masing variabel lebih besar dibandingkan dengan koefisien *alpha cronbach* yang bernilai > 0,60, berikut tabel uji reliabilitas instrumen penelitian:

TABEL 3.4
HASIL PENGUJIAN RELIABILITAS VARIABEL (X) DAN (Y)

No	Variabel	*alpha cronbach*	Hasil	Keterangan
1	Kualitas Pelayanan	> 0,60	0,740	Reliabel
2	Kepercayaan Pelanggan	> 0,60	0,736	Reliabel
3	Loyalitas Pelanggan	> 0,60	0,741	Reliabel

Sumber: Hasil Pengolahan Data 2013

Berdasarkan tabel di atas kedua variabel yang digunakan adalah *reliabel*, karena r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel}.

3.2.5 Rancangan Analisis dan Pengujian Hipotesis

3.2.5.1 Rancangan Analisis

Rancangan analisis adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang telah diperoleh dari hasil observasi lapangan, dan dokumentasi dengan cara mengorganisasikan data kedalam kategori, menjabarkan kedalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun kedalam pola, memilih mana yang lebih penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain. Peneliti melakukan analisa terhadap data yang telah diuraikan dengan menggunakan metode deskriptif (kualitatif) dan verifikatif (kuantitatif).

Sebelum kuesioner digunakan untuk pengumpulan data yang sebenarnya, terlebih dahulu dilakukan uji coba kepada resonden 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 sebagi alat ukur untuk pengumpulan data penelitian.

1. **Analisis Deskriptif atau Kualitatif**

Penelitian tempat wisata Imah Seniman deskriptif digunakan untuk mengambarkan bagaimana kualitas pelayanan, kepercayaan dan loyalitas pelanggan. Langkah-langkah yang dilakukan dalam penelitian kualitatif adalah sebagai berikut :

a. Setiap indikator yang dinilai oleh responden, diklasifikasikan dalam lima alternatif jawaban yang menggambarkan peringkat jawaban.
b. Dihitung total skor setiap variabel / subvariabel = jumlah skor dari seluruh indikator variabel untuk semua jawaban responden.
c. Dihitung skor variabel/subvariabel = rata-rata dari total skor.
d. Untuk menjawab deskripsi tentang masing-masing variabel penelitian ini, digunakan rentang kriteria penilaian sebagai berikut :

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

Menurut Arikunto (2006:246), data yang sudah sampai ke prosentase lalu ditafsirkan dengan kalimat-kalimat yang bersifat kualitatif, dimana hasil persentase itu dapat digolongkan sebagai berikut :

Tabel 3.5
Kriteria Persentase Skor Tanggapan Responden
Terhadap Skor Ideal

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

Sumber : Arikunto (2006:246)

Melalui tabel 3.5 di atas, maka dapat ditentukan kriteria untuk masing-masing variabel yaitu kualitas pelayanan, kepercayaan pelanggan dan loyalitas pelanggan yang akan ditunjukkan dalam table-tabel sebagai berikut :

Tabel 3.6
Kriteria Persentase Skor Tanggapan Responden
Mengenai Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan

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

Tabel 3.6 menunjukkan kriteria skor tanggapan responden yang akan digunakan untuk menentukkan kriteria variabel kualitas pelayanan dan Kepercayaan.

Tabel 3.7
Kriteria Persentase Skor Tanggapan Responden
Mengenai Loyalitas

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

Tabel 3.7 menunjukkan kriteria skor tanggapan responden yang akan digunakan untuk menentukkan kriteria variabel loyalitas pelanggan.

Importance Performance Analysis (IPA)

Importance-Performance Analysis digunakan untuk mengetahui kesenjangan antara kinerja dengan harapan dari produk layanan dan *Customer Satisfaction Index* yang digunakan untuk menganalisis tingkat kepuasan pelanggan secara keseluruhan. Dalam konsep ini diformulasikan 5 dimensi yaitu *Tangible, Realibility, Responsibility, Assurance* dan *Empathy.* Salah satu ciri khas dari indeks kepuasan pelanggan yang dihasilkan oleh *ServQual* ini adalah

perhitungan berdasarkan gap. Hal ini dapat terjadi karena responden ditanyakan dua kali untuk setiap produk layanan, yaitu harapan dan persepsinya.

Importance-Performance Analysis terdiri atas dua kemponen yaitu, analisis kuadran dan analisis kesenjangan *(gap).* Dengan analisis kuadran dapat diketahui respon konsumen terhadap produk layanan yang diplotkan berdasarkan tingkat kepentingan dan kinerja dari produk layanan tersebut. Sedangkan analisis kesenjangan *(gap)* digunakan untuk melihat kesenjangan antara kinerja suatu produk layanan dengan harapan konsumen terhadap produk layanan tersebut.

Langkah pertama untuk analisis kuadran adalah menghitung rata-rata penilaian kepentingan dan kinerja setiap produk layanan dengan rumus:

$$\overline{Xi} = \frac{\sum_{i=1}^{k} Xi}{n}$$

$$\overline{Yi} = \frac{\sum_{i=1}^{k} Yi}{n}$$

Di mana:

$\overline{Xi}$ = Bobot rata-rata tingkat penilaian kinerja produk layanan ke-i

$\overline{Yi}$ = Bobot rata-rata tingkat penilaian kepentingan produk layanan ke-i

n = Jumlah responden

Langkah selanjutnya adalah menghitung rata-rata tingkat kepentingan dan kinerja untuk keseluruhan produk layanan dengan rumus:

$$\overline{\overline{Xi}} = \frac{\sum_{i=1}^{k} \overline{Xi}}{n}$$

$$\overline{\overline{Yi}} = \frac{\sum_{i=1}^{k} \overline{Yi}}{n}$$

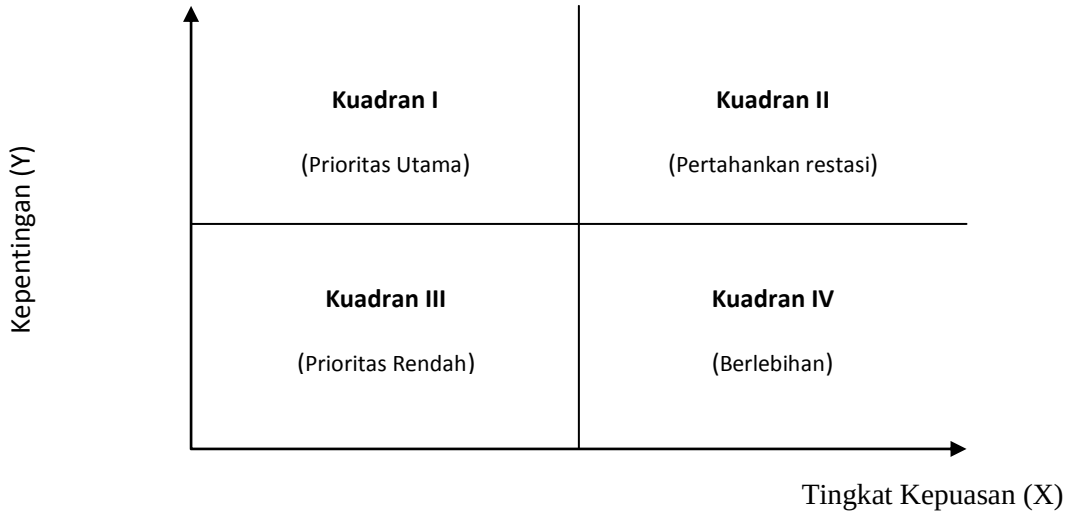
Di mana:

$\overline{Xi}$ = Nilai rata-rata kinerja produk layanan

$\overline{Yi}$ = Nilai rata-rata kepentingan produk layanan

n = Jumlah produk layanan

Nilai $\overline{\overline{X}}$ ini memotong tegak lurus pada sumbu horizontal, yakni sumbu yang mencerminkan kinerja produk layanan (X) sedangkan nilai $\overline{\overline{Y}}$ memotong tegak lurus pada sumbu vertikal, yakni sumbu yang mencerminkan kepentingan produk layanan (Y). setelah diperoleh bobot kinerja dan kepentingan produk layanan serta nilai rata-rata kinerja dan kepentingan produk layanan, kemudian nilai-nilai tersebut diplotkan ke dalam diagram kartesius seperti yang ditunjukkan pada Gambar 3.1.



Gambar 3.1. Kuadran *Importance-Performance Analysis*

Diagram ini terdiri atas empat kuadran (Supranto, 2001):

Kuadran I (Prioritas Utama). Kuadran ini menunjukan faktor atau atribut yang di anggap mempebgaruhi kepuasan pelanggan, termasuk unsur – unsur jasa yang di anggap sangat penting, namun manajemen belum melaksanakannya sesuai keinginan pelanggan. Sehingga mengecewakan/ tidak puas.

Kuadran II (Pertahankan Prestasi). Menunjukan unsur jasa pokok yang telah berhasil dilaksanakan perusahaan, untuk itu wajib dipertahankan. Dianggap sangat penting dan sangat memuaskan.

Kuadran III (Prioritas Rendah). Menunjukan beberapa faktor yang kurang penting pengaruhnya bagi pelanggan, pelaksanaannya oleh perusahaan biasa - biasa saja. Dianggap kurang penting dan kuranng memuaskan.

Kuadran IV (Berlebihan). Menunjukan faktor yang mempengaruhi pelanggan kurang penting. Akan tetapi pelaksanaannya berlebihan. Dianggap kurang penting tetapi sangat memuaskan.

1. 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. Data yang diperoleh sebagai hasil penyebaran dari kuesioner bersifat ordinal, maka agar analisis dapat dilanjutkan maka skala pengukurannya harus dinaikkan ke skala pengukuran yang

lebih tinggi, yaitu skala pengukuran interval agar dapat diolah lebih lanjut.Untuk itu maka digunakan *Method of Succesive Interval* (MSI) Harun Al Rasyid, yang pada dasarnya adalah suatu prosedur untuk menempatkan setiap objek ke dalam interval.

Langkah-langkah untuk melakukan transformasi data menurut Harun Al Rasyid adalah:

1. Menentukan frekuensi tiap responden (berdasarkan hasil kuesioner yang dibagikan, hitung berapa banyak responden yang menjawab skor 1-5 untuk setiap pertanyaan.
2. Menentukan proporsi setiap responden yaitu dengan cara membagi frekunsi dengan jumlah sampel.
3. Menentukan proporsi secara berurutan untuk setiap responden sehingga diperoleh proporsi kumulatif yang dianggap menyebar mengikuti sebaran normal baku.
4. Menentukan nilai Z untuk masing-masing proporsi kumulatif yang dianggap menyebar mengikuti sebaran normal baku.
5. Menghitung Scale Of Value (SV) untuk masing-masing proporsi responden, dengan rumus:

$$\text{Means of Interval} = \frac{(\text{Density at lower limit}) - (\text{Density at Upperlimit})}{(\text{Area Under Upper Limit}) - (\text{Area Under Lower Limit})}$$

Dimana :

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

6. Mengubah *Scale Of Value*(SV) terkecil menjadi sama dengan satu (1) dan mentrasformasikan masing-masing skala menurut perubahan skala terkecil sehingga diperoleh *Transformed Scale Of Value* (TSV) dengan rumus $Y = SV + \left[1 + \left|SV \min\right|\right]$

7. Pada prinsipnya, menaikkan data dari skala ordinal menjadi data interval merupakan hal yang relatif mudah, namun karena setiap atribut harus dinaikkan satu per satu, maka pekerjaan ini menjadi rumit dan membosankan karena membutuhkan ketelitian dan waktu yang relatif lama. Untuk mengatasi masalah ini, peneliti menggunakan program MSI pada *Ms.Excel* yang digunakan untuk mentransformasikan dari data ordinal menjadi data interval.

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.

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

Dimana,

Y = variabel dependen

X_1, X_2 = variabel independen

α = konstanta

β_1, β_2 = koefisien masing-masing faktor

Dalam hubungan dengan penelitian ini, variabel independen adalah Kualitas Pelayanan (X_1) dan Kepercayaan Pelanggan(X_2), sedangkan variabel dependen adalah Loyalitas Konsumen (Y), sehingga persamaan regresi berganda estimasinya:

$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$

Dimana :

Y = Loyalitas Pelanggan

α = Konstanta dari persamaan regresi

β_1 = koefisien regresi dari variable X_1

β_2 = koefisien regresi dari variable X_2

3. Analisis Korelasi Berganda

Menurut Sugiyono (2008), pengujian korelasi digunakan untuk mengetahui pengaruh hubungan antara beberapa variabel bebas terhadap variabel terikat secara bersama-sama, dengan menggunakan pendekatan Korelasi Berganda dengan rumus :

$$\mathbf{rx_1y} = \frac{\mathbf{n(\sum X_1 Y) - (\sum X_2 \sum Y)}}{\sqrt{\left[\mathbf{n\sum X_1{}^2 - (\sum X_1)^2}\right]\left[\mathbf{n\sum Y^2 - (\sum Y)^2}\right]}}$$

dimana :

r = koefisien korelasi

X_1=Variabel Bebas pertama (Kualitas Pelayanan)

X_2 = Variabel Bebas Kedua (Kepercayaan)

Y = Variabel Terikat (Loyalitas Pelanggan)

Nilai r berkisar antara -1,00 sampai dengan 1,00. Jika dalam perhitungan ternyata diperoleh harga r yang lebih besar dari +1 atau lebih kecil dari -1, hal tersebut mengindikasikan adanya kekeliruan dalam perhitungan. Apabila nilai r negatif berarti terdapat korelasi yang negatif atau hubungan yang berlawanan arah antara variabel X dengan variabel Y. Sedangkan bila nilai r positif berarti terdapat hubungan yang positif atau hubungan yang searah antara variabel X dengan variabel Y. Interpretasi harga koefisien korelasi :

a. Apabila r = 0 atau mendekati 0, maka korelasi antara kedua variabel sangat lemah dan tidak terdapat korelasi sama sekali.
b. Apabila r = +1 atau mendekati 1, maka korelasi antara kedua variabel sangat kuat serta terjadi korelasi yang searah (jika X naik maka Y pun naik).
c. Apabila r = -1 atau mendekati -1, maka korelasi antara kedua variabel sangat kuat sekali serta terjadi korelasi yang berlawanan (jika X naik maka Y turun atau sebaliknya).

Tabel 3.8
Pedoman untuk memberikan interprestasi koefisien korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat Rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat Kuat

Sumber : Sugiyono (2008;250)

4. Analisis Koefisien Determinasi

Koefisien Determinasi (r^2) adalah untuk menafsirkan signifikansi koefisien korelasi yang dinyatakan dalam persen (%) variasi yang terjadi dalam variabel

disebabkan oleh variasi yang terjadi dalam variabel X. adapun rumus koefisien determinasi adalah :

$KD = r^2 \times 100\%.$

Keterangan :

Kd = Koefisien determinasi

r^2 = koefisien korelasi

3.2.5.2 Pengujian Hipotesis

Langkah terakhir dari analisis data yaitu menguji hipotesis dengan tujuan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan yang cukup jelas dan dapat dipercaya anatara variabel independen dengan variabel dependen, yang pada akhirnya akan diambil suatu kesimpulan Ho ditolak atau Ha diterima dari hipotesis yang telah dirumuskan. Pengujian hipotesis dalam penelitian ini akan diuji melalui Uji-F dan Uji-t.

1. Pengujian Secara Simultan/Total

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

a. Rumus uji F yang digunakan adalah

$$F = \frac{(n-k-1)R^2_{Y.X.....}}{k(1-R^2_{Y.X.....})}$$

`

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 antara 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 variable bebas (kualitas pelayanan dan kepercayaan) tidak dapat menjelaskan perubahan nilai variable terikat (loyalitas pelanggan) ditolak dan sebaiknya.

b. Hipotesis

H0;ρ = 0 Secara simultan kualitas pelayanan dan kepercayaan tidak berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan pada tempat wisata Imah Seniman Lembang Bandung.

H0;ρ = 0 Secara simultan Kualitas pelayanan dan kepercayaan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan pada tempat wisata Imah Seniman Lembang Bandung.

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:

Tabel 3.9
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 H0 ditolak, artinya sekurang kurangnya ada sebuah ρyxi ≠ 0. Untuk mengetahui ρyxi yang tidak sama dengan nol, maka dilakukan pengujian secara parsial.

2. Pengujian Secara Parsial

Melakukan uji-t, untuk menguji pengarah masing masing variable bebas terhadap variable terikat hipotesis sebagai berikut:

a. Rumus uji t yang digunakan adalah:

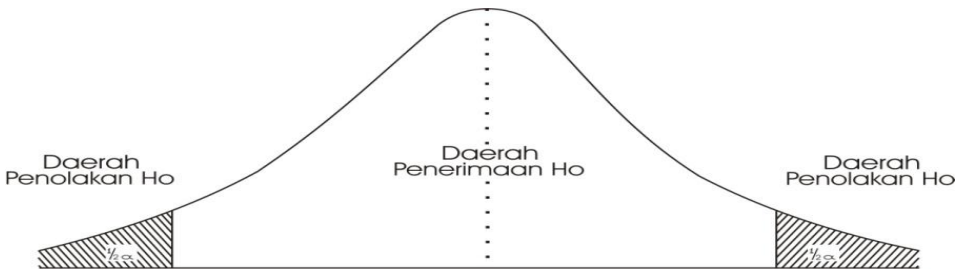
$$t_{hitung}(X_2) = \frac{b}{se(b)}$$

Hasilnya dibandingkan dengan table t untuk derajat bebas n-k-1 dengan taraf signifikasi 5%.

Dari hasil perhitungan t_{hitung} tersebut maka diadakan suatu kriteria :

Jika nilai t_{hitung} > nilai t_{tabel}, maka Ho ditolak

Jika nilai t_{hitung} < nilai t_{tabel}, maka Ho diterima



Gambar 3.2
Pengujian hipotesis uji dua pihak

b. Hipotesis

pada taraf kesalahan 0,05 dengan derajat kebebasan dk (n-2) serta pada uji satu pihak, yaitu uji pihak kanan. Secara statistik, hipotesis yang

akan diuji dalam rangka pengambilan keputusan penerimaan atau penolakan hipotesis dapat ditulis sebagai berikut :

H_{01} : $\rho_1 = 0$, artinya tidak terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada tempat wisata Imah Seniman Lembang Bandung.

H_{11} : $\rho_1 \neq 0$, artinya terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada tempat wisata Imah Seniman Lembang Bandung.

H_{02} : $\rho_2 = 0$, artinya tidak terdapat pengaruh kepercayaan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada tempat wisata Imah Seniman Lembang Bandung.

H_{12} : $\rho_2 \neq 0$, artinya terdapat pengaruh kepercayaan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada tempat wisata Imah Seniman Lembang Bandung.

c. Kriteria pengujian

Untuk mengetahui apakah Ho diterima atau ditolak, digunakan uji signifikasi yaitu :

Jika t hitung > t tabel 0,05 (dk = n-2), maka Ho = ditolak, H1 diterima

Jika t hitung < t tabel 0,05 (dk = n-2), maka Ho = diterima, H1 ditolak

Dimana :

1. Dengan tingkat signifikasi (α) = 0,05
2. Derajat kebebasan (dk) = n-2