

## **BAB IV**

### **ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN**

#### **4.1. Penyajian Data**

##### **4.1.1. Gambaran Umum Obyek Penelitian**

Hotel Institut Studi Islam Darussalam (ISID) di bangun pada tahun 2010, hotel ini berada di Selatan kota Ponorogo sebuah kota di Jawa Timur. Sebuah kota yang aman, tentram, dan nyaman. Hotel ini semula dipersiapkan untuk acara Konferensi Internasional yang akan dihadiri oleh kurang lebih 15 Negara dan dibangun untuk menyambut tamu-tamu Internasional tersebut. Berada di kampus Isid menghadirkan suasana religius bagi tamu.

Hotel ISID merupakan satu-satunya hotel keluarga Islami di Kota Reog Ponorogo. Dengan nuansa Islami yang ada dikawasan universitas pesantren Pertama di Indonesia. Hotel Isid memiliki beberapa fasilitas untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Diantaranya yaitu, ruang pertemuan untuk MICE event (Meeting, Incentive, conference, and event) berkapasitas 60 orang, yang dilengkapi Hotspot/Wi-Fi, Resto dengan kapasitas 60-100 orang, Lobby Room yang nyaman. Dengan dukungan staf yang professional dan terlatih menjadi harapan terbesar untuk mewujudkan hari-hari Konsumen hotel selama menjadi tamu.

Hotel ISID memiliki beberapa tipe kamar yang sesuai dengan kebutuhan konsumen yaitu, superior, delux, dan junior suite, dilengkapi dengan fasilitas yang nyaman.

Adapun fasilitas yang disediakan hotel ISID adalah :

1. 20 Kamar terdiri dari :
  1. 10 Superior
  2. 8 Delux
  3. 2 Junior suite
2. Restoran
3. Laundry
4. Kelengkapan lain seperti, AC, TV, Peralatan mandi, Kamar mandi air panas dan air dingin, Telepon dengan sambungan langsung, Tempat parkir yang luas.

#### **4.2. Gambaran Umum Responden**

Data penelitian dikumpulkan dengan cara membagikan kuesioner langsung kepada responden yang berhasil ditemui. Kuesioner diperoleh dengan cara peneliti menemui langsung responden yang merupakan konsumen Hotel ISID Darussalam. Hal ini bertujuan agar data yang diperlukan lebih efektif. Teknik pengambilan sampling yang digunakan adalah *accidental sampling* yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti

dapat digunakan sebagai sampel, apabila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.

### 4.3. Karakteristik Responden

#### 4.3.1. Jenis Kelamin

Jumlah Responden dalam penelitian ini adalah 72 konsumen.

Berikut ini merupakan data responden berdasarkan atas jenis kelamin.

Tabel 4.1

Jenis Kelamin				
Valid	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Laki-Laki	38	52.8	52.8	52.8
Perempuan	34	47.2	47.2	100.0
Total	72	100.0	100.0	

*Sumber : Data primer yang diolah 2014*

Berdasarkan data di atas, dapat diketahui tentang jenis kelamin konsumen Hotel ISID yang diambil sebagai responden. Mayoritas responden dalam penelitian ini berjenis kelamin laki-laki yaitu 38 responden atau 52,8%, dan sisanya sebanyak 34 responden atau 47,2% berjenis kelamin perempuan.

#### 4.3.2. Umur Responden

Deskripsi responden dalam klasifikasi usia, peneliti membaginya dalam empat jenis, Di antaranya responden dengan usia 20 tahun s/d 30 tahun, 31 tahun s/d 40 tahun, 41 tahun s/d 50 tahun

dan >50 tahun. Adapun deskripsi responden berdasarkan usia dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 4.2

Umur Responden				
Valid	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
20-30	5	6.9	6.9	6.9
31-40	9	12.5	12.5	19.4
41-50	43	59.7	59.7	79.2
> 50	15	20.8	20.8	100.0
Total	72	100.0	100.0	

Sumber : Data primer yang diolah 2014

Dari tabel menunjukkan bahwa usia responden Hotel ISID terbanyak adalah usia 41 tahun s/d 50 tahun ada 43 responden atau 59,7%, usia >50 sebanyak 15 responden atau 20,8%, usia 31 tahun s/d 40 tahun sebanyak 9 responden atau 12,5%, sedangkan jumlah responden terkecil ada pada usia 20 taun s/d 30 tahun. Dapat disimpulkan bahwa konsumen yang memakai jasa hotel ISID sebagian besar berusia 41 tahun s/d 50 tahun.

#### 4.3.3. Pekerjaan Responden

Jenis pekerjaan menentukan kegiatan seseorang sehari-hari sehingga akan mempengaruhi dalam pengambilan keputusan. Jenis pekerjaan responden dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 4.3

**Pekerjaan Responden**

Valid	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
PNS	33	45.8	45.8	45.8
MAHASISWA	5	6.9	6.9	52.8
WIRASWASTA	8	11.1	11.1	63.9
TNI	8	11.1	11.1	75.0
MARKETING	12	16.7	16.7	91.7
IBU RUMAH TANGGA	6	8.3	8.3	100.0
Total	72	100.0	100.0	

*Sumber : Data primer yang diolah 2014*

Berdasarkan keterangan pada tabel di atas pekerjaan responden sebagian besar adalah PNS dengan jumlah 33 responden atau 45,8%, pekerjaan marketing ada 12 responden atau 16,7%, pekerjaan wiraswasta ada 8 responden atau 11,1%, pekerjaan TNI ada 8 orang atau 11,1%, pekerjaan sebagai ibu rumah tangga ada 6 responden, sedangkan jumlah responden terkecil sebagai mahasiswa sebanyak 5 responden atau 6,9%. Hal ini dapat disimpulkan bahwa konsumen Hotel ISID lebih banyak berprofesi sebagai PNS.

#### **4.3.4. Pendidikan Terakhir Responden**

Data mengenai pendidikan responden, peneliti mengelompokkan menjadi empat kategori yaitu, SMA, Diploma, S1, S2. Adapun data mengenai tingkat pendidikan konsumen Hotel ISID adalah sebagai berikut :

Tabel 4.4

**Tingkat Pendidikan Responden**

Valid	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
SMA	18	25.0	25.0	25.0
D3	7	9.7	9.7	34.7
S1	41	56.9	56.9	91.7
S2	6	8.3	8.3	100.0
Total	72	100.0	100.0	

*Sumber : Data primer yang diolah 2014*

Berdasarkan tabel di atas bahwa sebagian responden berpendidikan S1 sebanyak 41 responden atau 56,9%, sedangkan pendidikan terkecil adalah S2 sebanyak 6 responden atau 8,3%, SMA ada 18 responden atau 25,0%, dan D3 ada 7 responden atau 9,7%. Hal ini berarti konsumen Hotel ISID sebagian besar adalah sebagian besar berpendidikan Sarjana.

#### **4.4. Deskripsi Data Penelitian**

Variabel dalam penelitian ini terdiri dari kualitas pelayanan dan citra sebagai variabel bebas (Independen) dan minat konsumen sebagai variabel terikat (Dependen). Data variabel tersebut diperoleh dari hasil angket yang telah disebar, untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel berikut :

## Hasil Skor Kuesioner Regresi

Tabel 4.5

Variabel	Item Pertanyaan	Total SS	%	Total S	%	N	%	Ts	%	STS	%
Pelayanan (X1)	P1	10	13,9	42	58,3	19	26,4	1	1,4	0	0,0
	P2	17	23,6	45	62,5	10	13,9	0	0,0	0	0,0
	P3	16	22,2	46	63,9	10	13,9	0	0,0	0	0,0
	P4	19	26,4	39	54,2	13	18,1	1	1,4	0	0,0
	P5	18	25,0	40	55,6	13	18,1	1	1,4	0	0,0
	P6	19	26,4	44	61,2	9	12,5	0	0,0	0	0,0
	P7	16	22,2	36	50,0	19	26,4	1	1,4	0	0,0
	P8	17	23,6	43	59,7	12	16,7	0	0,0	0	0,0
	P9	7	9,7	37	51,4	22	30,6	6	8,3	0	0,0
	P10	19	26,4	28	38,9	20	27,8	5	6,9	0	0,0
Citra (X2)	P11	8	11,1	30	41,7	24	33,3	10	13,9	0	0,0
	P12	6	8,3	25	34,7	34	47,2	7	9,7	0	0,0
	P13	10	13,9	35	48,6	26	36,1	1	1,4	0	0,0
	P14	14	19,4	37	51,4	17	23,6	3	4,2	1	1,4
	P15	3	4,2	33	45,8	30	41,7	6	8,3	0	0,0
	P16	9	12,5	41	56,9	20	27,8	2	2,8	0	0,0
	P17	12	16,7	34	47,2	25	34,7	1	1,4	0	0,0
	P18	15	20,8	44	61,1	13	18,1	0	0,0	0	0,0

<b>Minat (Y)</b>	P19	7	9,7	37	51,4	22	30,6	6	8,3	0	0,0
	P20	19	26,4	28	38,9	20	27,8	5	6,9	0	0,0
	P21	8	11,1	30	41,7	24	33,3	10	13,9	0	0,0
	P22	6	8,3	25	34,7	34	47,2	7	9,7	0	0,0
	P23	10	13,9	35	48,6	26	36,1	1	1,4	0	0,0
	P24	14	19,4	38	52,8	16	22,2	3	4,2	1	1,4
	P25	4	5,6	32	44,4	30	41,7	6	8,3	0	0,0
	P26	10	13,9	41	56,9	19	26,4	2	2,8	0	0,0

*Sumber : Data primer diolah, 2014*

#### **4.4.1. Kualitas Pelayanan**

Dari tabel di atas dapat dideskripsikan bahwa variabel kualitas pelayanan (X1) item P1 sebanyak 58,3% responden menyatakan sangat setuju bahwa dalam melayani konsumen karyawan hotel ISID selalu tersenyum dan ramah kepada konsumen, sedangkan sebanyak 10% responden menyatakan setuju. Pada item P2 kedua sebanyak 62,5% responden menyatakan setuju bahwa karyawan hotel ISID selalu tanggap dengan apa yang diinginkan konsumen, sedangkan sebanyak 13,9% menyatakan Ragu-ragu. Pada item P3 sebanyak 63,9% responden menyatakan setuju bahwa dalam melayani konsumen karyawan selalu memberikan pelayanan sepenuh hati, sebanyak 13,9% responden menyatakan Netral. Pada item P4 sebanyak 54,2% responden menyatakan setuju bahwa hotel ISID mempunyai gedung serbaguna dan Islami, sebanyak 1,4% responden menyatakan tidak setuju. Pada item

P5 55,6% responden menyatakan setuju bahwa karyawan hotel ISID menggunakan bahasa yang baik dan sopan melayani konsumen, sebanyak 1,4% responden menyatakan Netral. Pada item P6 sebanyak 61,2% responden menyatakan setuju bahwa karyawan selalu memperhatikan keinginan dan kebutuhan yang diharapkan konsumen, sebanyak 12,5% responden menyatakan Ragu-ragu. Pada item P8 sebanyak 50,0% responden menyatakan setuju bahwa karyawan selalu menjalankan tugasnya dengan cepat dan tepat, sedangkan sebanyak 1,4% responden menyatakan Netral. Pada item P9 sebanyak 51,4% responden menyatakan setuju bahwa hotel menyediakan tempat parkir yang luas, sebanyak 8,3% responden menyatakan tidak setuju. Pada item P10 sebanyak 38,9% responden menyatakan setuju bahwa hotel ISID menyediakan restoran, sebanyak 6,9% menyatakan tidak setuju.

#### **4.4.2. Citra**

Data pada tabel diatas menunjukkan variabel Minat Konsumen (X2) item P11 sebanyak 41,7% responden menyatakan setuju bahwa seluruh karyawan selalu membuat konsumen nyaman, sebanyak 11,1% responden menyatakan sangat setuju, Pada item P12 sebanyak 47,2% responden menyatakan Netral bahwa fasilitas di Hotel ISID sudah sangat baik, sebanyak 8,3% responden menyatakan sangat setuju. Pada item P13 sebanyak 48,6% responden menyatakan setuju bahwa Hotel ISID mempunyai reputasi yang baik di masyarakat, sebanyak 1,4% responden menyatakan tidak setuju. Pada item P14

sebanyak 51,4% responden menyatakan setuju bahwa menginap di Hotel ISID dipengaruhi orang lain, sebanyak 1,4% responden menyatakan sangat tidak setuju. Pada item P15 sebanyak 45,8% responden menyatakan setuju bahwa menginap di Hotel ISID dipengaruhi oleh nama pondok, sebanyak 4,2% responden setuju. Pada item P16 sebanyak 56,9% responden menyatakan setuju bahwa menginap di Hotel ISID dipengaruhi balas jasa terhadap Ilmu yang diberikan kepada anak dan keluarga, sebanyak 2,8% responden menyatakan tidak setuju. Pada item P17 sebanyak 47,2% responden menyatakan setuju bahwa akan selalu memakai jasa Hotel Syari'ah di lain waktu, sebanyak 1,4% responden menyatakan tidak setuju. Pada item P18 sebanyak 61,1% responden menyatakan setuju karena berada di lokasi perguruan tinggi Islam, suasana Hotel ISID menjadi semakin nyaman, sebanyak 18,1% responden menyatakan Netral.

#### **4.4.3. Minat Konsumen**

Data pada tabel diatas menunjukkan bahwa variabel Minat Konsumen (Y) pada item P19 sebanyak 51,4% responden menyatakan setuju bahwa Hotel ISID sesuai dengan syariat Islam, sebanyak 8,3% responden menyatakan tidak setuju. Pada item P20 sebanyak 38,9% responden menyatakan setuju merasa nyaman menginap di Hotel karena berada dalam lingkungan pesantren, sebanyak 6,9% responden menyatakan tidak setuju. Pada item P21 sebanyak 41,7% responden menyatakan setuju merasa nyaman menggunakan jasa hotel ISID,

sebanyak 11,1% responden menyatakan sangat setuju. Pada item P22 sebanyak 47,2% responden menyatakan Netral bahwa dengan prinsip-prinsip syariah suasana Hotel ISID menjadi semakin nyaman, sebanyak 8,3% responden menyatakan sangat setuju. Pada item P23 48,6% responden menyatakan setuju bahwa menginap di Hotel ISID sesuai dengan kebutuhan, sebanyak 1,4% responden menyatakan tidak setuju. Pada item P24 sebanyak 52,8% responden menyatakan setuju bahwa Hotel ISID menjadi prioritas utama dalam memilih tempat menginap, sebanyak 1,4% responden menyatakan sangat tidak setuju. Pada item P25 sebanyak 44,4% responden menyatakan setuju bahwa akan merekomendasikan kepada orang lain untuk menginap di Hotel ISID, sebanyak 5,6% responden menyatakan setuju. Pada item P26 sebanyak 56,9% responden menyatakan setuju bahwa akan selalu memakai jasa Hotel syari'ah, sebanyak 2,8% responden menyatakan tidak setuju.

#### **4.5. Analisis Data dan Interpretasi Data**

##### **4.5.1. Uji Validitas**

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut.<sup>1</sup> Suatu instrument yang valid atau sah mempunyai validitas tinggi, sebaliknya instrumen yang kurang valid berarti

---

<sup>1</sup> Imam Ghijali, *Op.cit*, hlm,45

memiliki validitas rendah. Validitas menunjukkan sejauh mana alat pengukur yang dipergunakan untuk mengukur apa yang diukur.

Adapun caranya adalah dengan mengkorelasikan antara skor yang diperoleh pada masing-masing item pertanyaan dengan skor total individu. Pengujian validitas dilakukan dengan bantuan komputer menggunakan program SPSS 16,0. Untuk mencari r tabel adalah harus mencarinya dalam tabel dengan harus mengetahui terlebih dahulu nilai derajat kebebasannya. Derajat kebebasan (*deggre of freedom*) dalam penelitian ini adalah  $df = n - k$ . Dalam hal ini n adalah jumlah sampel dan k adalah konstruk. Jika r hitung (untuk r tiap butir dapat dilihat pada kolom *corrected item – total correlation*) lebih besar dari t tabel dan nilai r positif. Maka butir atau pertanyaan tersebut dikatakan valid besarnya  $df = 72 - 2$  atau  $df = 70$  dengan *alpha* 5% (0.05) didapat r tabel 0,235. Jika r hitung (untuk tiap-tiap butir pertanyaan dapat dilihat pada kolom *concerted item total correlation* lebih besar dari r tabel dan nilai r positif, maka butir pertanyaan tersebut dikatakan valid. Hasil analisis dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.6

**Hasil Uji Vasiditas Instrumen**

Variabel	Item	r hitung	r tabel	Keterangan
Kualitas Pelayanan	P1	0,564	0,235	Valid
	P2	0,696	0,235	Valid

(X1)	P3	0,682	0,235	Valid
	P4	0,548	0,235	Valid
	P5	0,564	0,235	Valid
	P6	0,597	0,235	Valid
	P7	0,51	0,235	Valid
	P8	0,647	0,235	Valid
	P9	0,462	0,235	Valid
	P10	0,457	0,235	Valid
Citra Pesantren (X2)	P11	0,577	0,235	Valid
	P12	0,481	0,235	Valid
	P13	0,698	0,235	Valid
	P14	0,749	0,235	Valid
	P15	0,556	0,235	Valid
	P16	0,623	0,235	Valid
	P17	0,343	0,235	Valid
	P18	0,334	0,235	Valid
Minat Konsumen (Y)	P19	0,56	0,235	Valid
	P20	0,601	0,235	Valid
	P21	0,598	0,235	Valid
	P22	0,585	0,235	Valid
	P23	0,701	0,235	Valid
	P24	0,71	0,235	Valid

	P25	0,52	0,235	Valid
	P26	0,592	0,235	Valid

*Sumber : Output SPSS yang diolah 2014*

Dari tabel 4.8 diatas terlihat bahwa nilai r hitung untuk masing-masing item memiliki r hitung lebih besar dan positif dibandingkan r tabel untuk  $(df) = 72 - 2 = 70$  dan *alpha* 5% dengan uji dua sisi di dapat r tabel sebesar 0,235 maka, dapat disimpulkan bahwa semua indikator dari tiga variabel X1, X2 dan Y adalah valid.<sup>2</sup>

#### **4.5.2. Uji Reliabilitas**

Uji reliabilitas adalah alat ukur untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Pengujian reliabilitas dilakukan dengan bantuan komputer menggunakan program SPSS for Windows Versi 16. Pengambilan keputusan berdasarkan jika nilai Alpha melebihi 0,6 atau 60% maka pertanyaan variabel tersebut reliabel dan sebaliknya.<sup>3</sup>

---

<sup>2</sup> Ibid, hlm, 136

<sup>3</sup> Ibid, hlm, 41

Tabel 4.7

**Hasil Uji Reliabilitas Instrumen**

Variabel	Item	Alpha	Keterangan
X1	10	0,756	Reliabel
X2	8	0,669	Reliabel
Y	8	0,754	Reliabel

*Sumber : output SPSS 2014*

Dari keterangan tabel di atas dapat diketahui bahwa masing-masing variabel memiliki *cronbach alpha* > 0,6 dengan demikian variabel X1, X2, dan Y dapat dikatakan reliabel.

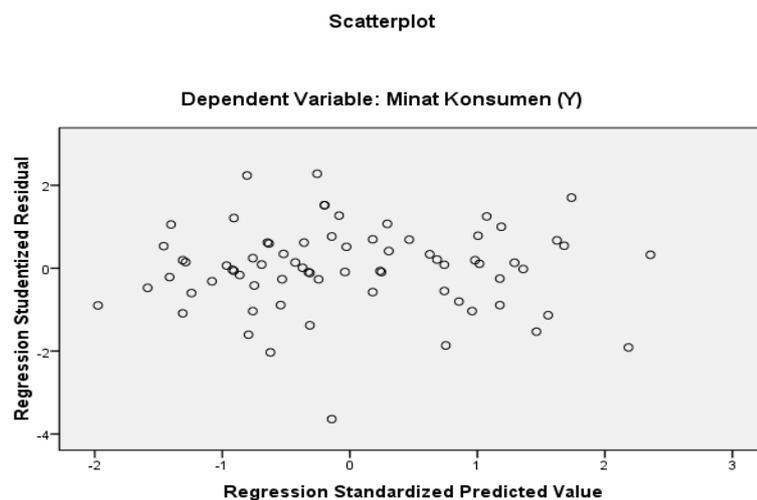
**4.6. Uji Asumsi Klasik**

**4.6.1. Uji Heteroskedastisitas**

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians. Cara Deteksi heteroskedastisitas dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu dari grafik antara *scatterplot* dimana sumbu Y adalah Y yang telah diprediksi dan sumbu X adalah residul ( $Y \text{ prediksi} - Y \text{ Sesungguhnya}$ ) yang telah *di-studentized* dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Jika ada plot tertentu seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar, kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.
2. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka nol pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.<sup>4</sup>

Gambar 4.1



*Sumber : Data primer yang diolah 2014*

Dari grafik *scatterplot* dapat diketahui bahwa titik-titik menyebar secara acak, tidak membentuk suatu pola tertentu yang jelas dan tersebar baik di atas maupun di bawah angka 0 (nol) pada sumbu Y. Sehingga regresi yang dihasilkan tidak mengandung heteroskedastisitas.

---

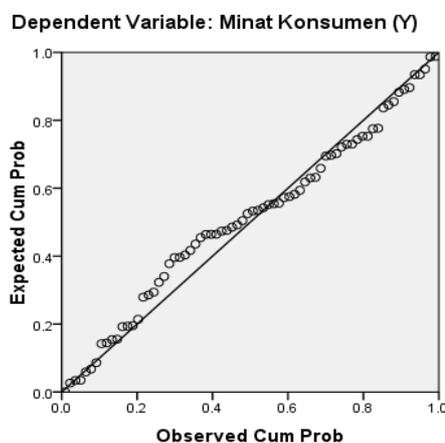
<sup>4</sup> Ibid, hlm, 105

#### 4.6.2. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah data yang disajikan untuk dianalisis lebih lanjut berdistribusi normal atau tidak. Untuk pengujian normalitas data, dalam penelitian ini hanya akan dideteksi melalui analisis grafik yang dihasilkan melalui perhitungan regresi dengan SPSS. Data yang normal ditandai dengan sebaran titik-titik data diseperti garis diagonal. Hasil pengujian normalitas data dapat dilihat pada gambar berikut :

Gambar 4.2

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Sumber : Data primer diolah 2014

Dari grafik di atas terlihat bahwa penyebaran data berada disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal. Artinya data yang digunakan telah memenuhi asumsi klasik dan dapat dikatakan data terdistribusi normal.

### 1.6.3 Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Model yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinieritas dalam suatu persamaan regresi adalah dengan cara melihat nilai *Tolerance* dan lawannya *Variance Inflation Factor* (VIF). Nilai yang umum dipakai sebagai pedoman bebas multikolinieritas adalah mempunyai nilai  $VIF > 10$  atau  $1,0$  dan mempunyai angka *Tolerance*  $< 10$  atau  $1,0$ .

Tabel 4.8

Coefficients <sup>a</sup>		
Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 Kualitas Pelayanan (X1)	.895	1.118
Citra Pesantren (X2)	.895	1.118

a. Dependent Variable: Minat Konsumen (Y)

Dari hasil pengujian multikolinieritas yang dilakukan korelasi antar variabel independen tampak bahwa variabel kualitas pelayanan mempunyai tingkat signifikan, *tolerance* variabel Kualitas Pelayanan sebesar 0,895 nilai VIF sebesar 1,118 *tolerance* variabel Kualotas Pelayanan sebesar 0,895 nilai VIF sebesar 1,118 *tolerance* Hasil ini juga menunjukkan tidak ada variabel bebas yg memiliki nilai *tolerance* lebih dari 1,0 dan nilai VIF kurang dari 1,0. Jadi dapat disimpulkan bahwa

tidak ada *multikolinearitas* antar variabel independen dalam model regresi.

#### 4.6.4. Uji Autokolerasi

Pengujian ini dilakukan untuk menguji suatu model apakah antara variabel pengganggu masing-masing variabel bebas saling mempengaruhi, adapun hasil pengujian autokolerasi adalah sebagai berikut :

Tabel 4.9

Model Summary <sup>b</sup>					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.912 <sup>a</sup>	.831	.826	1.600	2.035

a. Predictors: (Constant), Citra Pesantren (X2), Kualitas Pelayanan (X1)

b. Dependent Variable: Minat Konsumen (Y)

*Sumber : Data primer diolah 2014*

Dari hasil pengujian *Durbin Watson* atas residual persamaan regresi, diperoleh nilai Durbin Watson diperoleh 2,035. Menurut metode pengujian Durbin Watson (DW), jika nilai DW berada pada selang  $1,65 < DW < 2,35$ , maka dapat disimpulkan tidak terjadi autokolerasi.

## 4.7 Uji Hipotesis

### 4.7.1. Koefisien Determinasi

Analisis koefisien determinasi dilakukan untuk mengetahui seberapa besar nilai persentase kontribusi variabel bebas terhadap variabel terikat. Dari hasil perhitungan melalui alat ukur statistic SPSS 16.0 sebagai berikut :

Tabel 4.10

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.912 <sup>a</sup>	.831	.826	1.600

umber : Data primer diolah 2014

Tabel di atas menunjukkan bahwa nilai koefisien determinasi yang dinotasikan dalam rangka r square adalah sebesar 0,831, ini artinya bahwa variasi perubahan variabel minat konsumen (Y) dipengaruhi oleh perubahan variabel bebas kualitas pelayanan (X1) dan citra pesantren (X2) sebesar 83,1%. Jadi besarnya pengaruh secara bersama-sama antar kualitas pelayanan dan citra pesantren terhadap minat konsumen di Hotel ISID adalah sebesar 83,1%, sedangkan sisanya 16,9% dipengaruhi faktor lain diluar penelitian ini.

### 4.7.2. Analisis Regresi Berganda

Suatu model persamaan regresi berganda digunakan untuk menjelaskan hubungan antara satu variabel dependen dengan lebih dari

satu variabel yang lain. Dalam penelitian ini model persamaan regresi berganda yang disusun untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, citra pesantren terhadap minat konsumen Hotel ISID. Analisis regresi dalam penelitian ini adalah:

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + e^5$$

Dengan menggunakan komputer program SPSS Versi 16,0 diperoleh hasil perhitungan sebagai berikut:

Tabel 4.11

**Hasil Regresi Berganda**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1(Constant)	-7.113	2.249		-3.162	.002
Kualitas Pelayanan (X1)	.200	.051	.204	3.904	.000
Citra Pesantren (X2)	.962	.061	.824	15.747	.000

a. Dependent Variable: Minat Konsumen (Y)

Sumber : Data primer diolah 2014

Berdasarkan hasil analisis regresi berganda pada tabel di atas diperoleh koefisien untuk variabel independen Kualitas Pelayanan (X1) = 0,200, Citra Pesantren (X2) = 0,962 dan konstanta sebesar 7,115 sehingga model persamaan regresi yang diperoleh dalam penelitian ini adalah:

$$Y = 7,113 + 0,200X_1 + 0,962X_2 + e$$

<sup>5</sup> Ibid , hlm. 91

Dimana:

Y = variabel dependen (minat konsumen)

X1 = variabel independen (kualitas pelayanan)

X2 = variabel independen (citra pesantren)

Dari persamaan regresi dapat disimpulkan bahwa:

- a. Nilai konstanta (Y) sebesar 7,113.
- b. Koefisien regresi variabel kualitas pelayanan ( $x_1$ ) sebesar = 0,200; artinya jika kualitas pelayanan mengalami kenaikan 1%, maka volume minat konsumen (Y) akan mengalami kenaikan sebesar 0,200 dengan asumsi variabel independen lain tetap. Koefisien positif artinya terjadi hubungan positif antara kualitas pelayanan dengan volume minat konsumen, semakin naik kualitas pelayanan, maka semakin meningkat volume minat konsumen.
- c. Koefisien regresi variabel Citra Pesantren ( $X_2$ ) sebesar = 0,962; artinya jika citra pesantren mengalami kenaikan 1%, maka volume minat konsumen (Y) akan mengalami kenaikan sebesar 0,962 dengan asumsi variabel independen lain tetap. Koefisien positif artinya terjadi hubungan positif antara citra pesantren dengan volume minat konsumen, semakin naik citra pesantren, maka semakin meningkat volume minat konsumen.

### 4.7.3. Uji Simultan (Uji F)

Untuk menjawab hipotesis dari penelitian ini, maka digunakan uji F. Uji F digunakan untuk menjawab pertanyaan apakah variabel independen (kualitas pelayanan, citra pesantren) secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen (minat konsumen). Asumsinya adalah :

1. Apabila nilai signifikansi  $< 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan menerima  $H_A$ . Artinya variabel independen (kualitas pelayanan, citra pesantren) secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen (minat konsumen).
2. Apabila nilai signifikansi  $> 0,05$  maka  $H_0$  diterima dan menolak  $H_A$ . Artinya variabel independen (kualitas pelayanan, citra pesantren) secara bersama-sama tidak berpengaruh terhadap variabel dependen (minat konsumen).
3. Apabila nilai F hitung lebih besar dari F tabel, maka  $H_0$  ditolak dan menerima  $H_A$ . Artinya variabel independen (kualitas pelayanan, citra pesantren) secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen (minat konsumen).

Hasil uji F dapat dilihat di tabel di bawah ini:

Tabel 4.12

ANOVA <sup>b</sup>					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	867.760	2	433.880	169.442	.000 <sup>a</sup>

Residual	176.685	69	2.561		
Total	1044.444	71			

a. Predictors: (Constant), Citra Pesantren (X2), Kualitas Pelayanan (X1)

b. Dependent Variable: Minat Konsumen (Y)

*Sumber : Data primer diolah 2014*

Berdasarkan uji simultan, diperoleh hasil perhitungan F test yang menunjukkan nilai 169,442 dengan tingkat probabilitas 0,000 yang dibawah Alpha 5% atau 0,05. Demikian dapat disimpulkan bahwa semua variabel independen (kualitas pelayanan, citra pesantren) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (minat konsumen) di Hotel ISID.

#### 4.7.4. Uji Parsial (Uji T)

Untuk menjawab hipotesis pertama dan kedua dalam penelitian ini maka digunakan uji statistik t. Uji statistik t digunakan untuk menjawab pertanyaan apakah variabel independen (kualitas pelayanan, citra pesantren) secara individual mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen (minat konsumen). Asumsinya adalah:

1. Jika probabilitas (signifikansi) lebih besar dari 0,05 ( $\alpha$ ), maka variabel independen secara individual tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.
2. Jika probabilitas (signifikansi) lebih kecil dari 0,05 ( $\alpha$ ), maka variabel independen secara individual berpengaruh terhadap variabel dependen.

Hasil uji parsial (uji t), dapat di lihat di tabel dibawah ini :

Tabel 4.13

**Coefficients**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-7.113	2.249		-3.162	.002
Kualitas Pelayanan (X1)	.200	.051	.204	3.904	.045
Citra Pesantren (X2)	.962	.061	.824	15.747	.000

a. Dependent Variable: Minat Konsumen (Y)

Sumber : Data primer yang diolah 2014

Pada tabel di atas, dapat diketahui hasil analisis regresi diperoleh koefisien untuk variabel pelayanan sebesar 3.904 sedangkan signifikansinya 0,000 (lebih kecil dari taraf signifikan 0,05). Sedangkan variabel citra pesantren 15.747 sedangkan signifikansinya 0,000 (lebih kecil dari taraf signifikan 0,05). Hal ini merupakan bukti kuat penolakan Ho.

## 1.8 Pembahasan

### 1.8.1 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Konsumen

Hipotesis pertama yang menyatakan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap minat konsumen Hotel ISID dapat diterima. Hal ini dibuktikan bahwa variabel kualitas pelayanan dengan nilai  $t_{hitung}$  sebesar 3,904 dengan tingkat signifikansi 0,000 (lebih kecil dari 0,05 atau 5%). Maka dengan demikian  $H_a$  diterima dan  $H_o$  ditolak.

Secara empiris dilapangan, kualitas pelayanan memang mampu memberikan tingkat kepercayaan dan kelayakan bagi perusahaan tersendiri sehingga mampu meningkatkan kualitas pelayanan bagi konsumen.

### **1.8.2 Pengaruh Citra Pesantren Terhadap Minat Konsumen**

Hipotesis kedua yang menyatakan citra pesantren berpengaruh signifikan terhadap minat konsumen Hotel ISID dapat diterima. Hal ini dibuktikan bahwa variabel citra pesantren dengan nilai  $t_{hitung}$  sebesar 15.743 dengan tingkat signifikansi 0,000 ( lebih kecil dari 0,05 atau 5%). Maka dengan demikian  $H_a$  diterima dan  $H_o$  ditolak. Secara empiris dilapangan, citra pesantren mampu memberikan tingkat kepercayaan dan kelayakan bagi perusahaan tersendiri sehingga mampu menumbuhkan minat konsumen Hotel ISID.

### **1.8.3 Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Pesantren Terhadap Minat Konsumen Secara Simultan**

Dari hasil uji F variabel kualitas pelayanan dan citra pesantren secara bersama-sama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap minat konsumen Hotel ISID. Hal ini ditunjukkan dengan hasil dari uji ANOVA atau F test. Dari hasil analisis uji F didapat F hitung sebesar  $169,442 > F$  tabel sebesar 200 dan tingkat probabilitas sebesar  $0,000 < 0,05$ . Probabilitas jauh lebih kecil dari 0,05 dan F hitung lebih besar

dari F tabel maka, model regresi dapat dipergunakan untuk memprediksi minat atau dapat dikatakan bahwa variabel kualitas pelayanan dan citra pesantren secara bersama-sama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap variabel minat konsumen.

Dalam penelitian ini hasil analisis regresi linear berganda (*linear multiple regression*) yang terdapat dalam tabel diketahui bahwa koefisien determinasi (*coefficient of determination*) yang dinotasikan *R Square* adalah 0,831 atau 83,1%. Hal ini berarti sebesar 83,1% kemampuan model regresi dari penelitian ini dalam menerangkan variabel dependen. Artinya 83,1% variabel minat konsumen bisa dijelaskan oleh variansi dari variabel independen kualitas pelayanan dan citra pesantren. Sedangkan sisanya ( $100\% - 83,1\% = 16,9\%$ ) dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diperhitungkan dalam analisis penelitian ini.