

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Paradigma penelitian

Paradigma ilmu sosial positivisme menjadi landasan penelitian ini. Neuman (2013) menjelaskan yang dimaksud dari paradigma positivisme adalah metode yang terorganisir yang menggabungkan logika deduktif dengan pengamatan empiris secara tepat mengenai perilaku individu dengan tujuan menemukan dan menegaskan seperangkat kasualitas probabilistik atau hukum sebab akibat yang dapat digunakan untuk memprediksi pola umum dari aktivitas manusia.

3.2 Metode penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini bersifat kuantitatif. Secara singkat, menurut Neuman (2013), terdapat beberapa ciri-ciri penelitian kuantitatif, yaitu: penelitian dimulai dengan pengujian hipotesis; konsep dijabarkan dalam bentuk variabel yang jelas; pengukuran telah dibuat secara sistematis sebelum data dikumpulkan dan ada standarisasinya; data berbentuk angka yang berasal dari pengukuran; teori yang digunakan umumnya berupa sebab akibat dan deduktif; analisa dilakukan dengan statistik, tabel, diagram, dan didiskusikan bagaimana hubungannya dengan hipotesis.

Berdasarkan tujuan, penelitian ini termasuk ke dalam penelitian deskriptif. Penelitian deskriptif merupakan jenis riset yang tujuannya adalah

menggambarkan sesuatu. Menurut Istijanto (2010:26), hal-hal yang bisa digambarkan dalam penelitian deskriptif adalah karakteristik pelanggan, perilaku pembelian, motivasi membeli, sikap konsumen dan sebagainya (Istijanto, 2010:26). Berdasarkan teknik pengumpulan data, penelitian ini menggunakan penelitian survei. Penelitian survei merupakan penelitian yang menggunakan kuesioner sebagai instrumen penelitian. Kuesioner merupakan lembaran yang berisi beberapa pertanyaan dengan struktur yang baku.

3.3 Instrumen Penelitian

Dalam melakukan sesuatu penelitian, instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan untuk mengumpulkan atau memperoleh data. Instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan untuk mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati secara spesifik semua fenomena ini disebut variabel penelitian menurut Sugiyono (2013:146). Adapun instrumen yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Metode kuesioner tertutup sebagai instrume yang akan digunakan, dimana pilihan jawaban sudah di tentukan terlebih dahulu dan alternatif jawaban tidak diberikan kepada responden.
2. Indikator-indikator untuk variabel tersebut dijabarkan oleh penulis menjadi sejumlah pernyataan sehingga diperoleh data yang kualitatif. Dengan pendekatan analisis statistic data ini akan diubah menjadi bentuk kuantitatif.

Penelitian ini secara umum teknik dalam pemberian skor yang digunakan dalam kuesioner penelitian ini adalah teknik skala Likert. Menurut Sugiyono

(2013:132) penggunaan skala Likert adalah skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Menurut Sugiyono (2013:132) mengemukakan bahwa macam-macam skala pengukuran dapat berupa: skala nominal, skala ordinal, skala interval, dan skala rasio, dari skala pengukuran itu akan diperoleh data nominal, ordinal, interval, dan rasio.

Penelitian ini akan digunakan skala ordinal, menurut Sugiyono (2010:98) adalah skala ordinal adalah skala pengukuran yang tidak hanya menyatakan kategori, tetapi juga menyatakan peringkat *construct* yang diukur.

3.4 Populasi dan sampel

3.4.1 Populasi batasan kriteria populasi dan jumlah populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2014:115). Pada penelitian yang dimaksudkan dengan populasi adalah pelanggan atau tamu Swiss-Belhotel Pondok Indah sebanyak 350 pada tahun 2020.

3.4.2 Sampel rumus sampel dan besaran sampel

Sampel merupakan bagian dari populasi yang ingin diteliti. Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Menurut Sugiyono (2011:81) 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, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang di ambil dari populasi itu. Apa yang dipelajari dari sampel itu, untuk itu sampel yang di ambil dari populasi harus betul-betul representatif. Dalam penelitian ini sampel penelitian adalah pelanggan atau tamu tamu Swiss-Belhotel Pondok Indah yang melakukan interaksi dengan resepsionis secara tatap muka 6 bulan terakhir.

Teknik penarikan sampel menggunakan teknik *nonprobability sampling*. Selain itu besar sampel sangat menentukan representasi sampel yang diambil dalam menggambarkan populasi penelitian. Oleh karena itu menjadi satu kebutuhan bagi setiap peneliti untuk memahami kaidah-kaidah yang benar dalam menentukan sampel minimal dalam sebuah penelitian. Penelitian ini menggunakan rumus Slovin karena dalam penarikan sampel, jumlahnya harus mewakili agar hasil penelitian dapat digeneralisasikan dan perhitungannya pun tidak memerlukan tabel jumlah sampel, namun dapat dilakukan dengan rumus dan perhitungan sederhana sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel/responden

N = Jumlah populasi

e = Batas toleransi kesalahan (*error tolerance*); $e = 0,05$

Dengan populasi 350, maka jumlah sampel yang diambil adalah:

$$n = \frac{350}{1 + 350(0,05)^2} = \frac{350}{1,875} = 186 \text{ responden}$$

Dari pengertian di atas agar memudahkan penelitian, peneliti memiliki ketentuan, sampel yang akan digunakan peneliti adalah seluruh tamu hotel Swiss-Belhotel Pondok Indah.

3.5 Teknik penarikan sampel

Jenis *nonprobability sampling* yang digunakan adalah teknik *Purposive/Judgemental*. *Purposive random sampling* adalah teknik penentuan sampel untuk tujuan tertentu saja dan dilakukan berdasarkan kriteria tertentu yang ada pada sampel (Sugiyono, 2016:85). Teknik *purposive random sampling* dalam penelitian ini dengan kriteria tamu Swiss-Belhotel Pondok Indah yang melakukan pemesanan kamar setidaknya satu kali pada 6 bulan terakhir

3.6 Definisi dan Operasionalisasi Konsep

3.6.1 Definisi konsep

- a. Gaya komunikasi berarti satu *verbal* dan *nonverbal* yang berinteraksi untuk sinyal bagaimana makna dari literal yang harus diambil, ditafsirkan, disaring atau dipahami (Norton dalam Kang dan Hyun, 2012).
- b. *Customer Orientation* didefinisikan sebagai rangkaian kepercayaan yang meletakkan kepentingan konsumen yang utama, sementara tidak termasuk para pemangku kepentingan lainnya seperti *owner*, *manager*, dan karyawan dalam mengembangkan keuntungan jangka panjang karyawan (Kang & Hyun, 2012).

- c. *Dedicational behavior* atau perilaku berdedikasi didefinisikan sebagai hubungan pelanggan dengan perusahaan yang terbina karena pelanggan memiliki keinginan untuk menjalaninya (Kim et al., 2010).

3.6.2 Operasionalisasi Konsep

Operasional konsep merupakan penjabaran dari konsep serta indikator untuk masing-masing variabel penelitian. Menurut Sugiyono (2012:31) definisi operasional adalah penentuan konstruk atau sifat yang akan dipelajari sehingga menjadi variabel yang dapat diukur. Definisi operasional menjelaskan cara tertentu yang digunakan untuk meneliti dan mengoperasikan konstruk, sehingga memungkinkan bagi peneliti yang lain untuk melakukan replikasi pengukuran dengan cara yang sama atau mengembangkan cara pengukuran konstruk yang lebih baik.

Dapat disimpulkan operasional adalah definisi yang didasarkan atas sifat-sifat variabel yang diamati. Operasional mencakup hal-hal penting dalam penelitian yang memerlukan penjelasan. Operasional bersifat spesifik, rinci, tegas dan pasti yang menggambarkan karakteristik variabel-variabel penelitian dan hal-hal yang dianggap penting. Berikut adalah tabel operasionalisasi konsep yang akan diteliti:

Tabel 3.1 Operasionalisasi Konsep

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
Gaya komunikasi (Kang dan Hyun)	<i>Attentive</i>	karyawan dapat mengulangi apa yang pelanggan pesan.	Ordinal
		karyawan selalu menunjukan bahwa mereka	

(2011)		sangat berempati kepada pelanggan.	
		karyawan merupakan komunikator yang perhatian.	
		karyawan mendengarkan dengan cermat apa yang anda katakan.	
		karyawan bereaksi sedemikian rupa sehingga pelanggan mengetahui bahwa karyawan mendengarkan pelanggan	
	Friendly	karyawan memilih untuk pintar menempatkan diri.	Ordinal
		karyawan cenderung memberikan anjuran kepada pelanggan.	
		karyawan mengekspresikan penghargaan yang tinggi kepada pelanggan walaupun pelanggan tersebut tidak menunjukkan penghargaan yang sama terhadap karyawan.	
		karyawan merupakan komunikator yang ramah.	
		karyawan terbiasa mengenali pelanggan secara lisan	
	Relax	karyawan tenang dan sistematis dalam percakapan dengan pelanggan.	Ordinal
		karyawan merupakan pembicara yang santai.	
		karyawan merupakan komunikator yang santai.	
		karyawan sedikit gugup saat berbicara	
Customer orientation of service employee (Hennig-Thurau, 2004)	Social Skills	karyawan memiliki keterampilan sosial yang luas.	Ordinal
		karyawan mampu mempertimbangkan perspektif pelanggan.	
		karyawan tahu cara memperlakukan pelanggan dengan baik.	
	Motivation	karyawan menunjukkan komitmen yang kuat dalam pekerjaan mereka.	Ordinal

		karyawan melakukan yang terbaik untuk memenuhi kebutuhan pelanggan.	
		karyawan bermotivasi tinggi.	
Dedication Behavior (Kim et al., 2010)	Enhancement (Macintosh, 2002)	Saya akan melakukan pemesanan yang belum pernah saya lakukan sebelumnya	Ordinal
		Saya akan melakukan pemesanan produk baru yang diperkenalkan	
	Cooperation (Sui and Baloglu, 2003)	Saya bersedia berbagi gagasan dengan manager atau karyawan perusahaan	Ordinal
		Saya bersedia nama dan testimoni positif saya digunakan untuk keperluan komersil perusahaan	
		Saya akan menginformasikan kepada manager atau karyawan jika saya menjumpai masalah dalam pelayanan perusahaan	
	Advocacy (Kim et al. 2010).	Saya akan berbagi hal positif mengenai perusahaan	Ordinal
		Saya akan merekomendasikan perusahaan kepada orang yang membutuhkannya	
		Saya akan mengarahkan teman dan keluarga untuk menginap di perusahaan	
		Saya akan membela perusahaan jika mendapatkan kritik dari pihak lain	

Penelitian ini terdiri dari 3 (tiga) variabel yang akan diteliti yaitu variabel (X) pada penelitian ini sebagai variabel bebas yaitu gaya komunikasi dengan dimensi *attentive*, *friendly*, dan *relax*. Variabel (Y) pada penelitian ini sebagai variabel terikat yaitu *dedication* behaviour dengan dimensi *decision making authority*, *enhancement*, *cooperation*, dan *advocacy*. Variabel (Z) pada penelitian ini sebagai variabel perantara yaitu *customer orientation of service employee*.

3.7 Teknik pengumpulan Data

3.7.1 Data primer

Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan beberapa tehnik sebagai berikut:

- a. Observasi yaitu mengadakan pengamatan dan pencatatan langsung secara sistematis fenomena yang diselidiki. Metode observasi yang digunakan untuk mengumpulkan bahan keterangan mengenai kenyataan yang hendak dipelajari dan diteliti pada objek penelitian.
- b. Wawancara merupakan teknik pengumpulan data dengan melakukan tanya jawab secara langsung dengan narasumber agar mendapat informasi yang tidak terakomodasi dari kuesioner.
- c. Kuesioner merupakan pengumpulan data dalam bentuk daftar pertanyaan.

Penelitian ini menggunakan skala likert, yaitu dengan cara responden menyatakan tingkat setuju atau tidak setuju dari pernyataan. Menurut Sugiyono (2017:142) skala likert adalah skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Gambaran tersebut adalah sebagai berikut:

Tabel 3.2 Tabel Skala Likert

No.	Jawaban	Kode	Skor
1	Sangat Setuju	SS	5
2	Setuju	S	4
3	Ragu-Ragu	RR	3
4	Tidak Setuju	TS	2
5	Sangat Tidak Setuju	STS	1

Sumber: Sugiyono (2017,135)

Untuk dapat memberi interpretasi terhadap baik atau buruknya variabel X dan Y, penulis menggunakan tabel pedoman sebagai berikut:

Tabel 3.3 Tabel Rentang Skala

No.	Rentang Skala	Keterangan
1	4,20 – 5,00	Sangat Baik (SB)
2	3,40 – 4,19	Baik (B)
3	2,60 – 3,39	Cukup Baik (CB)
4	1,00 – 1,79	Sangat Tidak Baik (STB)

Sumber: Sugiyono (2016,184)

3.7.2 Data sekunder

Sumber data penelitian yang diperoleh melalui media perantara atau secara tidak langsung yang berupa buku, catatan, bukti yang telah ada, atau arsip baik yang dipublikasikan maupun yang tidak dipublikasikan secara umum. Dengan kata lain, penulis membutuhkan pengumpulan data dengan cara berkunjung ke perpustakaan, pusat kajian, pusat arsip atau membaca banyak buku yang berhubungan dengan masalah penelitian.

3.7.3 Validitas dan Reliabilitas

3.7.3.1 Validitas

a. Pengertian Validitas

Validitas didefinisikan sebagai tingkat kesesuaian antara suatu batasan konseptual yang diberikan dengan bantuan operasional yang telah dikembangkan. Sebuah pengukuran yang valid adalah yang mengukur apa

yang seharusnya diukur. Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrument. Menurut Sugiyono (2017:121) uji validitas adalah suatu alat yang digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu kuesioner. Uji validitas ini dibutuhkan untuk melihat apakah setiap dimensi dapat menjadi alat ukur yang sebenarnya di lapangan. Uji validitas bertujuan untuk mengukur sejauh mana item ataupun serangkaian item-item mampu menjelaskan suatu konsep dengan baik (Sugiyono, 2017:121). Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui apakah instrumen yang digunakan valid dan reliabel sebab kebenaran data yang diolah sangat menentukan kualitas hasil penelitian.

Uji Validitas pada penelitian ini dilakukan menggunakan *Confirmatory Factor Analysis* berdasarkan pada *Kaiser Meyer Olkin Measure of Sampling Adequacy* (KMO MSA). Pengukuran validitas menurut Hair et. al (2010) dilakukan dengan melakukan analisa faktor kepada hasil olah data *pretest*, untuk melihat nilai *Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy*, *Bartlett's Test of Sphericity*, *Anti-image Matrices*, *Total Variance Explained* dan *Factor Loading of Component Matrix* dengan penjelasan dan kriteria pada tabel berikut:

Tabel 3.4 Ukuran Validitas

	Ukuran Validitas	Nilai Disyaratkan
--	------------------	-------------------

	Ukuran Validitas	Nilai Disyaratkan
1	Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy KMO MSA adalah statistic yang mengindikasikan proporsi variansi dalam variabel yang merupakan variansi umum (<i>common variance</i>), yakni variansi yang disebabkan oleh faktor-faktor dalam penelitian.	Nilai KMO di atas .500 menunjukkan bahwa faktor analisis dapat digunakan.
2	Bartlett's Test of Sphericity Bartlett's test of sphericity mengindikasikan bahwa matriks korelasi adalah matriks identitas, yang mengindikasikan bahwa variabel-variabel dalam faktor bersifat <i>related</i> atau <i>unrelated</i> .	Nilai signifikansi adalah hasil uji. Nilai yang kurang dari .05 menunjukkan hubungan yang signifikan antar variabel, merupakan nilai yang diharapkan.
3	Anti-image Matrices Setiap nilai pada kolom diagonal matriks korelasi anti-image menunjukkan <i>Measure of Sampling Adequacy</i> dari masing-masing indikator.	Nilai <i>diagonal anti-image correlation matrix</i> di atas .500 menunjukkan variabel cocok/sesuai dengan struktur variabel lainnya di dalam faktor tersebut.
4	Total Variance Explained Nilai pada kolom " <i>Cumulative %</i> " menunjukkan persentase variansi yang disebabkan oleh keseluruhan faktor.	Nilai " <i>Cumulative %</i> " harus lebih besar dari 60%
5	Component Matrix Nilai Factor Loading dari variabel-variabel komponen faktor.	Nilai <i>Factor Loading</i> lebih besar atau sama dengan .700

Sumber: Hair et. al (2010)

b. Rumus Uji Validitas

Validitas konstruk dilakukan dengan cara mengkolerasikan antara skor butir pertanyaan dengan skor totalnya. Dapat diketahui dengan rumus:

$$r_{xy} = \frac{N\Sigma xy - (\Sigma x)(\Sigma y)}{\sqrt{(N\Sigma x^2 - (\Sigma x)^2)(N\Sigma y^2 - (\Sigma y)^2)}}$$

Sumber Sugiyono (2016:183)

Dimana:

r_{xy} = koefisien korelasi

Σx = jumlah skor variabel X

N = jumlah individu dalam sampel

Σy = jumlah skor variabel Y

Dengan ketentuan penilaian uji validitas adalah :

- b. Apabila $r_{hitung} > r_{table}$ (pada taraf signifikan 5%) maka dapat dikatakan valid.
- c. Apabila $r_{hitung} < r_{table}$ (pada taraf signifikan 5%) maka dapat dikatakan tidak valid.

3.7.3.2 Reliabilitas

a. Pengertian Reliabilitas

Uji reliabilitas dimaknai sebagai *dependability/consistency*, yang artinya keluaran angka-angka yang dihasilkan dari suatu indikator tidak bervariasi karena adanya karakteristik dari proses pengukuran atau instrumen penelitian itu sendiri (Neuman, 2013). Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui sejauh mana pengukuran memberikan hasil yang konsisten. Pengukuran reliabilitas yang tinggi menyediakan dasar bagi

peneliti untuk tingkat kepercayaan bahwa masing-masing indikator bersifat konsisten dalam pengukurannya. Selain itu, analisis reliabilitas digunakan untuk mengukur tingkat akurasi dan presisi dari jawaban yang mungkin dari beberapa pertanyaan. Nilai variasi *Cronbach's Alpha* dari 0 sampai 1, dan nilai 0.600 atau di mana nilai kurang dari itu, maka tidak konsisten.

Nilai batas reliabilitas dengan menggunakan *Cronbach's Alpha* yang biasanya diterima secara umum adalah 0.600 (Sugiyono, 2013). Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang dalam kuesioner konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Uji signifikansi dilakukan pada taraf $\alpha = 0,05$. Suatu instrumen dianggap *reliable* jika memiliki koefisien alpha (α) sebesar 0,6 atau lebih. Dasar pengambilan keputusan menurut Sekaran (2003) untuk instrumen yang *reliable* adalah:

1. Jika *Cronbach's coefficient alpha* (α) pengujian $> 0,6$ maka pertanyaan dalam kuesioner layak digunakan (*reliable*).
2. Jika *Cronbach's coefficient alpha* (α) pengujian $\leq 0,6$ maka pertanyaan dalam kuesioner tidak layak digunakan (*tidak reliable*).

b. Rumus Uji Reliabilitas

Instrumen dapat dikatakan reliabel jika nilai alpha lebih besar dari r tabel. Cara yang dapat digunakan untuk menguji reliabilitas kuesioner adalah dengan menggunakan rumus *alpha cronbach* sebagai berikut:

- 1) Menghitung varians butir pernyataan (S_i)

$$S_i = \frac{\sum x_i^2 - \left(\frac{\sum x_i}{n}\right)^2}{n}$$

2) Menghitung varians total (S_t)

$$S_t = \frac{\sum x_t^2 - \frac{(\sum x_t)^2}{n}}{n}$$

3) Menghitung reliabilitas (r_{ca})

$$r_{ca} = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum Si^2}{St} \right)$$

Dimana:

r : Nilai reliabilitas

$\sum Si^2$: Varian skor tiap butir pertanyaan

St^2 : Varian total

k : banyak butir pernyataan

Xi : jumlah skor butir pernyataan

Xt : jumlah skor seluruh pernyataan

n : jumlah responden

Dengan kriteria keputusan :

a. Apabila $r_{ca} > r_{tabel}$ (pada taraf signifikan 5%) maka dikatakan reliabel.

b. Apabila $r_{ca} < r_{tabel}$ (pada taraf signifikan 5%) maka dikatakan tidak reliabel.

3.8 Uji Validitas dan Reliabilitas

Keabsahan suatu hasil penelitian sangat ditentukan oleh alat ukur yang digunakan. Untuk mengatasi hal tersebut diperlukan dua macam pengujian

yaitu uji validitas atau kesahihan dan uji kehandalan / reliabilitas. Uji validitas dan uji reabilitas dilakukan dengan menggunakan SPSS Amos 26.

2.8.1 Uji Validitas

Pengujian validasi dilakukan menggunakan *Confirmatory Factor Analysis* berdasarkan pada Kaiser Meyer Olkin Measure of *Sampling Adequacy* (KMO MSA). Adapun dasar pengambilan keputusan uji validitas adalah sebagai berikut (Hair et. al ,2010):

- a. Jika nilai KMO MSA $> 0,5$ $\longrightarrow$ valid.
- b. Jika nilai KMO MSA $< 0,5$ $\longrightarrow$ tidak valid.

3.8.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas suatu konstruk variabel dikatakan baik jika memiliki nilai koefisien Cronbach's Alpha $>$ dari 0,60 dengan bantuan *software* SPSS Amos 26 dan pengambilan keputusan uji reliabilitas dapat disimpulkan sebagai berikut (Hair et. al ,2010):

- a. Jika Cronbach's Alpha $> 0,60$ $\longrightarrow$ Cronbach's Alpha reliable.
- b. Cronbach's Alpha $< 0,60$ $\longrightarrow$ Cronbach's Alpha tidak reliable.

Tabel 3.5 Uji Validitas dan Reliabilitas

No.	Pernyataan	Factor Loadings	Cronbach's α	Keputusan
Attentive (KMO = 0,777)			0,742	Reliable
1	Resepsionis dapat mengulangi pesanan saya	0,809**		Valid
2	Resepsionis selalu menunjukkan rasa empati kepada saya	0,768**		Valid

3	Resepsionis mendengarkan dengan cermat apa yang saya sampaikan	0,768**		Valid
4	Resepsionis menunjukkan sikap mendengarkan yang baik sehingga saya menyadari bahwa resepsionis mendengarkan saya dengan baik	0,778**		Valid
5	Resepsionis menyampaikan berbagai hal kepada saya dengan penuh perhatian	0,766**		Valid
Friendly (KMO = 0,670)			0,644	Reliable
1	Resepsionis menunjukkan sikap yang baik dalam menempatkan diri	0,709**		Valid
2	Resepsionis memberikan saran Ketika saya minta	0,777**		Valid
3	Resepsionis menunjukkan penghargaan yang tinggi kepada saya walaupun saya menunjukkan sikap sebaliknya	0,733**		Valid
4	Resepsionis merupakan komunikator yang ramah	0,631**		Valid
5	Resepsionis dapat mengenali saya sebagai pelanggan dan menyebutkan nama saya secara lisan	0,636**		Valid
Relax (KMO = 0,749)			0,796	Reliable
1	Resepsionis tenang dan sistematis pada saat interaksi dengan saya	0,755**		Valid
2	Resepsionis berbicara dengan santai dengan saya	0,753**		Valid
3	Resepsionis merupakan komunikator yang santai	0,740**		Valid
4	Resepsionis tampak gugup Ketika berbicara dengan saya	0,748**		Valid
Customer Orientation of Service Employee (KMO = 0,852)			0,884	Reliable
1	Resepsionis memiliki kemampuan social yang baik	0,893**		Valid
2	Resepsionis memiliki kemampuan mempertimbangkan kebutuhan saya	0,844**		Valid

3	Resepsionis tahu cara memperlakukan saya dengan baik	0,881**		Valid
4	Resepsionis menunjukkan kesungguhan dalam melakukan pekerjaannya	0,920**		Valid
5	Resepsionis melakukan yang terbaik untuk memebuhi kebutuhan saya	0,800**		Valid
6	Resepsionis menunjukkan motivasi yang tinggi dalam melaksanakan pekerjaannya	0,807**		Valid
Dedication Behavior (KMO = 0,815)			0,865	Reliable
1	Saya akan melakukan pemesanan kamar hotel atau layanan lain dari hotel ini	0,930**		Valid
2	Saya akan melakukan pemesanan produk baru dari hotel ini	0,873**		Valid
3	Saya bersedia memberikan ide dan gagasan dengan manager atau karyawan perusahaan	0,901**		Valid
4	Saya bersedia memberikan testimonial positif atas nama saya untuk keperluan komersil perusahaan	0,914**		Valid
5	Saya akan menginformasikan kepada manager atau karyawan jika saya menjumpai masalah dalam pelayanan hotel ini	0,926**		Valid
6	Saya akan berbagi hal positif mengenai hotel ini	0,777**		Valid
7	Saya akan merekomendasikan hotel ini kepada orang lain yang membutuhkan	0,711**		Valid
8	Saya akan merekomendasikan teman dan keluarga utuk menginap di hotel ini	0,767**		Valid
9	Saya akan membela hotel ini jika mendapatkan kritik dari pihak lain	0,673**		Valid

Sumber: hasil pengolahan data (2020)

Hasil uji validitas pada tabel 3.5 terlihat bahwa keseluruhan butir pernyataan pada penelitian ini berdasarkan angka KMO MSA individual di atas 0,500 atau nilai *factor loading* diatas ± 0.500 sebagai nilai minimal persyaratan kesahihan atau validitas. Oleh karena itu semua butir pada variabel-variabel

yang digunakan dalam penelitian ini adalah valid dan dapat diikuti sertakan pada pengolahan data berikutnya.

Sedangkan untuk hasil uji reliabilitas pada tabel 3.5 maka dapat dilihat bahwa koefisien *Cronbach Alpha* untuk keseluruhan butir instrument penelitian ini adalah reliable karena memenuhi persyaratan minimal reliabilitas dengan angka $> 0,60$. Sehingga disimpulkan bahwa keseluruhan butir instrumen penelitian ini adalah reliabel. Sehingga dapat disimpulkan bahwa hasil olah data dalam tahap uji validitas dan reliabilitas alat ukur dalam penelitian menunjukkan bahwa setiap instrumen dinyatakan valid dan reliabel. Dengan demikian alat ukur yang digunakan dalam penelitian ini dapat digunakan dalam proses pengambilan hasil penelitian.

3.9 Uji Kesesuaian Model

Sebelum menganalisa hipotesa yang diajukan, terlebih dahulu dilakukan pengujian kesesuaian model (*goodness-of-fit model*) pada model yang diajukan (*proposed model*) dengan bantuan *software Amos version 26*. Pengujian kesesuaian model dilakukan dengan melihat beberapa kriteria pengukuran (Hair et al., 2010), yaitu:

1. ***Absolute fit measure*** yaitu mengukur model fit secara keseluruhan (baik model struktural maupun model pengukuran secara bersamaan). Kriterianya dengan melihat nilai chi-square, probability, goodness-of-fit Index (GFI) dan root mean square error of approximation (RMSEA).

2. **Incremental fit measures** yaitu ukuran untuk membandingkan model yang diajukan (*proposed model*) dengan model lain yang dispesifikasi oleh peneliti. Kriterianya dengan melihat: normed fit index (NFI), *adjusted goodness-of-fit Index* (AGFI) dan *comparative fit index* (CFI).
3. **Parsimonious fit measures** yaitu melakukan adjustment terhadap pengukuran fit untuk dapat diperbandingkan antar model dengan jumlah koefisien yang berbeda. Kriterianya dengan melihat nilai normed chi-square (CMIN/DF).

Tabel 3.6 Ketentuan Pengujian Tingkat Kesesuaian (*goodness-of-fit model*)

Pengukuran <i>Goodness-of-fit</i>	Batas Penerimaan Yang Disarankan	Keputusan
<i>Chi-square</i> dan <i>p-value</i>	Semakin kecil <i>Chi-square</i> dengan tingkat signifikansi penerimaan adalah apabila <i>p-value</i> $\geq 0,05$	<i>Good Fit</i>
GFI	$\geq 0,90$ atau mendekati 1	<i>Good Fit</i>
AGFI	$\geq 0,90$ atau mendekati 1	<i>Good Fit</i>
CFI	$\geq 0,90$ atau mendekati 1	<i>Good Fit</i>
RMSEA	Berkisar diantara: $< 0,05$ → $0,08-0,10$ → $> 0,10$ →	<i>Good Fit</i> <i>Mediocre Fit</i> <i>Poor fit</i>
<i>Normed chi-square</i> (CMIN/df)	batas bawah : 1 batas atas : 2, 3, atau 5	<i>Good Fit</i>

Sumber: Ghozali, Imam (2013)

Berdasarkan hasil data yang diperoleh dalam penelitian ini hasil uji tingkat kesesuaian model tersaji dalam tabel di bawah ini.

Tabel 3.7 *Goodness of Fit Table*

Pengukuran <i>Goodness-of-fit</i>	Batas Penerimaan Yang Disarankan	Hasil Analisa	Keputusan
<i>Chi-square</i>	Semakin kecil <i>Chi-square</i> dengan tingkat signifikansi penerimaan adalah apabila $p\text{-value} \geq 0,05$	899,834	<i>Good fit</i>
<i>P-value</i>	$> 0,05$	0.000	<i>Good fit</i>
<i>GFI</i>	$\geq 0,90$ atau mendekati 1	0,772	<i>Marginal fit</i>
<i>AGFI</i>	$\geq 0,90$ atau mendekati 1	0,732	<i>Marginal fit</i>
<i>CFI</i>	$\geq 0,90$ atau mendekati 1	0,789	<i>Marginal fit</i>
<i>RMSEA</i>	$< 0,05$	0,088	<i>Good fit</i>
<i>Normed chi-square</i> (CMIN/df)	batas bawah : 1 batas atas : 2, 3, atau 5	2,432	<i>Good fit</i>

Sumber: hasil pengolahan data (2020)

Uji kesesuaian model (*goodness of fit*) pada tabel 3.7 menunjukkan bahwa hasil nilai *Normed chi-square* (CMIN/df) hasilnya memenuhi persyaratan ketentuan yang ditetapkan. Sedangkan hasil pengukuran lainnya seperti *p-value*, *GFI*, *AGFI*, *CFI* dan *RMSEA* nilainya mendekati syarat yang ditentukan. Dengan demikian, secara keseluruhan model persamaan struktural yang digunakan dapat diterima dengan baik, karena memberikan nilai yang sangat bagus, sehingga pengujian hipotesis dapat dilanjutkan.

3.10 Teknik Analisa Data

Teknik analisis data yang digunakan adalah dengan menggunakan metode *Structural Equation Method* (SEM) yang merupakan suatu teknik statistik yang memungkinkan hubungan terpisah bagi setiap perangkat variabel terikat.

Menurut Hair et al., (2010:609), prosedur SEM dapat dilakukan dengan dua cara yaitu:

1. Melalui hubungan kausalitas yang direpresentasikan oleh serangkaian persamaan structural (misalnya, regresi).
2. Hubungan struktural ini dapat dibuat dalam bentuk model gambar agar diperoleh konseptualisasi yang lebih jelas atas persoalan yang diteliti.

Analisis faktor yang digunakan dalam SEM ini adalah *confirmatory factor analysis* (CFA) dimana orde kedua digunakan untuk memeriksa nilai penting dimensi *service quality*. Indeks *goodness-of-fit* (kebaikan kecocokan) mendukung diterimanya mode pengukuran *service quality*. Berdasarkan hubungan antar teoritikal variabel, sebagaimana yang dicantumkan dalam kerangka berpikir atau *Theoretical Frame Work*, peneliti menggunakan model *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan mempertimbangkan :

1. SEM memberikan kelayakan dan teknis estimasi yang paling efisien. Pengukuran mengijinkan peneliti untuk menggunakan beberapa variabel untuk satu variabel yang independent atau variabel dependent.
2. SEM dapat membedakan secara eksplisit antara variabel laten dan variabel terukur, sehingga peneliti dapat menguji berbagai jenis hipotesis.
3. SEM memungkirikan peneliti untuk melakukan berbagai jenis test yang signillkan (Hair et.al, 2010).

Pengambilan keputusan untuk pengujian hipotesis dengan ketentuan sebagai berikut :

- ◆ Jika $p\text{-value} < 0,05$ maka H_0 ditolak.

◆ Jika $p\text{-value} > 0,05$ maka H_0 diterima.

