

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Pendekatan Penelitian

Untuk mendapatkan kebenaran ilmiah, dalam hal ini diperlukan adanya penelitian. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif, dengan pendekatan penelitian eksplanasi yang artinya penelitian yang bermaksud menjelaskan kedudukan variabel-variabel yang diteliti serta hubungan antara satu variabel dengan variabel yang lain.

Penelitian ini menggunakan data yang terukur, menggunakan metode (alat uji) statistik untuk perhitungan data dan akan menghasilkan suatu kesimpulan. Penelitian kuantitatif merupakan data yang berbentuk angka, atau data kuantitatif yang diangkakan atau *Skoring* (Sugiyono, 2015;23).

3.2 Lokasi Penelitian

Objek untuk penelitian ini adalah PT Gresik Graha Wisata *Tour and Travel* yang berlokasi di Annex Building Gedung Graha Sarana Jl. Jendral Ahmad Yani, Gresik, Jawa Timur.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2015;61) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang di tetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulan. Populasi pada

penelitian ini adalah seluruh konsumen PT Gresik Graha Wisata yang pernah menggunakan jasa perusahaan dimana jumlahnya tak terbatas.

3.3.2 Sampel

Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Menurut Sugiyono (2015;74) sampel yang baik berjumlah antara 30-500 responden. Pada penelitian ini metode pengambilan sampel yang digunakan adalah metode *Nonprobability Sampling*. *Nonprobability Sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sjarwenni, 2015;87).

Teknik menentukan ukuran sampel dapat dikategorikan menjadi dua jenis, yaitu untuk jumlah populasi diketahui dan jumlah populasi tidak diketahui. Dalam penelitian ini, jumlah populasi nya tidak diketahui (*infinite population*). Sehingga teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *Purposive Sampling* yaitu teknik penentuan sampel dengan menggunakan pertimbangan tertentu (Sugiyono 2015;67). Pertimbangan tersebut adalah pelanggan PT Gresik Graha Wisata yang pernah menggunakan jasa perusahaan lebih dari dua kali.

Jumlah anggota populasi dalam penelitian ini tidak dapat dihitung, oleh karena itu menurut Augusty (2014;175) untuk menentukan sampel menggunakan rumus :

$$n = Z^{2\alpha} \left(\frac{P \times Q}{d^2} \right)$$

Keterangan : n = Jumlah sampel

$Z^{2\alpha}$ = Z tabel dengan tingkat signifikansi tertentu

Q = Proporsi populasi yang diharapkan tidak memiliki karakteristik tertentu.

P = Proporsi populasi yang memiliki karakteristik tertentu

d = Tingkat kesalahan yang dapat ditolerir (dinyatakan dalam %)

Proporsi populasi yang diharapkan sebesar 50% , tingkat kesalahan sebesar 10% dan tingkat kepercayaan 95% = 1,960 dengan menggunakan rumus diatas, maka sampel yang diperoleh yaitu :

$$n = (1,96)^2 \left(\frac{0,50 \times 0,50}{0,10^2} \right) = 96,04$$

Jadi, dalam penelitian ini digunakan 96 responden sebagai sampel.

3.4 Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional adalah suatu definisi yang diberikan pada suatu variabel dengan memberi arti atau menspesifikasikan kegiatan atau membenarkan suatu operasional yang diperlukan untuk mengukur variabel tersebut. Pengertian operasional variabel ini kemudian diuraikan menjadi indikator empiris yang meliputi :

1. Variabel Independen

Variabel Independen dalam penelitian ini adalah :

a. Harga (X1)

Harga adalah persepsi konsumen tentang harga produk.

Variabel ini diukur melalui indikator (Kotler, 2009):

- 1) Keterjangkauan harga
- 2) Kesesuaian harga dengan kualitas produk
- 3) Daya saing harga
- 4) Kesesuaian harga dengan manfaat

b. Promosi (X2)

Promosi adalah tanggapan konsumen mengenai promosi yang telah dilakukan perusahaan.

Variabel ini diukur melalui indikator (kotler, 2009):

- 1) Iklan yang menarik
- 2) Media promosi yang digunakan dapat memberikan informasi tentang paket wisata.
- 3) Kuantitas promosi

c. Kualitas Pelayanan (X3)

Kualitas Pelayanan adalah persepsi mengenai kesesuaian antara harapan pelanggan pengguna layanan jasa dengan persepsi pelanggan atas pelayanan yang diberikan perusahaan.

Indikator kualitas pelayanan menurut Tjiptono (2014;282) bahwa terdapat lima dimensi utama sesuai urutan derajat kepentingan relatifnya yaitu :

- 1) Reliabilitas (*reliability*), yakni kemampuan memberikan layanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan.

- 2) Daya tanggap (*responsiveness*), yaitu keinginan para staf untuk membantu para pelanggan dan memberikan layanan dengan tanggap.
- 3) Jaminan (*assurance*), mencakup pengetahuan, kompetensi, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf; bebas dari bahaya, risiko atau keragu-raguan.
- 4) Empati (*Empathy*), meliputi kemudahan dalam menjalin relasi, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan pemahaman atas kebutuhan individual para pelanggan.
- 5) Bukti fisik (*tangibles*), meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai, dan sarana komniasi.

2. Variabel Dependen

Variabel dependen dalam penelitian ini adalah Keputusan pembelian (Y) yaitu merupakan keputusan yang diambil konsumen dalam menghadapi permasalahan dengan menggunakan serta memanfaatkan segala macam informasi yang telah diketahui dan kemudian menilai dari berbagai alternatif yang dapat dipilih. Dalam penelitian ini dapat diukur dengan indikator :

- 1) Prioritas pilihan pada jasa
- 2) Keyakinan menggunakan jasa
- 3) Memberikan rekomendasi kepada orang lain

3.5 Pengukuran Variabel Penelitian

Penelitian yang dilakukan menggunakan alat bantu berupa kuisioner, yang mana jawaban-jawaban responden tersebut akan diukur dengan menggunakan skala Likert. Variabel dalam penelitian ini akan dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang berupa pernyataan atau pertanyaan.

Adapun penggunaan skala 1 - 5 untuk setiap jawaban responden selanjutnya dibagi ke dalam lima kategori yakni:

- SS = Sangat Setuju diberi skor 5
- S = Setuju diberi skor 4
- R = Ragu-ragu diberi skor 3
- TS = Tidak Setuju diberi skor 2
- STS = Sangat Tidak Setuju diberi skor 1

Setelah skor diperoleh lalu dicari rata-rata skor per responden. Data responden secara individu didistribusikan berdasarkan kriteria tertentu, sehingga dapat dideskripsikan distribusi jawabannya.

3.6 Jenis dan Sumber Data

Jenis dan sumber data yang diperlukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Jenis Data

Data pada penelitian ini adalah data primer. Data primer adalah data yang berasal dari responden. Data responden sangat diperlukan untuk mengetahui tanggapan responden mengenai keputusan pembelian paket

wisata PT Gresik Graha Wisata dilihat dari harga, promosi dan kualitas pelayanan. Dalam hal ini data diperoleh secara langsung dengan membagi kuisisioner atau daftar pertanyaan kepada konsumen.

2. Sumber Data

Peneliti memperoleh data dari pelanggan yang menggunakan jasa paket wisata di Kabupaten Gresik yang telah berpartisipasi dalam mengisi kuisisioner yang telah dilakukan oleh peneliti.

3.7 Teknik Pengambilan Data

Teknik pengumpulan data bertujuan untuk mendapatkan dan mengumpulkan data yang dapat menjelaskan dan menjawab permasalahan penelitian secara objektif. Penelitian ini dikumpulkan dengan metode survey menggunakan kuisisioner. Data yang dikumpulkan meliputi :

1. Identitas responden
2. Data mengenai tanggapan responden terhadap variabel-variabel yang mempengaruhi keputusan pembelian paket wisata PT Gresik Graha Wisata.

3.8 Teknik Analisis

Teknik analisis data yang digunakan adalah teknik analisis regresi linier berganda. Teknik ini merupakan salah satu teknik analisis yang sering digunakan dalam mengelola data multivariabel. Analisis regresi berganda dapat digunakan untuk mengetahui pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat atas perubahan dari setiap peningkatan atau penurunan variabel bebas yang akan

mempengaruhi variabel terikat (Sugiyono, 2010;270). Pengujian ini meliputi uji t (t_{test}) yang digunakan untuk mencari besarnya sumbangan masing-masing variabel terhadap variabel dependen secara parsial, uji F (F_{test}) untuk mengetahui pengaruh variabel-variabel independent terhadap variabel dependen secara bersama-sama, koefisien determinasi (R^2) untuk mengetahui seberapa besar variabel dependen dapat di jelaskan oleh variabel independent yang tercantum dalam penelitian ini. Bentuk umum persamaan regresi linier berganda dapat dihitung menggunakan rumus (Ghozali, 2009;132) :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Dimana:

- Y = Keputusan pembelian
- a = konstanta
- b_1, b_2, b_3 = Koefisien Regresi
- X_1 = Variabel harga
- X_2 = Variabel Promosi
- X_3 = Variabel Kualitas Pelayanan
- e = Standar *error* atau kesalahan prediksi

Sebelum melakukan analisis data dengan teknik regresi linier berganda, terlebih dahulu dilakukan pengukuran menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas.

3.9 Uji Instrumen

3.9.1 Uji Validitas

Uji Validitas dilakukan untuk mengukur keabsahan (Validitas) suatu kuesioer. Suatu kuesioner dinyatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur kuesioner tersebut (Ghozali, 2009;15).

Untuk menguji validitas dalam penelitian ini adalah dengan menghitung korelasi diantara masing-masing pernyataan dengan skor total yang menggunakan korelasi *product moment*. Valid tidaknya suatu item, diketahui dengan membandingkan indeks koefisien korelasi *product moment* (r) dengan nilai hitung kritisnya, dimana r dapat diperoleh dengan rumus (Sugiyono, 2005;212) sebagai berikut:

$$r = \frac{N (\sum XY) - (\sum X \cdot \sum Y)}{\sqrt{[N \sum X^2 - (\sum X)^2] [N \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Dimana :

N = Banyaknya variable

X = Skor item x

Y = Skor item y

Teknik ini dilakukan dengan membandingkan r hitung dengan r tabel (uji 2 sisi dengan tingkat signifikansi 5%). Apabila r hitung > r tabel, maka butir pertanyaan atau indikator variabel yang digunakan penelitian ini dianggap valid atau sah. Apabila r hitung < r tabel, maka dapat dikatakan item kuesioner tidak valid.

3.9.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan uji kehandalan yang bertujuan untuk mengetahui seberapa jauh alat ukur tersebut dapat dipercaya. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Suatu data dikatakan reliabel adalah jika variabelnya memiliki nilai *Cronbach alpha* (α) lebih besar dari 0,6 (Ghozali, 2009;16).

Dalam pengujian ini, uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan koefisien alpha. Perhitungan koefisien alpha memanfaatkan bantuan SPSS 15.0 dan batas kritis untuk nilai alpha untuk mengindikasikan kuesioner yang reliabel adalah 0,60. Jadi nilai koefisien alpha $> 0,60$ merupakan indikator bahwa kuesioner tersebut reliabel (Ghozali, 2009;16).

3.10 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik adalah pengujian asumsi-asumsi statistik yang harus dipenuhi pada analisis regresi linier berganda yang berbasis *Ordinary least square* (OLS). Uji asumsi klasik merupakan uji data yang digunakan untuk mengetahui apakah data penelitian memenuhi syarat untuk dianalisis lebih lanjut, guna menjawab hipotesis penelitian.

3.10.1 Uji Normalitas

Pengujian distribusi normal berfungsi untuk melihat apakah sampel yang diambil mewakili distribusi populasi. Jika distribusi sampel adalah normal, maka dapat dikatakan sampel yang diambil mewakili populasi. Uji normalitas bertujuan untuk

menguji apakah dalam model regresi, variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal ataukah tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal.

Pada prinsipnya normalitas dapat dideteksi dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik atau histogram residual (Ghozali, 2009;74).

1. Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
2. Jika data menyebar jauh dari garis diagonal dan tidak mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

3.10.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolieritas dalam persamaan regresi adalah sebagai berikut (Ghozali, 2009;57) :

1. Nilai R² yang dihasilkan oleh suatu estimasi model regresi model regresi empiris sangat tinggi, tetapi secara individual variabel-variabel bebas banyak yang tidak signifikan mempengaruhi variabel terikat.
2. Menganalisis matrik korelasi variabel-variabel bebas. Jika antar variabel bebas ada korelasi yang cukup tinggi (umumnya diatas 0,90), maka hal ini merupakan indikasi terjadi multikolinearitas.

3. Besaran VIF (*Variance Inflation Factor*) dan *Tolerance*, dengan catatan:

$$\textit{Tolerance} = 1 / \textit{VIF} \text{ atau bisa juga,}$$

$$\textit{VIF} = 1 / \textit{Tolerance}$$

Nilai *Tolerance* yang rendah maka akan berakibat pada VIF yang tinggi, dan ini berarti terjadi multikolinieritas. Kriteria pengukurannya adalah sebagai berikut:

- 1) Jika *Tolerance* > 0,10 dan *VIF* < 10 maka tidak terjadi Multikolinieritas.
- 2) Jika *Tolerance* < 0,10 dan *VIF* > 10 maka terjadi Multikolinieritas.

3.10.3 Uji Heterokedastisitas

Heterokedastisitas artinya varians variabel dalam model tidak sama. Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah pada model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lain. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas. Dasar analisis adalah (Ghozali, 2009;69):

1. Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik (point-point) yang ada membentuk suatu pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka telah terjadi Heteroskedastisitas.
2. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi Heteroskedastisitas.

3.10.4 Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan menguji apakah dalam model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode $t-1$ (sebelumnya). Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada problem autokorelasi. Autokorelasi muncul karena observasi yang berurutan sepanjang waktu berkaitan satu sama lainnya. Masalah ini timbul karena residual (kesalahan pengganggu) tidak bebas dari satu observasi ke observasi lainnya (Ghozali, 2009; 93). Uji autokorelasi dilakukan dengan metode Durbin-Watson. Jika nilai Durbin-Watson berkisar antara nilai batas atas (d_u) maka diperkirakan tidak terjadi autokorelasi. Dasar pengambilan keputusan uji autokorelasi yaitu

1. Bila nilai DW terletak antara batas atas (d_u) dan $(4-d_u)$, maka koefisien autokorelasi sama dengan nol, berarti tidak ada autokorelasi.
2. Bila nilai DW lebih rendah daripada batas bawah (d_l), maka koefisien autokorelasi lebih besar dari pada nol, berarti ada autokorelasi positif.
3. Bila nilai DW lebih besar daripada $(4-d_l)$, maka koefisien autokorelasi lebih kecil dari pada nol, berarti ada autokorelasi negatif.
4. Bila nilai DW terletak diantara batas atas (d_u) dan batas bawah (d_l) atau DW terletak antara $(4-d_u)$ dan $(4-d_l)$, maka hasilnya tidak dapat disimpulkan.

3.11 Uji Hipotesis

Uji hipotesis adalah prosedur yang didasarkan pada bukti sampel yang dipakai untuk menentukan apakah hipotesis merupakan suatu pernyataan yang wajar dan oleh karenanya tidak ditolak, atau hipotesa tersebut tidak wajar dan oleh karena

itu harus ditolak (Suharyadi dan Purwanto 2013;182). Untuk menguji suatu hipotesis yang dikemukakan oleh peneliti, maka dilakukan uji statistik yaitu uji t (pengujian secara parsial).

3.11.1 Uji t (Pengujian secara parsial)

Untuk mengetahui apakah variabel independen secara parsial (individual) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen. Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individu dalam menerangkan variabel dependen (Ghozali 2009;88). Kriteria dalam uji t dapat dilihat sebagai berikut :

1. Perumusan hipotesis
 - a. H_0 : Variabel harga (X_1), promosi (X_2) dan kualitas pelayanan (X_3) secara *parsial* tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y).
 - b. H_a : Variabel harga (X_1), promosi (X_2) dan kualitas pelayanan (X_3) secara *parsial* berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y).
2. Uji hipotesis dengan membandingkan t_{hitung} dengan t_{tabel}
 - a. Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini menunjukkan bahwa variabel harga, promosi, dan kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian.
 - b. Apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa variabel harga, promosi, dan kualitas pelayanan secara parsial tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian.
3. Uji hipotesis berdasarkan signifiansi
 - a. Jika angka sig. $> 0,05$, maka H_0 diterima

b. Jika angka sig. $< 0,05$, maka H_0 ditolak

Untuk mengetahui variabel mana yang paling berpengaruh terhadap keputusan pembelian, yaitu dengan melihat nilai koefisien beta dari masing-masing variabel.