BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Objek penelitian menurut Husein Umar (2005:303) :“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”.

Di dalam penelitian ini, penulis mengemukakan dua variabel yang akan diteliti. Adapun variabel yang akan diteliti di dalam penelitian ini adalah :

1. Variabel *independent* (variabel bebas), yaitu variabel yang menjadi sebab terjadinya atau terpengaruhnya variabel dependent (variabel tidak bebas). Variabel *independent* (variabel X1) dalam penelitian ini adalah pelayanan Prima dan (variabel X2) Harga
2. Variabel *dependent* (variabel tidak bebas), yaitu variabel yang dipengaruhi oleh variabel *independent.* Variabel *dependent* (variabel Y) dalam penelitian ini adalah Loyalitas Pelanggan

Pelayanan Prima dan Harga merupakan faktor penyebab, sedangkan Loyalitas Pelanggan faktor akibat.

Objek penelitian ini dilakukan pada konsumen yang melakukan pembelian di Anggrek Shopping Hotel Bandung.

3.2 Metode Penellitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dengan pendekatan verifikatif.

Sugiyono (2013:56) mengemukakan, penelitian deskriptif adalah "Penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih"

Mashuri (2008 : 45) 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."

Dalam Usulan Penelitian ini metode yang digunakan adalah metode kuisioner dan melakukan survei penelitian yang mengambil sampel dari populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat untuk pengumpulan data.

3.2.1 Desain Penelitian

Perencanaan dan perancangan penelitian dalam melakukan suatu penelitian sangat diperlukan agar penelitian yang sedang dilakukan dapat berjalan dengan baik dan sistematis.

Moh. Nazir (2013:70) menyatakan bahwa "Desain Penelitian adalah semua proses yang diperlukan dalam perencanaan dan pelaksanaan 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, Sri Dewi Anggadini dan Linna Ismawati (2010:30) adalah:

1. Menetapkan permasalahan sebagai indikasi dari fenomena penelitian, selanjutnya menetapkan judul penelitian;
2. Mengidentifikasi permasalahan yang sedang 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 pebjelasan di atas, maka dapat digambarkan desain penelitian dari penelitian ini, yaitu sebagai berikut .

Dari pengertian-pengertian tersebut diatas maka dapat disimpulkan bahwa desain penelitian merupakan proses keseluruhan penelitian yang dilakukan oleh penulis dalam pelaksanaan penelitian mulai dari perencanaan sampai dengan pelaksanaan penelitian yang dilakukan dengan cara pemilihan, pengumpulan, dan analisis data. Oleh sebab itu, membuat desain penelitian sangat penting agar penelitian yang dilakukan dapat berjalan dengan baik dan sistematis.

Desain penelitian yang dibuat adalah sebagai berikut:

1. Mencari serta menetapkan fenomena yang terjadi pada Anggrek Shopping Hotel Bandung dan selanjutnya menetapkan judul penelitian.
2. Mengidentifikasi masalahan yang terjadi pada Anggrek Shopping Hotel Bandung
3. Menetapkan tujuan penelitian yang dilakukan pada Anggrek Shopping Hotel Bandung
4. Merumuskan masalah dari tujuan dan hipotesis untuk diuji. Masalah yang diteliti dalam penelitian ini adalah Pelayanan Prima (X_1), Harga (X_2) serta Loyalitas Pelanggan(Y)
5. Menetapkan hipotesis penelitian sesuai dengan fenomena yang terjadi pada Anggrek Shopping Hotel Bandung
6. Menyimpulkan penelitian agar dapat diperoleh penjelasan dan jawaban atas identifikasi masalah dalam penelitian yang sedang dikerjakan

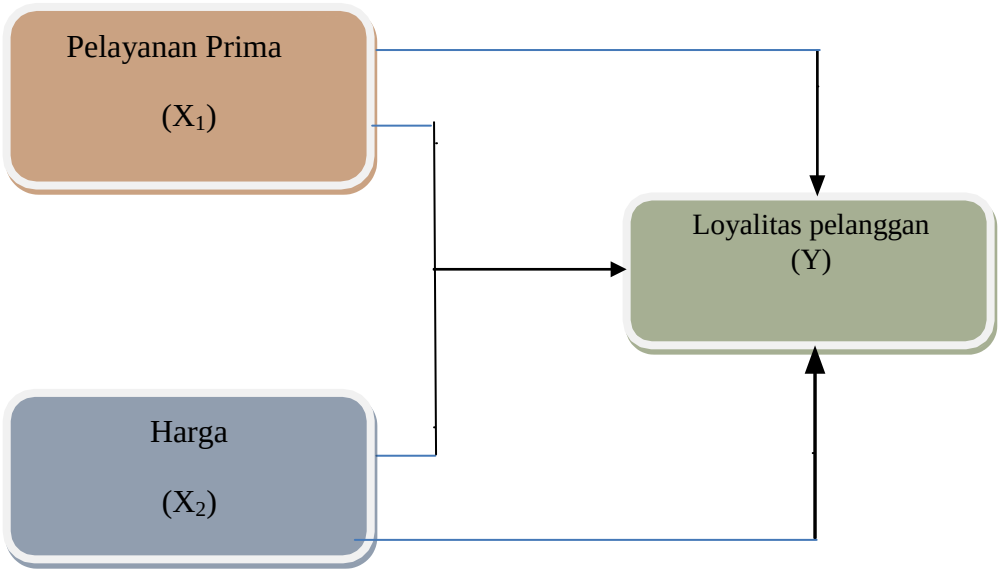
Tabel 3.1

Desain Penelitian

Tujuan Penelitian	**Desain Penelitian**			
	Jenis Penelitian	**Metode yang digunakan**	**Unit Analisis**	**Time Horizon**
T-1	*Descriptive*	*Descriptive* dan *Survey*	Loyalitas pelanggan pada Anggrek Shopping Hotel Bandung	*Cross Sectional*
T-2	*Descriptive*	*Descriptive* dan *Survey*	Loyalitas pelanggan pada Anggrek Shopping Hotel Bandung	*Cross Sectional*
T-3	*Descriptive*	*Descriptive* dan *Survey*	Loyalitas pelanggan pada Anggrek Shopping Hotel Bandung	*Cross Sectional*
T-4,5,6	*Descriptive & Verifikatf*	*Descriptive* dan *Explanatory Survey*	Loyalitas pelanggan pada Anggrek Shopping Hotel Bandung	*Cross Sectional*

Desain penelitian ini menggunakan pendekatan paradigma hubungan antara dua variabel bebas yang mempunyai hubungan dengan satu variabel tergantung.

Desain penelitian tersebut dapat digambarkan sebagai berikut :



Gambar 3.1

Desain Peneltian

3.2.2 Operasional Variabel

Sugiyono (2013:60), "Variabel penelitian pada dasarnya adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya."

Operasional variabel dimaksudkan untuk mengetahui pengaruh pengukuran variabel-variabel penelitian.

Variabel bebas (*Independent Variable*)

Variabel bebas adalah variabel yang menjadi penyebab atau timbulnya variabel *dependent* (terikat). Adapun yang menjadi variabel *independent* dalam penelitian ini adalah Pelayanan Prima dan Harga

Variabel terikat (*Dependent Variabel*)

Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel *dependent* adalah Loyalitas Pelanggan Operasionalisasi variabel dalam penelitian ini secara lebih jelas dapat dilihat pada tabel 3.2 berikut ini :

Tabel 3.2

Operasionalisasi Variabel Penelitian

Variabel	**Konsep Variabel**	**Indikator**	**Ukuran**	**Skala**	**No kusioner**
Pelayanan Prima (X1)	Menurut Barata (2003:27) pelayanan prima adalah kepedulian kepada pelangggan dengan memberi layanan terbaik untuk memfasilitasi kemudahan pemenuhan kebutuhan dan mengwujudkan kepuasannya agar mereka selalu loyal kepada organisasi/ perusahaan.	1.kemampuan	1.Tingkat kemampuan berkomunikasi pada pelanggan	O R D I N A l	1,2,3,4,5,6, 7,8,9
		2.sikap	2.Tingkat sikap terhadap pelanggan		
		3.penampilan	3.tingkat penampilan terhadap pelanggan		
		4.perhatian	4.tingkat perhatian		
		5.tindakan	5.tingkat tindakan membantu pelanggan		
		6.tanggung jawab	6.tingkat tanggung jawab Melaksanakan pekerjaan		
Harga(X2	harga adalah jumlah uang	1.Penilaian mengenai harga	1.Tingkat penilain harga	O R	10,11,12

	yang dibebankan atas suatu produk atau jasa (Kotler, 2001).	secara keseluruhan		D I N A l	
		2.Respons terhadap kenaikan harga	2.Tingkat respon terhadap kenaikan harga		
		3.Harga produk tertentu dibandingkan ditempat lain.	3.Tingkat perbedaan harga		
Loyalitas pelanggan (Y)	Tjiptono (2002:110) Loyalitas pelanggan adalah komitmen pelanggan terhadap suatu merek, toko, pemasok berdasarkan sikap yang sangat positif dan tercermin dalam pembelian ulang yang konsisten.	1.melaukan pembelian ulang secara teratur	1.Tingkat pembelian ulang	O R D I N A l	13,14,15
		2.membeli antar lini produk atau jasa	2.tingkat pembelian lini produk		
		3.mereferensikan terhadap orang lain	3.tingkat mereferresikan produk ke orang lain		
		4.menunjukkan kekebalan dari daya tarik sejenis	4.tingkat menunjukan kekebalan daya tarik produk sejenis		

3.2.3 Sumber dan Teknik Penentuan Data

3.2.3.1 Sumber Data

Dalam penelitian ini mengenai Pelayanan Prima, Harga, dan Loyalitas Pelanggan merupakan data primer.

Sugiyono (2013:193), mengatakan bahwa “Sumber primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data.”

Peneliti mengumpulkan sendiri data-data yang dibutuhkan, yang di dapat dari objek yang akan diteliti, kemudian data tersebut diolah menjadi sebuah

informasi untuk peneliti. Data primer dalam penelitian ini adalah hasil dari survey dan pengambilan data langsung.

Sugiyono (2013:193), sumber data sekunder adalah “Sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau dokumen”. Menggunakan data sekunder dikarenakan peneliti mengumpulkan informasi dari data yang telah diolah oleh pihak lain, yaitu informasi mengenai data-data terkait Pelayanan Prima, Harga dan Loyalitas Pelanggan merupakan data primer.

3.2.3.2 Teknik Penentuan Data

Sebelum menentukan data yang akan diambil untuk dijadikan sampel, terlebih dahulu dikemu kakan tentang populasi dan sampel.

a. Populasi

   Menurut Umi Narimawati (2008:161) Populasi adalah “Objek atau subjek yang memiliki karakteristik tertentu sesuai informasi yang ditetapkan oleh peneliti, sebagai unit anallisis penelitian. Maka dalam penelitian ini sasaran populasi yang akan dipilih adalah pelanggan yang pernah melakukan pembelian di Anggrek Shopping Hotel Bandung.dengan jumlah kamar 41,jenis –jenis kamar superior Rp.907.00 dengan jumlah 11 kamar ,delux Rp 1.020.600 dengan jumlah 10 kamar ,junior suite Rp 1.360.800 dengan jumlah 10 kamar dan dan family suite Rp 1.701.000 dengan jumlah kamr 10. Yang menginap dalam satu bulan 3.600 orang.

b. Sampel

Menurut Sugiyono (2004;73), mengatakan bahwa pengertian sampel adalah "Sampel bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut".

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

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

Keterangan : n= jumlah sampel
N= jumlah populasi
e= batas kesalahan yang ditoleransi (1%, 5%, 10%)

$$\frac{3.600}{1 + 3600\ (0{,}1)^2}$$

$$n = \frac{3.600}{37} = 97\ atau\ dibulatkan\ menjadi\ 100$$

Dari hasil mengumpulkan sampel maka dibulatkan menjadi 100. Sehingga jumlah sampel yang diambil 100 konsumen.

3.2.4 Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, untuk memperoleh data yang diperlukan, penulis menggunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut :

Penelitian lapangan (*Field Research*), dilakukan dengan cara melakukan peninjauan langsung pada perusahaan yang menjadi objek penelitian demi mendapatkan data primer

Data primer ini didapatkan melalui teknik – teknik sebagai berikut

a. Observasi (Pengamatan Langsung)

Melakukan pengamatan secara langsung di Anggrek Shopping Hotel Bandung demi memperoleh data yang diperlukan. Observasi dilakukan dengan mengamati kegiatan perusahaan yang berhubungan dengan variabel penelitian. Kemudian hasil dari observasi dapat dijadikan data pendukung dalam menganalisis dan mengambil kesimpulan.

b. Wawancara atau interview

Merupakan teknik pengumpulan data dengan memberikan pertanyaan-pertanyaan kepada pihak-pihak yang berkaitan dengan masalah. Penulis melakukan hubungan langsung dengan pihak yang dianggap dapat memberikan informasi yang sesuai dengan kebutuhan. Dalam teknik wawancara ini, penulis mengadakan tanya jawab dengan sumber yang dapat memberikan data atau informasi. Informasi itu berupa yang berkaitan dengan pelayanan Prima dan harga terhadap loyalitas pelanggan

c. 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 ditujukan kepada responden yang berhubungan dalam penelitian ini. Hasil dari kuesioner ini yaitu berupa data-data mengenai pengaruh Pelayanan Prima dan Harga terhadap loyalitas pelanggan

Teknik pengolahan data hasil kuesioner menggunakan skala likert dimana alternatif jawaban nilai positif 5 sampai dengan 1. Pemberian skor dilakukan atas jawaban responden kemudian diberi skor dengan menggunakan skala likert, seperti pada tabel berikut ini:

Tabel 3.3

Penentuan Skor Jawaban Kuesioner

Jawaban	Skala Nilai
Sangat Setuju	**5**
Setuju	**4**
Kurang Setuju	**3**
Tidak Setuju	**2**
Sangat Tidak setuju	**1**

Sumber : Sugiyono (2006:87)

Observasi, dilakukan terhadap sumber data sesuai dengan unit observasi/analisis yang telah disebutkan.

Dokumentasi, dilakukan dengan menelaah dan mengkaji catatan/laporan dan dan dokumen-dokumen dari Pelayanan Prima dan Harga terhadap loyalitas pelanggan yang ada kaitannya dengan permasalahan yang diteliti.

3.2.4.1 Uji Validitas

Sugiyono (2013:363) validitas merupakan derajat ketepatan antara data yang terjadi pada obyek penelitian dengan daya yang dapat dilaporkan oleh peneliti.

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

$$rx = \frac{\sum xy - \frac{(\sum x)-(\sum y)}{N}}{\sqrt{[n\sum x^2 - \frac{(\sum x)^2}{N}][\sum y^2 - \frac{(\sum y)^2}{N}}}$$

Keterangan : (Sumber: Umi Narimawati 2010: 42)

r = Koefisien korelasi pearson

X = Skor item pertanyaan

Y = Skor total item pertanyaan

ΣX = Jumlah skor dalam distribusi X

ΣY = Jumlah skor dalam distribusi Y

N = Jumlah responden dalam pelaksanaan uji coba instrument

Tabel 3.4

Hasil Uji Validitas

Variabel	No Item	Koefisien Validitas	Titik Kritis	Kesimpulan
Pelayanan Prima (X_1)	1	0.660	0.300	Valid
	2	0.760	0.300	Valid
	3	0.764	0.300	Valid
	4	0.709	0.300	Valid
	5	0.582	0.300	Valid
	6	0.662	0.300	Valid
Harga (X_2)	1	0.621	0.300	Valid
	2	0.593	0.300	Valid
	3	0.739	0.300	Valid
Loyalitas Pelanggan (Y)	1	0.663	0.300	Valid
	2	0.539	0.300	Valid
	3	0.431	0.300	Valid
	4	0.743	0.300	Valid

(Sumber: Hasil pengolahan data : 2018)

Pada tabel di atas menunjukkan hasil uji validitas seluruh pertanyaan yang digunakan untuk mengukur Pelayanan Prima, Harga.dan Loyalitas Pelanggan. Pada tabel tersebut dapat dilihat bahwa seluruh pertanyaan yang digunakan pada penelitian ini memiliki nilai koefisien validitas yang lebih besar dari 0.300 yang artinya seluruh instrumen pertanyaan tersebut dinyatakan valid.

3.2.4.2 Uji Reliabilitas

Susan Stainback (1988) dalam Sugiyono (2013:364) menyatakan bahwa *"Reliability is often defined as the consistency and stability of data or findings. From a positivistic perspective, reliability typically is considered to be synonymous with the consistency of data produced by observations made by different researchers (eg interrater reliability), by the same researcher at different times (e.g test retest), or by splitting a data set in two parts (split-half)."*

Dalam penelitian ini, metode yang digunakan untuk uji reliabilitas adalah *Split Half Method (Spearman – Brown Correlation)*, teknik belah dua. Metode ini menghitung reliabilitas dengan cara memberikan tes pada sejumlah subjek 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 dikelompokkan dalam kelompok I dan kelompok II
2. Skor untuk masing – masing kelompok dijumlahkan sehingga skor total untuk kelompok I dan kelompok II
3. Korelasikan skor total kelompok Idan skor total kelompok II
4. Korelasikan skor total kelompok I dan total kelompok II

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

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

$$R1=\frac{2r_b}{1 + r_b}$$

ri = reliabilitas internal seluruh item

rb = korelasi product moment antara belahan pertama dan belahan kedua

Keputusan pengujian reliabilitas instrumen dengan menggunakan taraf signifikan 5 % satu sisi adalah :

a. Jika thitung lebih dari atau sama dengan t0,05 dengan taraf signifikan 5 % maka instrumen dinyatakan reliabel dan dapat digunakan

b. Jika thitung kurang dari t0,05 dengan taraf signifikan 5% satu sisi maka instrument dinyatakan tidak reliabel dan tidak dapat digunakan.

Hasil uji validitas dengan menggunakan program SPSS 16.0 *for windows*. Sekumpulan Hasil uji validitas dengan menggunakan program SPSS 16.0 *for windows*.

Tabel 3.5

Standar Penilaian Koefisien Validitas dan Reliabilitas

Kriteria	**Kriteria**	**Kriteria**
Good	0.80	0.50
Acceptabel	0.70	0.30
Marginal	0.60	0.20
Poor	0.50	0.10

Sumber : Barker, et all (2002 : 70)

Berdasarkan hasil data kuesioner yang diolah dengan SPSS 17.0 maka dapat diperoleh pengujian reliabilitas sebagai berikut:

Tabel 3.6

Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	**r_{hitung}**	**r_{tabel}**	**Kesimpulan**
Pelayanan Prima (X_1)	0.780	0.70	Reliabel
Harga (X_2)	0.704	0.70	Reliabel
Loyalitas Pelanggan (Y)	0.711	0.70	Reliabel

(Sumber: Hasil pengolahan data : 2018)

Pada tabel di atas dapat dilihat koefisien reliabilitas yang diperoleh adalah seluruhnya lebih besar dengan dari r_{tabel} yaitu 0,70, sehingga alat ukur yang digunakan dinyatakan reliabel.

Berdasarkan hasil pengujian validitas dan reliabilitas yang telah diuraikan di atas, penulis menyimpulan bahwa keseluruhan jumlah pertanyaan yang digunakan dalam penelitian ini sudah teruji validdan reliabel sehingga seluruh instrumen pertanyaan layak digunakan sebagai alat ukur penelitian.

3.2.5 Rancangan Analisi dan Perancangan Hipotesis

3.2.5.1 Rancangan Analisis

3.2.5.1.1 Analisis Deskriftif/Kualitatif

Pengertian Analisis Data Deskriptif menurut Umi Narimawati (2010:45), yaitu :

> "Jenis penelitian yang menggambarkan apa yang dilakukan oleh KPP berdasarkan fakta-fakta yang ada untuk selanjutnya diolah menjadi data."

Data tersebut kemudian dianalisis untuk memperoleh suatu kesimpulan. Penelitian deskriptif digunakan untuk menggambarkan bagaimana masing-masing variabel penelitian dengan menyusun tabel frekuensi distribusi untuk mengetahui apakah tingkat perolehan nilai (skor) variabel penelitian masuk dalam kategori : sangat baik, baik, cukup, tidak baik, sangat tidak baik.

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

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

Sumber:UmiNarimawati (2007:84)

Keterangan:

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

Selanjutnya hasil perhitungan perbandingan antara skor aktual dengan skor ideal dikontribusikan dengan tabel 3.3 sebagai berikut :

Tabel 3.7

Kriteria Persentase Skor Tanggapan Responden Terhadap Skor Ideal

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

Sumber : Umi Narimawati (2007:84)

3.2.5.1.2 Analisis Verifikatif (Kuantitatif)

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

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*

$$Mean\ of\ Internal = \frac{Density\ at\ Lower\ limit - Density\ at\ Upper\ Limit}{Area\ at\ Below\ Density\ Upper\ Limit - Area\ at\ Below\ Lower\ Limit}$$

Dimana:

Means of Interval = Rata-Rata Interval

Density at Lower Limit = Kepadatan batas bawah

Density at Upper Limit = Kepadatan atas bawah

Area Under Upper Limit = Daerah di bawah batas atas

Area Under Lower Limit = Daerah di bawah batas bawah

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

Untuk mengetahui pengaruh antara variabel pengaruh Pelayanan Prima dan Hrga Terhadap Loyalitas Pelanggan, dalam hal ini adalah konsumen Anggrek Shopping hotel Bandung digunakan analisis regresi Berganda (*Multiple Regression*).

2. Analisis Regresi

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:

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

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 Pelayanan Prima (X1), Harga(X2) Terhadap 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, Pelayanan Prima

β2= Koefisien regresi dari variable X2, Harga

X1= pelayanan prima

X2= Harga

3. Analisis Korelasi

Menurut Sujana (1989) dalam Umi Narimawati, Sri Dewi Anggadini, dan Linna Ismawati (2010:49) pengujian korelasi digunakan untuk mengetahui kuat tidaknya hubungan antara variabel x dan y, dengan menggunakan pendekatan koefisien korelasi Pearson dengan rumus:

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

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

r = koefisien korelasi

x = pelayanan prima dan harga

z = Loyalitas pelanggan (variabel dependen)

n = jumlah responden

Ketentuan untuk melihat tingkat keeratan korelasi digunakan acuan pada tabel tingkat keeratan korelasi:

Tabel 3.8

Tingkat Keeratan Korelasi

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

Sumber : Syahri Alhusin, 2003:15

4. Analisis Determinasi

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

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

Dimana :
d = koefisien determinasi
r = koefisien korelasi

Berdasarkan identifikasi masalah yang dikemukakkan sebelumnya, dalam penelitian ini yang akan diuji pengaruh Pelayanan Prima(X1), Harga(X2) Terhadap Loyalitas pelanggan(Y) di Anggrek shopping hotel Bandung. Berkaitan dengan keberadaan data yang digunakan pada penelitian ini adalah data sampel,

maka hipotesis penelitian ini dapat diterjemahkan secara deskriptif dan verifikatif.

3.2.6 Pengujian Hipotesis

Hipotesis didefinisikan sebagai dugaan atau jawaban sementara mengenai sesuatu masalah yang masih perlu diuji secara empiris, untuk mengetahui apakah pernyataan (dugaan atau jawaban) itu dapat diterima atau tidak.

Menurut Sugiyono (2014 : 221) hipotesis diartikan sebagai jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian.

Dalam penelitian ini yang akan diuji adalah seberapa besar Pengaruh Pelayanan prima (X1) dan harga(X2) loyalitas pelanggan (Y) di Anggrek Shopiing Hotel Bandung. Dengan memperhatikan karakteristik variabel yang akan diuji, maka uji statistik yang akan digunakan adalah melalui perhitungan analisis regresi dan korelasi. Langkah – langkah dalam analisisnya sebagai berikut:

a. Rumus uji-t yang digunakan adalah:

$$thitung(x_{1,2}) = \frac{b_{1,2}}{(b_{1,2})}$$

t_{hitung} diperoleh dari nilai koefisien regresi dibagi dengan nilai standar errornya.

b. Hipotesis

H01 : $\beta 1 = 0$, pelayanan prima tidak berpengaruh terhadap Loyalitas pelanggan di Anggrek Shopping Hotel Bandung.

H11 : $\beta 1 \neq 0$, Pelayanan Prima berpengaruh terhadap Kepuasan pelanggan di Anggrek Shopiing Hotel Bandung.

H02 : $\beta 2 = 0$, Harga tidak berpengaruh terhadap Kepuasan pelanggan di Anggrek Shopiing Hotel Bandung.

H12 : $\beta 2 \neq 0$, Harga berpengaruh terhadap Kepuasan pelanggan Anggrek Shopiing Hotel Bandung.

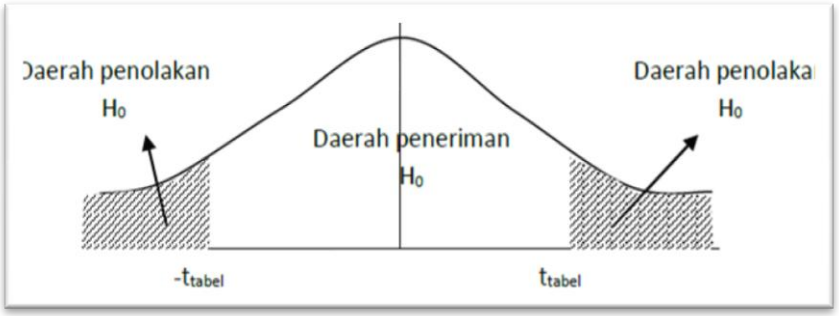
c. Kriteria pengujian

H0 ditolak apabila thitung < dari ttabel ($\alpha = 0{,}05$)

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

a) Jika thitung ≥ ttabel maka H0 ada di daerah penolakan, berarti Ha diterima artinya diantara variabel X dan variabel Y ada hubungannya.
b) Jika thitung ≤ ttabel maka H0 ada di daerah penerimaan, berarti Ha ditolak artinya antara variabel X dan variabel Y tidak ada hubungannya.

Dibawah ini adalah gambaran daerah penolakan H0 dan daerah penerimaan H1:



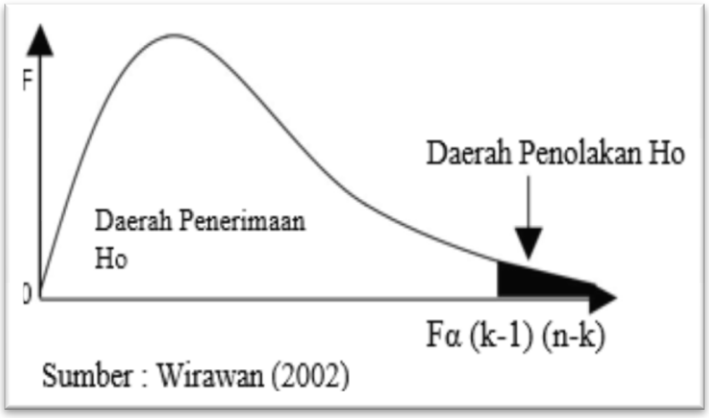
Sumber: Sugiyono (2009:185)

Gambar 3.2
Kurva Daerah Penerimaan dan Penolakan Ho dengan Uji T

d. Kriteria pengujian

H0 ditolak apabila F hitung > dari F tabel ($\alpha = 0,05$)

Apabila pada pengujian secara simultan H0 ditolak, artinya sekurang-kurangnya ada sebuah pyxi tidak sama dengan 0 untuk mengetahui pyxi tidak sama dengan 0, maka dilakukan pengujian parsial.



Gambar 3.3
Kurva Daerah Penerimaan dan Penolakan Ho dengan Uji F