

3. METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah penelitian kuantitatif eksplanatif dimana penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan hubungan suatu variabel dengan variabel yang lain untuk menguji suatu hipotesis. Menurut Sugiyono (2004) penelitian kuantitatif menekankan pada penelitian dengan data-data numeral atau angka yang kemudian akan diolah dengan metode statistik. Sedangkan penelitian eksplanatif digunakan untuk menunjukkan hubungan antara dua variabel atau lebih. Menurut Kriyantono (2006, p. 69) “peneliti perlu kegiatan berteori untuk menghasilkan dugaan awal atau hipotesa antar variabel satu dengan yang lainnya”.

3.2 Gambaran Populasi dan Sampel

3.2.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2010, p. 80), 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 Artotel Hotel Surabaya.

3.2.2 Sampel

Menurut Arikunto (2002) sampel adalah bagian atau sejumlah cuplikan tertentu yang diambil dari suatu populasi dan diteliti secara rinci. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa sampel adalah bagian dari populasi yang akan digunakan dalam riset penelitian.

Metode dari pemilihan sampel ini adalah *Non Probability Sampling* jenis *Purposive Sampling*, dimana menurut Sugiyono (2001) teknik yang tidak memberi kesempatan yang sama bagi anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Sampel dalam penelitian ini adalah :

- a. Responden berusia minimal 17 tahun.
- b. Responden yang telah menginap di Artotel Hotel Surabaya dalam jangka waktu 6 bulan terakhir (Juni-November 2015).

Ukuran sampel yang dibutuhkan dalam SEM cukup besar, pada banyak referensi disarankan berjumlah 100-200 sampel. Selain itu Sekaran (2006) memberikan acuan umum untuk menentukan ukuran sampel, yaitu minimal lebih dari 30 dan kurang dari 500 untuk hasil yang baik. Sehingga jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 150 konsumen Artotel Hotel Surabaya.

3.3 Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang berasal dari sumber asli atau pertama, data ini merupakan data yang diperoleh dari jawaban narasumber atau responden. Data tersebut yang akan dikumpulkan dan kemudian diolah oleh peneliti yang diperoleh langsung dari responden. Data primer diperoleh melalui jawaban kuesioner yang disebarkan pada responden yang memenuhi kriteria peneliti dan wawancara singkat dengan pihak *Front Office Department* Artotel Hotel. Sedangkan data sekunder adalah data yang sudah tersedia sehingga tinggal mencari dan mengumpulkan. Data sekunder dapat diperoleh dengan lebih mudah dan cepat karena sudah tersedia. Data sekunder diperoleh dari berbagai sumber seperti buku, laporan, jurnal, dan lain-lain.

3.4 Teknik dan Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang dilakukan adalah dengan menggunakan metode survei, dimana penulis menyebarkan kuesioner kepada responden yang sesuai dengan karakteristik sampel. Kuesioner digunakan untuk mendukung penelitian agar informasi yang diperoleh menjadi lebih lengkap. Daftar pertanyaan yang disusun dalam kuesioner harus sistematis sehingga dapat memperoleh informasi yang akurat. Kuesioner disebarkan kepada konsumen yang telah menginap minimal 1 kali di Artotel Hotel Surabaya dan disebarkan secara *online*, dan secara langsung kepada pelanggan pada saat *check out* dengan bantuan pihak *Front Office Manager* Artotel Hotel Surabaya. Pengisian kuesioner oleh responden dilakukan secara langsung pada saat itu, dengan harapan responden dapat mengisi kuesioner sesuai dengan ketentuan.

Prosedur dalam metode pengumpulan data melalui kuesioner ini yaitu:

1. Membagikan kuesioner kepada konsumen di Artotel Hotel Surabaya.
2. Responden diminta untuk mengisi kuesioner pada lembar jawaban yang telah disediakan dan sesuai dengan ketentuan yang ada.
3. Lembar kuesioner dikumpulkan, diseleksi, dan dilakukan pengolahan data lebih lanjut, kemudian dianalisa hasilnya.

Dalam penelitian ini, pengumpulan dan pengolahan data dari hasil kuesioner yang telah dibagikan yaitu dengan menggunakan skala *likert*. Menurut Sugiyono (2008) Skala *Likert* adalah skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seorang atau kelompok tentang fenomena sosial. Untuk keperluan analisis penelitian kuantitatif ini, peneliti memberikan bobot penilaian atas jawaban yang diperoleh dari kuesioner tersebut berdasarkan skala *likert* seperti dibawah ini :

Sangat Setuju (SS)	: Memiliki nilai 5
Setuju (S)	: Memiliki nilai 4
Agak Setuju (CS)	: Memiliki nilai 3
Tidak Setuju (TS)	: Memiliki nilai 2
Sangat Tidak Setuju (STS)	: Memiliki nilai 1

Pertanyaan kuesioner dalam penelitian ini merupakan pertanyaan tertutup yang terdiri dari dua bagian. Bagian pertama berisi data responden yang merupakan gambaran umum responden secara demografis, dan bagian kedua berisi daftar pertanyaan yang mewakili variabel-variabel faktor lainnya.

Mengingat pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner, maka kesungguhan responden dalam menjawab pertanyaan-pertanyaan merupakan hal yang sangat penting dalam penelitian. Keabsahan atau kesahihan suatu hasil penelitian sosial sangat ditentukan oleh alat ukur yang digunakan. Apabila alat ukur yang dipakai tidak valid dan atau tidak dapat dipercaya, maka hasil penelitian yang dilakukan tidak akan menggambarkan keadaan yang sesungguhnya. Sesuai dengan standar pembuatan instrumen, bahwa sebelum instrumen digunakan sebagai alat uji penelitian, maka harus diujicobakan terlebih

dahulu kepada sekurang-kurangnya 20 responden sebagai *try out*. Oleh karena itu, untuk mengetahui tingkat keandalan atau kepercayaan instrumen penelitian, penulis melakukan uji coba kepada 30 responden. Menurut Priyatno (2008), dalam mengatasi hal tersebut diperlukan dua macam pengujian, yaitu uji validitas (*test of validity*) dan uji keandalan (*test of reliability*). Jika validitas dan reliabilitas tidak diketahui, maka akibatnya menjadi fatal dalam memberikan kesimpulan ataupun dalam memberi alasan terhadap hubungan-hubungan antar variabel, bahkan secara luas validitas dan reliabilitas mencakup mutu seluruh proses pengambilan data sejak konsep disiapkan sampai data siap untuk dianalisis.

3.5 Variabel & Definisi Operasional Variabel

Menurut Sugiyono (2004) mengatakan bahwa variabel adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek, atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya.

Dalam penelitian ini, terdapat tiga variabel yang akan diteliti, yaitu sebagai berikut: *Servicescape*, Kepuasan Konsumen, dan Loyalitas Pelanggan. Variabel Eksogen pada penelitian ini adalah *Servicescape* (X), sedangkan Kepuasan Konsumen (Y_1) dan Loyalitas Pelanggan (Y_2) sebagai Variabel Endogen.

1. *Servicescape* (X)

Semua lingkungan fisik Artotel Hotel Surabaya, dimana proses penghantaran jasa berlangsung.

Variabel ini diukur dengan indikator :

- a. Pencahayaan yang memadai menurut konsumen Artotel Hotel Surabaya (X11).
- b. Musik yang terdapat pada Artotel Hotel Surabaya menurut konsumen enak didengar (X12).
- c. Permainan warna pada desain interior dan eksterior Artotel Hotel Surabaya mampu memberi kesan ceria bagi konsumen (X13).
- d. Suhu ruangan Artotel Hotel Surabaya, membuat konsumen merasa nyaman dengan suhu udara dalam ruangan hotel (X14).
- e. Aroma ruangan Artotel Hotel Surabaya menyenangkan bagi konsumen (X15).

- f. *Parking Area* yang dimiliki oleh Artotel Hotel Surabaya memadai (X16).
- g. *Lobby* nyaman bagi konsumen Artotel Hotel Surabaya (X17).
- h. Konsumen Artotel Hotel Surabaya paham arti dari nama Artotel dan mudah mengingat nama tersebut (X18).
- i. Konsumen Artotel Hotel Surabaya tidak kesulitan menemukan tanda ke toilet, *exit door*, *lift* dan *no smoking sign* (X19)
- j. Dekorasi seperti lukisan, patung, dan lainnya pada Artotel Hotel Surabaya mampu menarik perhatian konsumen Artotel Hotel Surabaya (X20).

2. Kepuasan Konsumen (Y_1)

Perasaan konsumen sebagai hasil perbandingan antara kenyataan dan harapan yang diterima dari sebuah produk atau jasa pada Artotel Hotel Surabaya.

Variabel ini diukur dengan indikator :

- a. Konsumen puas dengan desain kamar, bangunan dan desain *lobby* yang bersifat kontemporer/abstrak. (Y11).
- b. Apa yang konsumen dapatkan selama menginap di Artotel Hotel Surabaya sesuai dengan ekspektasi konsumen. (Y12).
- c. Secara keseluruhan konsumen merasa puas dengan pengalaman menginap di Artotel Hotel Surabaya. (Y13).

3. Loyalitas Pelanggan (Y_2)

Konsumen yang telah menggunakan jasa secara berulang-ulang pada Artotel Hotel Surabaya.

Variabel ini diukur dengan indikator :

- a. Konsumen ingin menginap lagi pada Artotel Hotel Surabaya (Y21).
- b. Konsumen ingin mencoba restoran ROCA pada Artotel Hotel Surabaya (Y22).
- c. Konsumen ingin merekomendasikan Artotel Hotel Surabaya kepada pihak lain (Y23).

- d. Konsumen akan tetap memilih Artotel Hotel Surabaya sebagai pilihan utama, walaupun ada penawaran yang menarik dari pihak lain (Y24).

3.6 Uji Validitas dan Reliabilitas

3.6.1. Uji Validitas

Validitas adalah “ketepatan/kecermatan suatu instrumen dalam mengukur apa yang ingin diukur. Cara mengukur validitas menggunakan konsistensi *internal* (*internal consistency*) yang bertujuan untuk mengetahui validitas suatu data, yaitu apakah butir-butir setiap pertanyaan dapat dimasukkan ke dalam variabel atau tidak” (Priyatno, 2008, p. 16). Dalam penelitian ini uji validitas akan dilakukan dengan bantuan program SPSS for windows versi 13.00.

Adapun kriteria pengujiannya adalah sebagai berikut :

- Jika r_{hitung} positif dan $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka butir tersebut valid.
- Jika r_{hitung} negatif dan $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka butir tersebut tidak valid.

(Pratisto, 2009)

Dimana r_{hitung} dilihat melalui kolom *corrected item total correlation* pada output SPSS *for windows* versi 13.00 dan r_{tabel} ditentukan dengan melihat df (*Degree of Freedom*) atau derajat bebas pada $\alpha = 0,05$ yaitu dalam penelitian ini sebesar 0,361 (Pratisto, 2009).

3.6.2. Uji Reliabilitas

Menurut Priyatno (2008), uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur, apakah alat pengukur yang digunakan dapat diandalkan dan tetap konsisten jika pengukuran tersebut diulang. Uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan metode *cronbachs's alpha* dilakukan dengan bantuan program SPSS *for windows* versi 13.00. Jika koefisien *cronbach alpha* $> 0,6$ maka dapat dikatakan *reliable* atau dapat diterima.

3.7 Metode Pengolahan dan Analisis Data

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Servicescape* terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan konsumen sebagai variabel

intervening pada Artotel Hotel Surabaya. Oleh karena itu, model analisis yang tepat untuk digunakan dalam penelitian ini adalah *Structural Equation Model* (SEM) dengan menggunakan *software* AMOS 20.0.

3.7.1 Konsep Dasar *Structural Equation Model* (SEM)

SEM merupakan teknik statistik *multivariate* yang merupakan kombinasi antara analisis faktor dan analisis regresi (korelasi). Menurut Santoso (2012), SEM bertujuan untuk menguji hubungan-hubungan antar variabel yang ada pada sebuah model. Isi dari SEM tentu saja menyangkut variabel-variabel, baik itu variabel laten atau variabel manifes. Variabel laten atau konstruk merupakan variabel yang tidak dapat diukur secara langsung. Variabel laten ini hanya dapat diukur dengan sejumlah variabel manifes (indikator) dan hubungan antara variabel laten dan variabel manifes tersebut. Antar variabel laten memunculkan sebuah model yang membutuhkan alat analisis lanjutan untuk menyelesaikannya. Oleh karena itu, *Structural Equation Modeling* (SEM) dibutuhkan sebagai alat analisis *multivariate* teori riset perilaku yang bersifat rangkaian berjenjang dan dimensional. Analisis tersebut tidak hanya untuk pengujian pengaruh antar variabel laten saja, tetapi juga untuk pengujian kevalidan dan keandalan indikator-indikator untuk mengukur variabel latennya.

Struktur dari sebuah konsep tersebut disusun berdasarkan teori yang sesuai, kemudian SEM digunakan sebagai alat untuk mengkonfirmasi struktur tersebut. Menurut Santoso (2012), proses SEM tidak dapat dilakukan secara manual karena keterbatasan manusia dan kompleksitas model dan alat statistik yang digunakan. Oleh karena itu, dalam penelitian ini peneliti menggunakan alat statistik AMOS.

3.7.2 Variabel Laten Eksogen dan Endogen

Secara umum, variabel eksogen dan variabel endogen merupakan variabel independen dan variabel dependen. Dalam SEM, variabel eksogen berperan sebagai variabel independen yang dapat mempengaruhi variabel dependen. Sedangkan variabel endogen berperan sebagai variabel dependen yang dipengaruhi oleh variabel eksogen atau variabel independen. Sebuah variabel laten dapat berfungsi sebagai variabel eksogen maupun endogen. Petunjuk yang

dapat digunakan untuk mengetahui fungsi variabel tersebut adalah dari tanda panah yang menghubungkan variabel-variabel laten tersebut. Apabila variabel laten tersebut bersifat endogen, maka variabel tersebut ditunjuk oleh sebuah tanda panah dari variabel eksogen (Ferdinand, 2010).

3.7.3 Model dalam SEM

Model dalam SEM dibagi menjadi dua bagian utama yaitu *measurement model* dan *structural model*. *Measurement model* merupakan bagian dari model SEM yang menggambarkan hubungan antara variabel laten dengan indikator-indikatornya. Sedangkan *structural model* menggambarkan hubungan antar variabel-variabel laten (Ferdinand, 2010)

3.7.4 Error dalam Pengukuran

Dalam sebuah model SEM, khususnya dalam pengukuran indikator maupun variabel laten, akan terdapat *error variable*. Dengan adanya dua bagian utama dari SEM, maka *error* juga terdiri dari dua bagian utama yaitu *measurement error* dan *structural error*. Pada *measurement model*, *error* terjadi pada setiap indikator, sedangkan pada *structural model*, *error* sering disebut *residual error* yang hanya terjadi pada variabel endogen (Ferdinand, 2010).

3.7.5 Alat Analisis Structural Equation Model (SEM)

Menurut Ferdinand (2010), alat analisis SEM sehubungan dengan dua jenis model yang terdapat dalam SEM (*measurement model* dan *structural model*) adalah sebagai berikut:

1. *Confirmatory Factor Analysis (CFA)*

Alat analisis ini digunakan untuk menguji sebuah *measurement model*. Tujuan dari analisis faktor konfirmatori ini adalah untuk mengetahui apakah indikator-indikator yang tersedia benar-benar dapat menjelaskan sebuah variabel laten (konstruk).

2. *Multiple Regression Analysis*

Berbeda dengan CFA, alat analisis ini digunakan untuk menguji sebuah *structural model*. Tujuan dari analisis ini adalah untuk mengetahui apakah

terdapat hubungan yang signifikan diantara variabel-variabel eksogen dengan variabel endogen, dan kekuatan hubungan tersebut.

3.7.6 Pengukuran Structural Equation Modeling (SEM)

Menurut Santoso (2011), statistika yang paling umum, yang telah digunakan secara luas dalam ilmu perilaku (*behavior science*). SEM dapat ditunjukkan sebagai kombinasi dari analisis faktor, analisis regresi, dan analisis *path*. Diagram *path* atau diagram lintasan jika digambarkan secara benar dan mengikuti aturan yang ditetapkan, akan dapat diturunkan menjadi model matematika SEM.

Uji kecocokan dalam SEM dilakukan untuk mengevaluasi derajat kecocokan atau *Goodness of Fit* (GOF) antara data dan model. Evaluasi terhadap GOF dilakukan melalui beberapa tingkatan, seperti kecocokan keseluruhan model, kecocokan model pengukuran, dan kecocokan model struktural. Menurut Ferdinand (2010), ukuran GOF serta tingkat penerimaan kecocokan yang berhasil sebagai berikut:

1. Statistik *Chi-square* (x^2) makin kecil makin baik ($p > 0,05$) artinya model makin baik, alat ini merupakan alat uji yang paling fundamental untuk mengukur *overall fit*, dan sangat sensitif terhadap jumlah sampel, sehingga penggunaan *chi-square* (x^2) hanya sesuai jika sampel berukuran 100 sampai 200.
2. RMSEA (*The Root Mean Square Error of Approximation*), adalah sebuah indeks yang dapat digunakan untuk mengkompensasi statistik *chi-square* (x^2), nilai makin kecil makin baik ($\leq 0,08$) merupakan indeks untuk dapat diterimanya model yang menunjukkan sebagai sebuah *close fit* dari model berdasarkan derajat kebebasan.
3. GFI (*Goodness of Fit Index*), merupakan indeks kesesuaian yang akan menghitung proporsi tertimbang dari varians dalam matriks kovarian sampel yang dijelaskan oleh matriks kovarian populasi yang terestimasi. Nilai GFI berada antara 0,00 – 1,00; dengan nilai $\geq 0,90$ merupakan model yang baik (*better fit*).

4. AGFI (*Adjusted Goodness of Fit*)
Analog dengan koefisien determinasi (R^2) pada analisis regresi berganda. Indeks ini dapat disesuaikan terhadap derajat bebas yang tersedia untuk menguji diterimanya model. Tingkat penerimaan yang direkomendasi adalah bila $AGFI \geq 0,90$.
5. CMIN/DF (*The Minimum Sample Discrepancy Function*), umumnya dilaporkan oleh peneliti sebagai salah satu indikator mengukur tingkat fitnya sebuah model. CMIN/DF tidak lain adalah statistik χ^2 dibagi dengan df sehingga disebut χ^2 relatif. Nilai χ^2 relatif $\leq 2,0$ bahkan $\leq 3,0$ adalah indikasi dari model fit dengan data.
6. TLI (*Tucker Lewis Index*) merupakan indeks kesesuaian *incremental* yang membandingkan model yang diuji dengan baseline model. TLI digunakan untuk mengatasi permasalahan yang timbul akibat kompleksitas model. Nilai penerimaan yang direkomendasikan adalah nilai $TLI > 0,90$. TLI merupakan indeks yang kurang dipengaruhi oleh ukuran sampel.
7. CFI (*Comparative Fit Index*), merupakan indeks kesesuaian *incremental*. Besaran indeks ini adalah dalam rentang 0 sampai 1 dan nilai yang mendekati 1 mengindikasikan model memiliki tingkat kesesuaian yang baik. Indeks ini sangat dianjurkan untuk dipakai karena indeks ini relatif tidak sensitif terhadap besarnya sampel dan kurang dipengaruhi oleh kerumitan model. Nilai penerimaan yang direkomendasikan adalah $CFI > 0,90$.

3.7.7 *Convergent Validity dan Construct Reliability*

Menurut Santoso (2012), untuk menguji apakah indikator yang ada pada sebuah konstruk memang merupakan bagian atau dapat menjelaskan konstruk, maka perlu dilakukan uji validitas. Dalam SEM, uji validitas dapat dilakukan dengan menggunakan uji *convergent validity*. Jika memang sebuah indikator menjelaskan sebuah konstruk, maka indikator tersebut akan memiliki *factor loading* yang tinggi dengan konstruk tersebut dan total indikator akan mempunyai *variance extracted* yang cukup tinggi (diatas 0,5). *Variance extracted* merupakan hasil perhitungan rata-rata dari total kuadrat semua angka *factor loading*.

Disamping itu, analisis SEM juga mengenal uji reliabilitas. Uji reliabilitas didalam SEM dikenal dengan nama reliabilitas konstruk (*construct reliability*).

Secara manual, pengukuran reliabilitas konstruk dapat dilakukan dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{Construct Reliability} = \frac{(\sum \text{standard loading}^2)}{(\sum \text{standard loading}^2) + (\sum ei)} \quad (3.1)$$

Dimana:

$\sum \text{standard loading}^2$ = jumlah *loading factor* yang dikuadratkan

$\sum ei$ = jumlah *error*

3.7.8 Uji Asumsi *Structural Equational Model* (SEM)

1. Uji Normalitas

Sebaran data harus dianalisa untuk melihat apakah asumsi normalitas dipenuhi, sehingga data dapat diolah lebih lanjut untuk pemodelan SEM. Normalitas dapat diuji dengan melihat gambar histogram data atau dapat diuji dengan mode statistik. Uji normalitas perlu dilakukan, baik untuk normalitas terhadap data tunggal maupun normalitas *multivariant* dimana beberapa variabel digunakan sekaligus dalam analisa akhir. Uji normalitas dalam analisis SEM didasarkan pada nilai *critical ratio* di tiap indikator yang harus berada di dalam rentang -2,58 sampai dengan +2,58 (Santoso, 2007).

3.7.9 Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis untuk mengetahui besarnya jalur pengaruh antara *Servicescape* terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan konsumen sebagai variabel *intervening* pada Artotel Hotel Surabaya didasarkan pada nilai $p \geq$ dari 0,05. Atau dapat juga dilihat dari CR yang harus lebih besar dari 2x Se (Ferdinand, 2010).