

BAB IV

DESKRIPSI DATA, PEMBUKTIAN HIPOTESIS DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Profil Hotel Syariah

a. Sejarah Berdirinya Hotel Syariah Cahaya Berlian

Hotel Syariah Cahaya Berlian adalah bangunan empat lantai berdiri kokoh pada salah satu dataran tinggi di kota Pamekasan adalah satu-satunya Boutique Hotel di Pulau Madura–Jawa Timur. Pemilik Hotel Syariah Cahaya Berlian adalah Hj Agus Mulyadi. Hj Agus Mulyadi mengkonsep hotelnya dengan mengusung konsep tematik–kekinian, Cahaya Berlian Hotel menyuguhkan kemewahan dan kenyamanan menginap serta mengakomodir semua kebutuhan bisnis dan liburan anda selama berada di pulau Garam–Madura. Yang mana ber lokasi di jalan Raya Panglegur yang merupakan gerbang utama memasuki Wilayah Kabupaten Pamekasan–Madura (jalur utama Surabaya-Sumenep dan sebaliknya).¹

Lokasi yang strategis dan sangat mudah dijangkau untuk menunjang berbagai kebutuhan bisnis dan liburan. Jarak hanya 5 menit dari Pusat Pemerintah Kota dan Pusat Perkantoran, dekat dengan sentra kuliner Madura, Pusat Batik, Wisata Religi, Situs Bersejarah, Pusat Seni dan Budaya serta oleh- oleh khas Madura. Kamar yang luas tertata apik dengan furniture Sayangnya jasa yang elegan, desain interior tematik pada masingmasing

¹ Diakses dari www.cahayaberlianhotel.co.id pada pukul 20: 03. Tanggal 23 Februari 2020

kamar, pemandangan suasana pedesaan, bersih dan higienis. Selain itu Nuansa Religi yang kental, bersahabat dan kekeluargaan serta melebihi harapan pelanggan sebagai etos budaya kerja. Fasilitas yang kami persembahkan untuk kenyamanan masa tinggal anda, lahan parkir yang luas dan teduh, keamanan 24 jam, CCTV, TV cable, Wifi gratis, air panas dan dingin, kamar yang luas dan mewah, restaurant, coffee shop, drug store, meeting room, sky lounge, masjid dan masih banyak lagi, adalah keunggulan sekaligus nilai tambah cahaya berlian hotel.²

² Ibid,

b. Visi dan Misi Hotel Syariah Cahaya Berlian

Visi : Menjadi hotel terbaik di kelasnya

Misi : Kerjakeras, kerja cerdas, dan kerja ikhlas dalam memberikan pelayanan untuk memenuhi kepuasan karyawan, tamu dan owner.³

c. Pedoman Penyelenggaraan Usaha Hotel Syariah Cahaya Berlian**Pamekasan.**

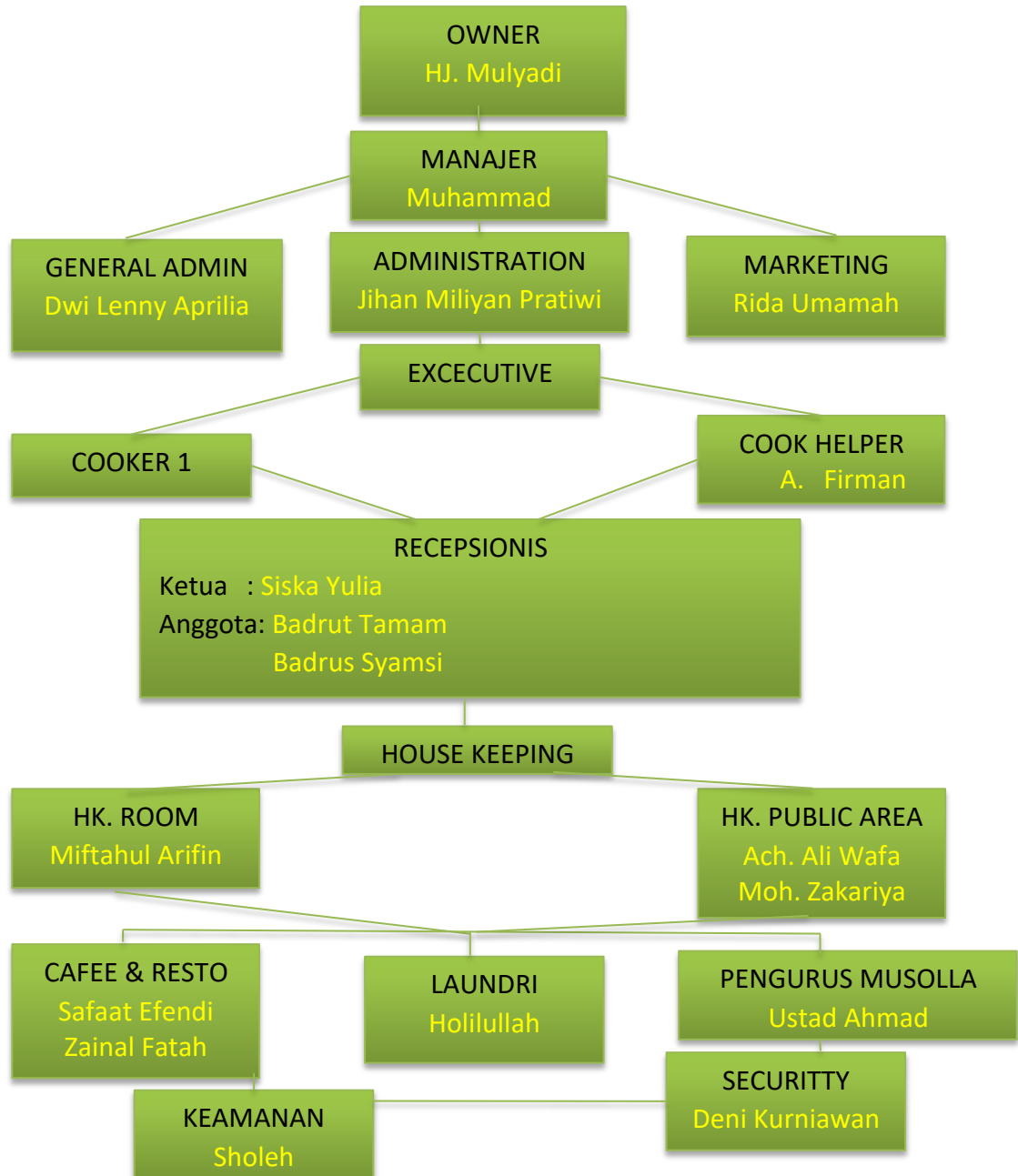
Penyelenggaraan Hotel syariah Cahaya berlian ini berlandaskan pada Undang-Undang menteri pariwisata dan ekonomi kreatif nomer 2 tahun 2014 tentang pedoman penyelenggaraan usaha hotel syari'ah. Hotel yang di dirikan oleh Hj. Agus Mulyadi sudah masuk kategori Hotel Syariah Karena sudah memenuhi standart yangdi tentukan oleh menteri pariwisata dan ekonomi kreatif nomer 2 tahun 2014 tentang pedoman penyelenggaraan usaha hotel syariah.

³ Wawancara dengan direktur Hotel Syariah Cahaya Berlian Hj. Agus Mulyadi. Pada tanggal 20 Februari 2020

d. Strukurur Organisasi Hotel Syariah Cahaya Berlian Pamekasan

Gambar 4.1

Struktur Organisasi Hotel Syariah Cahaya Berlian Pamekasan



Sumber: wawancara dengan manajer Hotel Syariah Cahaya berlian Pada Tanggal 20 Februari 2020

B. Karakteristik Responden

Responden penelitian ini adalah pelanggan Hotel Syariah Cahaya Berlian Pamekasan. Berikut ini karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin, alamat, umur, dan frekuensi kunjungan pelanggan.

a. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 4.1
Jenis Kelamin

	Frequenc y	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
laki-laki	76	81.7	81.7	81.7
Valid Perempuan	17	18.3	18.3	100.0
Total	93	100.0	100.0	

Sumber: output SPSS Versi 20, data primer diolah pada 2020

Tabel 4.1 Menunjukkan bahwa mayoritas jenis kelamin responden adalah laki-laki sebanyak 76 pelanggan dengan persentase 81,7 % sedangkan perempuan 17 pelanggan dengan persentase 18,3 %

Tabel 4.2
Umur

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
20-29	18	19.4	19.4	19.4
30-39	29	31.2	31.2	50.5
40-49	29	31.2	31.2	81.7
Valid 50-59	16	17.2	17.2	98.9
60-69	1	1.1	1.1	100.0
Total	93	100.0	100.0	

b. Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

Sumber: output SPSS Ver.20, data primer diolah pada 2020

Pada tabel 4.2 menunjukkan bahwa responden yang berpartisipasi pada penelitian ini dengan kategori umur 20-29 tahun berjumlah 18 pelanggan dengan persentase 19,4%, responden yang berumur 30-39 tahun berjumlah 29 pelanggan dengan persentase 31,2%, responden yang berumur

40-49 tahun berjumlah 29 juga dengan persentase 31,2%, responden yang berusia 50-59 tahun berjumlah 16 orang dengan persentase 17,2%, dan di usia 60-69 berjumlah 1 responden saja dengan persentase 1,1%.

c. Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Kunjungan

Tabel 4.3
Frekuensi Kunjungan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1 Kali	69	74.2	74.2	74.2
2-3 Kali	23	24.7	24.7	98.9
4-5 Kali	1	1.1	1.1	100.0
Total	93	100.0	100.0	

Sumber: output SPSS Ver.20, data primer diolah pada 2020

Tabel 4.3 menunjukkan bahwa responden yang berpartisipasi pada penelitian ini dengan kategori frekuensi kunjungan, pelanggan yang berkunjung satu kali terdapat 69 orang dengan persentase 74,2%, responden yang berkunjung 2-3 kali terdapat 23 orang dengan persentase 24,7 %, sedangkan yang berkunjung 4-5 kali terdapat 1 pelanggan saja dengan persentase 1,1 %.

d. Karakteristik Responden Berdasarkan Alamat Pengunjung

Tabel 4.4

Alamat pengunjung

	Frequenc y	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Dalam Madura	17	18.3	18.3	18.3
Valid Luar Madura	76	81.7	81.7	100.0
Total	93	100.0	100.0	

Sumber: output SPSS Ver.20, data primer diolah pada 2020

Tabel 4.4 di atas menunjukkan bahwa responden yang bersal dari dalma Madura berjumlah 17 responden dengan persentase 18,3% sedangkan yanga dari luar Madura berjumlah 76 responden dengan persentase 81,7%.

C. Analisis Deskriptif

Hasil dari pengujian spss versi 20 analisis deskriptif di hasilkan tabel di bawah ini:

Tabel 4.5
Deskriptif variable X (Kualitas Layanan)

		Statistics					Kualitaslayana
		X.1	X.2	X.3	X.4	X.5	n
N	Valid	93	93	93	93	93	93
	Missing	0	0	0	0	0	0
Mean		4.04	3.97	4.16	3.92	4.04	20.14
Std. Error of Mean		.051	.054	.060	.062	.059	.214
Median		4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	20.00
Mode		4	4	4	4	4	20
Std. Deviation		.487	.520	.577	.594	.569	2.067
Variance		.237	.271	.332	.353	.324	4.274
Range		2	2	2	2	2	10
Minimum		3	3	3	3	3	15
Maximum		5	5	5	5	5	25
Sum		376	369	387	365	376	1873

Sumber: output SPSS Ver.20, data primer diolah pada 2020

Pada table 4.5 menunjukkan bahwa nilai minimum, nilai maksimum, range, dan median, pada setiap pertanyaan variable X sama yakni untuk nilai minimumnya 3, nilai maksimum 5, median 4,00 dan Range 2. Sedangkan untuk Mean dan Standart devisiasi dari setiap pertanyaan variable X berbeda. Pertanyaan pertama variabel X (X.1) memiliki mean 4, 04, standar deviasi 0,487, Pertanyaan kedua (X.2) menunjukkan nilai mean 3,97, standart deviasi 0,520, Pertanyaan ketiga (X.3) menunjukkan nilai mean 4,16,

standart deviasi 0,577, Pertanyaan keempat (X.4) menunjukkan nilai mean 3,92, standart deviasi 0,594, sedangkan untuk pertanyaan kelima (X.5) menunjukkan bahwa nilai mean 4,04 dan standart deviasinya 0,569. Untuk variable X sendiri memiliki nilai rata-rata sebesar 20,14. Hal ini menunjukkan bahawa pendistribusian data baik dan terdapat penyimpangan data terhadap rata-rata atas setiap variabel.

Tabel 4.6
Deskriptif variable Y (Kepuasan Pelanggan)

		Statistics				
		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	kepuasanKonsum en
N	Valid	93	93	93	93	93
	Missing	0	0	0	0	0
Mean		4.43	4.39	4.08	4.47	17.37
Std. Error of Mean		.069	.065	.065	.062	.204
Median		5.00	4.00	4.00	5.00	18.00
Mode		5	4 ^a	4	5	16
Std. Deviation		.666	.626	.630	.601	1.966
Variance		.443	.392	.396	.361	3.865
Range		2	2	2	2	8
Minimum		3	3	3	3	12
Maximum		5	5	5	5	20
Sum		412	408	379	416	1615

Sumber: output SPSS Ver.20, data primer diolah pada 2020

Table 4.6 menunjukkan bahwa setiap pertanyann variabel Y memiliki nilai maksimum, minimum dan range yang sama yakni nilai minimum 3, nilai maksimum 5, dan nilai range 2. Pertanyaan pertama (Y.1) pada variabel Y (Kepuasan Pelanggan) nilai mean 4,43 median, 5,00 dan

modus 5, dan standart deviasi 0,666. Untuk pertanyaan kedua (Y.2) pada variabel Y (Kepuasan Pelanggan) nilai mean 4,39 median, 4,00 dan modus 4, standart deviasi 0,626, sedangkan untuk pertanyaan ketiga (Y.3) pada variabel Y (Kepuasan Pelanggan) nilai mean 4,08 median, 4,00 dan modus 4, standart deviasi 0,630, dan untuk pertanyaan keempat (Y.4) pada variabel Y (Kepuasan Pelanggan) nilai mean 4,47, median, 5,00 dan modus 5, standart deviasi 0,601. Untuk nilai mean variabel Y menunjukkan 17,37. Hal ini menunjukkan bahawa pendistribusian data baik.

Tabel 4.7
Deskriptif variable Z (*Switching Intention*)

		Statistics			
		Z.1	Z.2	Z.3	switching intention
N	Valid	93	93	93	93
	Missing	0	0	0	0
Mean		4.01	4.08	4.26	12.34
Std. Error of Mean		.077	.063	.065	.175
Median		4.00	4.00	4.00	12.00
Mode		4	4	4	12
Std. Deviation		.744	.612	.624	1.691
Variance		.554	.375	.389	2.859
Range		2	2	2	6
Minimum		3	3	3	9
Maximum		5	5	5	15
Sum		373	379	396	1148

Sumber: output SPSS Ver.20, data primer diolah pada 2020

Tabel 4.7 menunjukkan bahawa setiap pertanyaan pada variabel memiliki nilai maksimum, minimum, range, modus, dan median yang sama yakni, nilai maksimum 5, nilai minimum 3, range 2, modus 4, dan median

4,00. Sedangkan untuk mean pada pertanyaan pertama (Z.1) variabel Z menunjukkan 4,01, standart deviasinya 0,744, untuk pertanyaan kedua (Z.2) variabel Z menunjukkan nilai mean 4,08, standart deviasinya 0,612, untuk pertanyaan ketiga (Z.3) variabel Z menunjukkan nilai mean 4,26, standart deviasinya 0,624, dan untuk nilai rata-rata variabel Z sendiri menunjukkan 12,34 Hal ini menunjukkan bahawa pendistribusian data baik.

D. Uji Kualitas Data

Instrument yang dipakai dalam penelitian ini harus dapat dikatakan valid dan reliabel untuk mendapatkan hasil penelitian yang valid dan reliable. Uji validitas dan reliabilitas dilakukan untuk mengetahui apakah kuesioner layak digunakan sebagai instrumen penelitian atau tidak. Valid artinya data yang diperoleh melalui kuesioner dapat menjawab tujuan penelitian, sedangkan reliabel artinya data yang diperoleh melalui kuesioner hasilnya konsisten bila digunakan untuk penelitian bila digunakan untuk penelitian lain.

a. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengukur data yang di dapat setelah penelitian dengan alat ukur yaitu kuesioner. Pengujian validitas tiap butir pertanyaan menggunakan analisi item, yaitu mengkorelasikan skor tiap butir dengan skor total yang merupakan jumlah skor setiap butir pertanyaan, yang disebut dengan uji *personcorrelation*. Pengujian validitas instrument dalam penelitian ini menggunakan batuan software SPSS versi 20.

Tabel 4.8
Hasil Uji Validitas Tiap Item Pertanyaan

Item	Koefisien korelasi	Kritik r_{xy}	Validitas
Kualitas Layanan (X)			
X.1	0,600	0, 2017	Valid
X.2	0,567	0, 2017	Valid
X.3	0,527	0, 2017	Valid
X.4	0,506	0, 2017	Valid
X5	0,648	0,2017	Valid
Kepuasan Pelanggan (Y)			
Y.1	0,502	0, 2017	Valid
Y.2	0,498	0, 2017	Valid
Y.3	0,510	0, 2017	Valid
Y.4	0,478	0, 2017	Valid
Switching Intention (Z)			
Z1	0,508	0, 2017	Valid

Z2	0,547	0, 2017	Valid
Z3	0,542	0, 2017	Valid

Sumber: output SPSS Ver.20, data primer diolah pada 202

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan teknik *alpha cronbach*. Bila hasil koefisien reliabilitas dari semua variabel menunjukkan positif dan signifikan, maka instrument tersebut dinyatakan reliabel. Kuisisioner dikatakan reliabel jika *Alpha cronbach* > 0,600 dan tidak reliabel jika sama atau di bawah 0,600. Tabel di bawah ini merupakan hasil dari uji reliabelitas.

Tabel 4.9

Hasil Uji Reliabilitas Teknik Alpha Cronbach

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.856	12

Sumber: output SPSS Ver.20, data primer diolah pada 2020

Dari tabel 4.7 menunjukkan bahwa hasil pengujian reliabilitas pada instrument semua variabel dengan nilai *Alpha Cronbach*. Diatas 0,600 yakni 0,856, artinya semua variabel reliabel atau konsisten.

E. Uji Asumsi Klasik

Pengujian ini dilakukan untuk menilai baik tidaknya model regresi linear sederhana harus dilakukan pengujian asumsi klasik terlebih dahulu pengujian asumsi klasik yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji normalitas, uji autokorelasi, uji multikolonieritas dan uji heteroskedastisitas.

a. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk menguji data variabel bebas (X), (Z) dan data variabel terikat (Y) pada persamaan regresi yang dihasilkan berdistribusi normal atau berdistribusi tidak normal. Uji normalitas dengan menggunakan *One Sampel Kolmogorov Smirnov*. Berikut hasil uji normalitas dengan menggunakan *One Sampel Kolmogorov Smirnov*, yaitu:

Tabel 4.10

Hasil Uji *Kolmogori-Smirnov*

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Predicted Value
N		93
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	17.3655914
	Std. Deviation	.96456183
	Absolute	.100
Most Extreme Differences	Positive	.097
	Negative	-.100
Kolmogorov-Smirnov Z		.960

Asymp. Sig. (2-tailed)	.315
------------------------	------

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber: Output SPSS 20

Berdasarkan hasil uji normalitas *One-Sampel Kolmogorov-Smirov*, diperoleh nilai signifikansi 0,315 lebih besar dari 0,50, sehingga dapat disimpulkan bahwa uji normalitas pada penelitian ini adalah data berdistribusi normal

b. Uji Autokorelasi

Persamaanregresi yang baik adalah tidak memiliki masalah autokorelasi. Jika terjadi autokorelasi maka persamaan tersebut menjadi tidak baik atau tidak layak dipakai prediksi. Berikut hasil uji autokorelasi menggunakan *runts test*

Tabel 4.11

Hasil Uji Autokorelasi

Runs Test

	Unstandardized Residual
Test Value ^a	.24314
Cases < Test Value	46
Cases >= Test Value	47
Total Cases	93
Number of Runs	37
Z	-2.189
Asymp. Sig. (2-tailed)	.029

Sumber: output spss 20, di olah pada, 2020

Hasil *runs test* menunjukkan bahwa nilai Asymp.sig (2-tailed) < 0.05. Dengan demikian data yang dipergunakan cukup random sehingga tidak terdapat masalah autokorelasi pada data yang diuji.

c. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas dengan variabel terikat. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas. Jika variabel bebas saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak *orthogonal* adalah variabel bebas yang nilai korelasi antar sesama variabel bebas sama dengan nol.

Tabel 4.12

Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	7.743	1.830		4.231	.000	
	Kualitas Layanan	.431	.102	.453	4.211	.000	.729 1.373
	switching intention	.076	.125	.066	.611	.543	.729 1.373

Sumber: output SPSS Ver.20, data primer diolah pada 2020

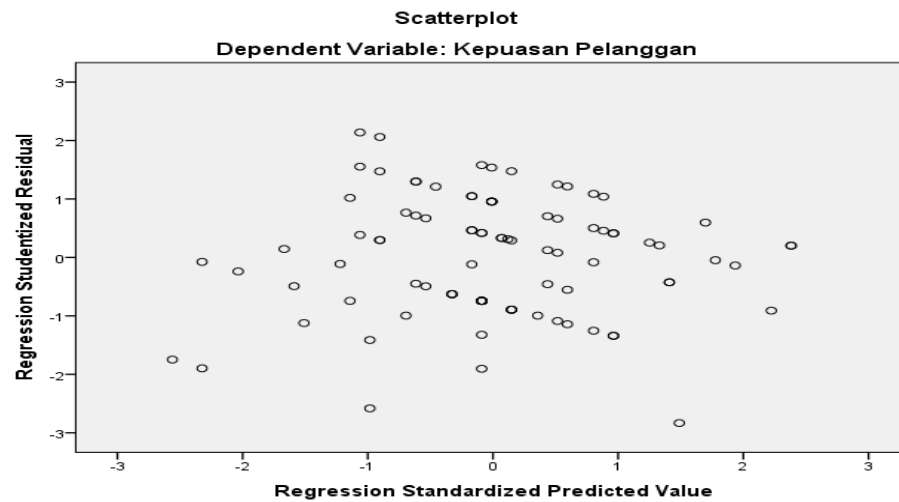
an output di atas diketahui bahwa nilai tolerance variabel Kualitas Layanan (X) dan Switching Intention (Z) 0,729 lebih besar dari 0,05. Sementara itu nilai VIF masing-masing 1,373 lebih kecil dari 10,00, sehingga dapat dikatakan tidak terjadi multikolinieritas.

d. Uji Heteroskedastisitas

Dalam penelitian ini untuk mendeteksi ada tidaknya gejala heteroskedastisitas adalah dengan menggunakan uji grafik plot yang dihasilkan dari pengolahan data dengan menggunakan program SPSS versi 20 yang dapat dilihat pada gambar dibawah ini:

Gambar 4.2

Hasil Uji Heteroskedastisitas



Sumber: output SPSS Ver.20, data primer diolah pada 2020

Berdasarkan olah output SPSS (gambar *scatterplot*) di atas terdapat titik menyebar di bawah dan di atas angka 0 (nol) pada sumbu Y sehingga grafik tersebut tidak bisa dibaca dengan jelas dan tidak mempunyai pola yang teratur. Hasil ini memperlihatkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas.

F. Pembuktian Hipotesis

Pembuktian hipotesis ini dilakukan untuk mengetahui ada tidaknya kontribusi Kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan, serta kontribusi Kualitas layanan dan kepuasan konsumen terhadap *switching intention*. Pembuktian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan analisis jalur (*intervening*).

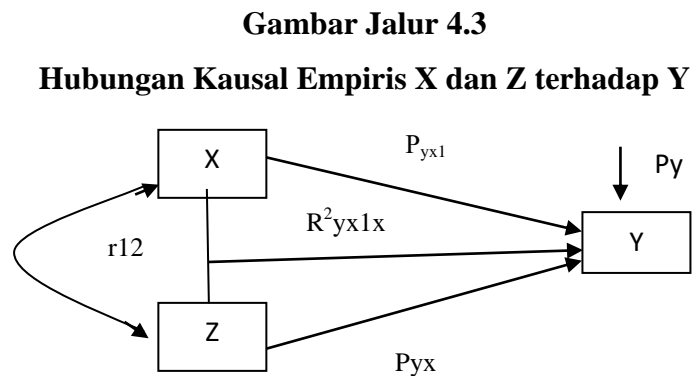
1. Merumuskan Hipotesis dan Persamaan Struktur

Hipotesis: kualitas layanan dan *switching intention* berkontribusi secara simultan dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

$$\text{Struktur: } Y = p_{yx1} + p_{yx2}X_2 + p_y e$$

2. Menghitung Koefisien Jalur yang didasarkan pada koefisien Regresi

a. Menggambar diagram jalur lengkap



Tabel 4.13

Correlations

		Kualitas layanan	kepuasan Konsumen	switching intention
	Pearson Correlation	1	.487**	.521**
Kualitas layanan	Sig. (2-tailed)		.000	.000
	N	93	93	93

	Pearson Correlation	.487**	1	.302**
kepuasan Konsumen	Sig. (2-tailed)	.000		.003
	N	93	93	93
	Pearson Correlation	.521**	.302**	1
switching intention	Sig. (2-tailed)	.000	.003	
	N	93	93	93

b. Menghitung Koefisien Korelasi dan Regresi SPSS versi 20

Sumber: output SPSS Ver.20, data primer diolah pada 2020

1) Anova X dan Z Terhadap Y (Kepuasan Konsumen)

Tabel 4.14
Anova

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	72.171	2	36.086	17.020	.000 ^b
	Residual	190.818	90	2.120		
	Total	262.989	92			

2) Coefficients X dan Z terhadap Y

Tabel 4.15

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	t	Sig.

	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	3.329	1.648		2.021	.046
1 Kualitas Layanan	.401	.084	.490	4.769	.000
Kepuasan	.054	.088	.063	.611	.543
Pelanggan					

3) Summary X dan Z terhadap Y

Tabel 4.16

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.524 ^a	.274	.258	1.45609

Sumber: output SPSS Ver.20, data primer diolah pada 2020

a. Kualitas layanan berkontribusi secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan

Uji secara individu ditunjukkan oleh tabel 4.15 *Coefficients*.

Hipotesis penelitian yang akan di uji dirumuskan berbentuk

hipotesis statistic berikut:

$$H_{a1}: \beta_{yx1} > 0$$

$$H_{o1}: \beta_{yx1} = 0$$

H_{a1}: kualitas layanan berkontribusi secara signifikan terhadap kepuasan konsumen

Ho1: kualitas layanan tidak berkontribusi secara signifikan terhadap kepuasan konsumen

Secara individual uji statistik yang digunakan adalah uji t

yang di hitung dengan rumus $t_{x1} = \frac{px1}{sepxy1} = \frac{0,490}{0,1027} = 4,769$

Uji signifikansi analisis jalur dicari yaitu membandingkan antara nilai probabilitas 0,50 dengan nilai probabilitas sig.

Dasar pengambilan keputusan sebagai berikut:

- 1) Jika nilai probabilitas 0,05 lebih kecil atau sama dengan nilai probabilitas sig. atau $(0,05 \leq \text{Sig})$, maka Ho1 diterima, Ha1 ditolak, artinya tidak signifikan.
- 2) Jika nilai probabilitas 0,05, lebih besar atau sama dengan nilai probabilitas Sig atau $(0,05 \geq \text{Sig})$, maka Ho1 di tolak dan Ha1 di terima, artinya signifikan.

Terlihat bahwa pada kolom sig (signifikan) pada tabel 4.15 coefficients, didapat nilai sig. 0,000 lebih kecil dari nilai probabilitas atau nilai $0,05 > 0,000$. maka, Ho₁ ditolak dan Ha₁ di terima, artinya koefisien analisis jalur adalah signifikan. Jadi, kualitas layanan berkontribusi secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

b. Kualitas Layanan Berpengaruh Terhadap *Switching Intention* Di Hotel Syariah Cahaya Pamekasan

Uji secara individual ditunjukkan oleh tabel 4.15 *coefficients*.

Hipotesis penelitian yang akan diuji dirumuskan berbentuk hipotesis statistic berikut:

Ha2: $\rho_{yz} > 0$

H02 : $\rho_{yz} = 0$

Hipotesis bentuk kalimat:

Ha2 : Kualitas Layanan berkontribusi secara signifikan terhadap

switchingintention

Ho2: Kualitas layanan tidak berkontribusi secara signifikan terhadap

switching intention

Secara individual uji statistic yang digunakan adalah uji t yang

dihitung dengan rumus: $t_z = \frac{pz}{sepz} = \frac{0,63}{1,0147} = 0,611$

Uji signifikan analisis jalur dicari yaitu membandingkan antara nilai probabilitas 0,05 dengan nilai probabilitas sig.

Dasar pengambilan keputusan sebagai berikut:

1. Jika nilai probabilitas 0,05 lebih kecil atau sama dengan nilai probabilitas Sig. atau $(0,05 \leq \text{Sig})$, maka Ho2 di terima dan Ha2 di tolak, artinya tidak signifikan
2. Jika nilai probabilitas 0,05 lebih besar atau sama dengan nilai probabilitas Sig. atau $(0,05 \geq \text{Sig})$, maka Ho2 ditolak dan Ha2 diterima, artinya signifikan.

Terlihat bahwa kolom sig (signifikan) pada tabel 4.15 coefficients, didapat nilai sig 0.543. Kemudian nilai sig 0,543 lebih besar dari nilai probabilitas 0,05 atau nilai $0,05 > 0,543$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak artinya koefisien analisis jalur adalah tidak signifikan. Jadi, kualitas layanan tidak berkontribusi secara signifikan terhadap *Switching Intention*.

1. Menghitung koefisien jalur secara simultan (keseluruhan)

a. Uji secara keseluruhan ditunjukkan oleh tabel 4.12 yaitu tabel Anova.

Hipotesis statistik dirumuskan sebagai berikut:

$$H_{a3}: \beta_{yx1} = \beta_{yx2} = 0$$

$$H_{o3}: \beta_{yx1} = \beta_{yx2} = 0$$

b. Hipotesis bentuk kalimat

H_{a3} : Kualitas layanan dan kepuasan konsumen berkontribusi secara simultan dan signifikan terhadap *switching intention* di Hotel Syariah Cahaya Berlian Pamekasan.

H_{o3} : Kualitas layanan dan kepuasan konsumen tidak berkontribusi secara simultan dan signifikan terhadap *switching intention* di Hotel Syariah Cahaya Berlian Pamekasan.

c. Kaidah pengujian signifikan: program spss

1) Jika nilai probabilitas 0,05 lebih kecil atau sama dengan nilai sig. atau $(0,05 \leq \text{sig})$, maka H_{o3} diterima dan H_{a3} ditolak, artinya tidak signifikan.

- 2) Jika nilai probabilitas 0,05 lebih besar atau sama dengan nilai sig atau
 atau
 ($0,05 \geq \text{Sig}$), maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya signifikan.

Tabel 4.14 Anova diperoleh nilai F sebesar 17.020 dengan nilai probabilitas (sig) = 0,000, karena nilai $\text{sig} < 0,05$, maka keputusannya adalah H_0 ditolak dan H_a diterima. Oleh sebab itu, pengujian secara individual dapat dilakukan.

Keterangan, jika nilai F secara manual dihitung dengan rumus F. berdasarkan koefisien R^2 pada tabel 4.16 model Summary, maka nilai F dapat dihitung sebagai berikut:

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

$$F = \frac{93-2-1)(0,274)}{2.(1-0,274)} = 17.020$$

Kerangka hubungan kausal empiris antar X dan Z terhadap Y dibuat melalui persamaan struktur sebagai berikut:

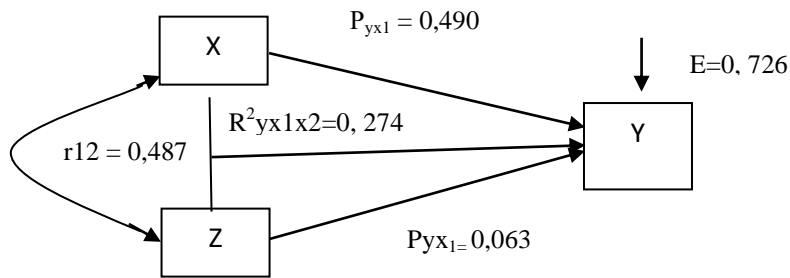
$$\begin{aligned} \text{Struktur: } Y &= \beta_{YX_1} X_1 + \beta_{YX_2} X_2 + \beta_{Ye} e \\ &= 0,490 + 0,063 + 0,726 e \end{aligned}$$

$$R^2_{X_1, X_2} = 0,274$$

$$\beta_{Ye} = 1 - R^2_{X_1, X_2} = 1 - 0,274 = 0,726 = 72,6\%$$

Gambar 4.4

Diagram Jalur Hubungan Kausal Empiris X dan Z Terhadap Y



Berdasarkan hasil perhitungan analisis jalur struktur tersebut, maka memberikan informasi secara objektif sebagai berikut:

1. Besarnya kontribusi kualitas Layanan (X) yang secara langsung mempengaruhi kepuasan pelanggan (Y) adalah $0,490^2 = 0,241$ atau 24,1 %
2. Besarnya Switching intention (Z) yang mempengaruhi kepuasan pelanggan (Y) adalah $0,063^2 = 0,0039$ atau 0,39 %
3. Besarnya kontribusi kemampuan kualitas layanan (X) dan Switching intention (Z) berpengaruh secara simultan yang langsung mempengaruhi kepuasan pelanggan (Y) adalah 0,274 atau 27,4 % sisanya sebesar 72,6 % dipengaruhi faktor-faktor lain yang tidak dapat dijelaskan dalam penelitian ini. $E=0,037$

Besarnya kontribusi kualitas layanan (X) dan Switching Intention (Z) berpengaruh secara simultan yang langsung mempengaruhi kepuasan konsumen. Jawaban masalah penelitian tersebut di ringkas melalui tabel 4.17 sebagai berikut:

Tabel 4.17

Kontribusi

Variabel	Koefisien Jalur	Pengaruh		Pengaruh Bersama (R^2_{yx1x2})
		Langsung	Total	
X	0,490	0,490	24,1 %	-
Z	0,063	0,063	0,39 %	-
E	0,726	0,726	72,6 %	-
X dan Z	-	-	-	0,274 = 27,4%

Sumber: output SPSS Ver.20, data primer diolah pada 2020

G. Pembahasan

1. Hipotesis pertama Kualitas Layanan Berpengaruh Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Hotel Syariah Cahaya Berlian Pamekasan. Berdasarkan hasil uji statistic hipotesis H_{01} di tolak dan H_{a1} diterima artinya kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Kualitas layanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan di ditunjukkan tabel 4.15 coefficients, didapat nilai sig. 0,000 lebih kecil dari nilai probabilitas atau nilai $0,05 > 0,000$, maka, H_{01} ditolak dan H_{a1} diterima, artinya koefisien analisi jalur adalah signifikan. Dari pembuktian tersebut kualitas layanan di nyatakan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Kualitas layanan yang di berikan Hotel Syariah Cahaya Berlian Syariah kabupaten Pamekasan sesuai dengan uji yang telah di lakukan menunjukkan 24, 1 % yakni dapat di artikan bahwa kualitas layanan yang di berikan kurang baik dan perlu di tingkatkan lagi.

Penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Nina Kurnia Dewi, dkk, tentang Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Switching Intention Pengguna Jasa Rumah Kost Di Wilayan Kecamatan Summersari Jember. Dari dua penelitian tersebut membuktikan bahwa kualitas layanan mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Selain itu, penelitian ini di dukung oleh teori Kurz & Clow dalam buku karangan Fajar Laksana yang berjudul Manajemen Pemasaran, Pendekatan Praktis yang menjelaskan bahwa jika pelayanan yang diberikan kepada pelanggan sesuai dengan yang diharapkan, maka akan memberikan kepuasan, artinya kualitas layanan dapat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.⁴

2. Kualitas Layanan Berpengaruh Terhadap *Switching Intention* Di Hotel Syariah Cahaya Pamekasan

Hipotesis kedua menyatakan tidak ada pengaruh kualitas layanan terhadap switching intention di Hotel Syariah Cahaya Berlian Pamekasan. Berdasarkan hasil uji statistic hipotesis Ho1 diterima dan Ha1 diterima.

⁴ Fajar Laksana, Manajemen Pemasaran Pendekatan Praktis, hlm. 97

Terlihat bahwa kolom sig (signifikan) pada tabel 4.15 coefficients, didapat nilai sig 0.543. Kemudian nilai sig 0,543 lebih besar dari nilai probabilitas 0,05 atau nilai $0,05 > 0,543$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak artinya koefisien analisis jalur adalah tidak signifikan. Jadi, kualitas layanan tidak berkontribusi secara signifikan terhadap *Switching Intention*.

Kualitas layanan tidak dapat mempengaruhi keinginan pindah dari penyedia jasa satu ke penyedia jasa yang lain. Terlihat dari penelitian yang sudah saya lakukan menunjukkan bahwa kualitas layanan tidak mempengaruhi terhadap *Switching Intention* (keinginan pindah dari satu tempat ke tempat yang lain).

Penelitian ini didukung penelitian yang dilakukan oleh Panji Pangarsa Tinarbukha tentang Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Intensi Berpindah (*Switching intention*) yang dimediasi oleh kepuasan pelanggan menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh negatif terhadap *switching intention* atau tidak berpengaruh terhadap *Switching intention*.

3. Kualitas Layanan Dan *Switching Intention* Berpengaruh Secara Simultan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Hotel Syariah Cahaya Berlian Pamekasan

Hipotesis ketiga menyatakan kualitas layanan dan *switching intention* berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan di Hotel Syariah Cahaya Berlian Pamekasan. Hasil dari uji F_{hitung} sebesar 17.020 dari jumlah responden dengan nilai probabilitas (sig) = 0,000, karena nilai sig $< 0,05$, maka keputusannya adalah H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini

menunjukkan bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$. Dan tingkat signifikan $< 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan da pengaruh secara simultasn terhadap kepuasan pelanggan di Hotel Syariah Cahaya Berlian.

Penelitian yang sudah di lakukan dengan penyebaran angket kepada 93 responden jenis kelamin responden yang menjawab pertanyaan pada angket, laki-laki sebanyak 81,7 % sedangkan perempuan 18,3 %. Sedangkan responden yang berpartisipasi pada penelitian ini dengan kategori frekuensi kunjungan, pelanggan yang berkunjung satu kali terdapat 69 orang dengan persentase 74,2%, responden yang berkunjung 2-3 kali terdapat 23 orang dengan persentase 24,7 %, sedangkan yang berkunjung 4-5 kali terdapat 1 pelanggan saja dengan persentase 1,1 % menunjukkan bahwa pemberian kualitas layanan dapat memberikan kepuasan pelanggan dan keinginan pindah dari satu jasa ke jasa yang lain.

Setiap penyedia jasa di tentunya perlu dalam menyediakan kualitas layanannya agar pelanggan yang sudah berkunjung ke jasa kita tidakakan pindah kejasa yang lain. Hal ini sejalan dengan penelitian yang di lakukan oleh Ninik Yulyani Gusasi, tentang Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Dampaknya Terhadap Switching Intention Pengguna Jasa Rumas Kos Di Kawasan Telkom University Tahun 2014 (Studi Pada: Rumah Kos Radiant Residance, Wisma Sukapura, Wisma Cindekia, Smart House) yang hasil penelitiannya menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap

kepuasan pelanggan dan memiliki dampak positif terhadap *switching intention*.

