

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif yang bersifat kausal (sebab-akibat) yaitu penelitian yang bersifat menjelaskan pengaruh dari variabel bebas terhadap variabel terikat.

Penelitian ini bersifat kausal (sebab-akibat) yaitu penelitian dengan memfokuskan pada beberapa variabel yang berhubungan (paradigma penelitian), merupakan pola pikir yang menunjukkan hubungan variabel yang akan diteliti yang sekaligus mencerminkan jenis dan jumlah rumusan masalah yang perlu dijawab melalui penelitian, teori yang digunakan untuk merumuskan hipotesis dan teknik analisis yang akan digunakan (Sugiyono,2010: 59).

3.2 Lokasi Penelitian

Sesuai dengan judul penelitian yang dipilih, maka lokasi penelitian ini dilakukan konsumen yang melakukan kunjungan atau menggunakan jasa Kolam Renang Tirta Agung Gresik.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Sugiyono (2010:80) menyatakan bahwa populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulannya.

Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat yang memutuskan konsumen yang melakukan kunjungan atau menggunakan jasa Kolam Renang Tirta Agung Gresik.

3.3.2 Sampel

Sugiyono (2010;81) menyatakan bahwa 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, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Apa yang dipelajari dari sampel itu, kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representatif (mewakili). Dengan teknik *non probability sampling* dengan pendekatan *purposiv sampling*.

Dalam penelitian ini penarikan sampel dilakukan dengan teknik *non probability sampling* dengan pendekatan Sugiyono (2010: 61) menyatakan bahwa *sampling purposive* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Menurut Sugiyono (2010:128), pemilihan sekelompok subjek dalam *purposive sampling* didasarkan atas ciri-ciri tertentu yang dipandang mempunyai sangkut paut yang erat dengan ciri-ciri populasi yang sudah diketahui sebelumnya, dengan kata lain unit sampel yang dihubungi disesuaikan dengan kriteria-kriteria tertentu yang diterapkan berdasarkan tujuan penelitian.. Menurut Irawan dalam Sukandarrumidi (2010:54) mengatakan bahwa jumlah sampel minimum adalah 100 responden yang konsumen yang melakukan kunjungan atau

menggunakan jasa Kolam Renang Tirta Agung Gresik. Adapun ukuran sampel yang digunakan dalam penelitian ini berdasarkan rumus coachran:

$$n = P (1 - P) (Z / E)^2$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel

P = Populasi dengan probabilitas 0,5

Z = Tingkat kepercayaan 95%, Z = 1,96

E = Standar error

Maka, n (jumlah sampel) = $0,5 (1 - 0,5) (1,96 / 0,1)^2 = 0,25 (384,16) = 96,04$ (dibulatkan menjadi 100 sampel)

3.4 Jenis dan Sumber Data

3.4.1 Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder. Data adalah kumpulan angka-angka yang berhubungan dengan observasi. Menurut Sugiyono (2010;193).

3.4.1 Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder. Menurut Narimawati (2008;98) data primer merupakan sumber data yang diperoleh langsung dari sumber asli, dari hasil penyebaran kuesioner berisi tentang pengaruh faktor *experiential marketing* yang terdiri dari panca indera, perasaan, cara berpikir, kebiasaan dan relasi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Kolam renang Tirta Agung Gresik. Data sekunder adalah data yang didapat secara tidak langsung yang didapat dari buku dan sumber penelitian pada Tirta Agung Gresik (Sugiyono, 2010 : 402).

3.5 Teknik Pengambilan Data

Teknik pengambilan data dalam penelitian ini dilaksanakan dengan melalui kuesioner yaitu teknik pengumpulan data dengan cara menyebarkan angket atau daftar pertanyaan kepada responden agar didapat keterangan dan data yang lebih terperinci tentang masalah yang sedang diteliti. Jawaban yang diharapkan dalam penelitian ini telah disediakan sehingga responden tinggal memilih jawaban yang dianggap sesuai.

3.6 Identifikasi Variabel dan Definisi Operasional Variabel

3.6.1 Identifikasi Variabel

Variabel adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2010:58)

1. Variabel bebas / *Independent*

Variabel *Independent* (bebas) adalah merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini:

- a. Indera (*sense*)
- b. Perasaan (*feel*)
- c. Cara berpikir (*think*)
- d. Kebiasaan (*act*)
- e. Pertalian atau relasi (*relate*)

2. Variabel terikat / Dependent

Variabel dependent (terikat) adalah suatu variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Penelitian ini yang menjadi variabel terikat adalah kepuasan pengunjung (Y).

3.6.2 Definisi Operasional

Variabel-variabel yang digunakan dalam “Pengaruh *experiential marketing* terhadap kepuasan pengunjung kolam renang Tirta Agung Gresik ” adalah:

1. Variabel *Sense* (Indra) (X1)

Sense (Indra) merupakan apa yang dirasakan pelanggan Kolam renang Tirta Agung Gresik terhadap pengalaman secara pribadi melalui panca indera sebagai upaya untuk mendiferensiasikan dengan pesaing. *Sense* (Indra) memiliki indikator sebagai berikut:

- a. Kebersihan sarana permainan
- b. Kebersihan peralatan
- c. Kebersihan air
- d. Eksterior desain

2. Variabel *Feel* (Perasaan) (X2)

Feel merupakan apa yang dirasakan pelanggan Kolam renang Tirta Agung terhadap pengalaman emosional dari masing-masing individu pelanggan melalui interaksi yang terjadi antara jasa yang diberikan dengan pelanggannya. Penilaian terhadap *feel* adalah kecepatan layanan saat pembelian tiket masuk maupun keramahan para karyawan selama berada di

lingkungan Kolam Renang Tirta Agung Gresik. Adapun indikator yang digunakan adalah:

- a. Kecepatan layanan saat pembelian tiket masuk
- b. Keramahan karyawan selama berada di lingkungan kolam

3. Variabel *Think* (Cara Berpikir) (X3)

Think merupakan apa yang dirasakan pelanggan Kolam renang Tirta Agung terhadap pengalaman berpikir secara kreatif sehingga mereka tidak hanya sekedar menjual jasa saja melainkan pengalaman yang tidak terlupakan (*memorable experience*). Memiliki indikator sebagai berikut:

- a. Kesesuaian harga tiket dengan pengalaman yang diberikan kepada pelanggan
- b. Kekreatifitasan kolam renang Tirta Agung untuk mengembangkan permainan yang bervariasi

4. Variabel *Act* (Kebiasaan) (X4)

Act merupakan apa yang dirasakan oleh pelanggan Kolam renang Tirta Agung terhadap pengalaman yang sifatnya fisik/nyata. Adapun indikator adalah:

- a. Sering tidaknya pelanggan mengunjungi kolam renang Tirta Agung
- b. Adanya interaksi yang komunikatif antara karyawan dengan pelanggan

5. Variabel *Relate* (Relasi) (X5)

Relate merupakan apa yang dirasakan oleh pelanggan Kolam renang Tirta Agung terhadap pengalaman secara keseluruhan yaitu dengan cara menghubungkan dengan gaya hidup, budaya, atau lingkungan sosial pelanggan tersebut. Adapun indikator adalah:

- a. Merasa diperhatikan karena memiliki pelayanan saran dan kritik yang langsung dihubungkan dengan pemilik.
- b. Adanya pertalian erat antara pemilik, karyawan dan pengunjung sehingga pengunjung merasa diterima dan bangga menjadi bagian dari produk atau jasa ini

6. Variabel Kepuasan Pengunjung (Y)

Kepuasan Pengunjung adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja yang dirasakan oleh pelanggan. Adapun indikator kepuasan pelanggan yaitu:

- a. Perasaan senang atas semua layanan.
- b. Kinerja yang dirasakan.

3.7 Pengukuran Variabel

Pengukuran dari tiap variabel dilakukan dengan alat bantu menggunakan skala *likert*. Menurut Sugiyono (2010:93) menyatakan bahwa skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam penelitian, fenomena sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian.

Dengan skala *likert*, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun *item-item* instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan.

Biasanya indikator ini diamati dengan menggunakan kuesioner atau angket yang bertujuan untuk mengetahui pendapat responden tentang sesuatu hal. Skala

yang sering dipakai adalah skala ordinal yaitu skala yang berisi 5 tingkat preferensi jawaban.

Preferensi yang dimaksud memberikan pilihan terhadap responden yang menunjukkan preferensi sangat setuju atau sangat tidak setuju kepada setiap pertanyaan yang berkaitan dengan objek yang dinilai.

1. Responden akan mendapat nilai 5 bila responden menjawab SS (Sangat Setuju)
2. Responden akan mendapat nilai 4 apabila responden menjawab S (Setuju).
3. Responden akan mendapat nilai 3 apabila responden menjawab RG (Ragu-ragu).
4. Responden akan mendapat nilai 2 apabila responden menjawab TS (Tidak Setuju).
5. Responden mendapat nilai 1 apabila responden menjawab STS (Sangat Tidak Setuju).

3.8 Uji Instrumen

3.8.1 Uji Validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau kesahihan sesuatu instrumen Sugiyono (2008:172). Sebuah instrumen dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang diinginkan dan dapat mengungkap data dari variabel yang diteliti secara tepat. Tinggi rendahnya validitas instrumen menunjukkan sejauh mana data yang terkumpul tidak menyimpang dari gambaran tentang validitas yang dimaksud.

Cara yang dipakai dalam menguji tingkat validitas adalah dengan variabel internal, yaitu menguji apakah terdapat kesesuaian antara bagian instrumen secara keseluruhan. Untuk mengukurnya menggunakan analisis butir. Pengukuran pada analisis butir yaitu dengan cara skor-skor yang ada kemudian dikorelasikan dengan menggunakan Rumus korelasi *product moment* yang dikemukakan oleh Santoso, (2009 : 280) sebagai berikut:

$$r = \frac{n(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{n(\sum X^2)(\sum Y^2) - (\sum X)^2(\sum Y)^2\}}}$$

dengan pengertian

- r : Koefisien korelasi antara x dan y r_{xy}
- N : Jumlah Responden
- X : Skor item
- Y : Skor total
- $\sum X$: Jumlah skor items
- $\sum Y$: Jumlah skor total
- $\sum X^2$: Jumlah kuadrat skor item
- $\sum Y^2$: Jumlah kuadrat skor total

Kesesuaian harga r diperoleh dari perhitungan dengan menggunakan rumus diatas dikonsultasikan dengan tabel harga regresi moment dengan korelasi harga r lebih besar atau sama dengan regresi tabel, maka butir instrumen tersebut valid dan jika r lebih kecil dari regresi tabel maka butir instrumen tersebut tidak valid.

3.8.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas (kehandalan) adalah nilai yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya dan dapat diandalkan (konsisten). Dalam uji reliabilitas ini suatu butir atau variabel dikatakan reliabel jika $r_{\alpha} > r_{\text{table}}$ Santoso, (2009; 280).

3.9 Uji Asumsi Klasik

3.9.1 Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik autokorelasi, yaitu korelasi yang terjadi antara residual pada satu pengamatan dengan pengamatan lain pada model regresi. Persyaratan yang harus terpenuhi adalah tidak adanya autokorelasi dalam model regresi. Metode pengujian yang sering digunakan adalah dengan Uji Durbin-Watson (uji DW) dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Jika d lebih kecil dari dL atau lebih besar dari $(4-dL)$ maka hipotesis nol ditolak, yang berarti terdapat autokorelasi.
2. Jika d terletak antara dU dan $(4-dU)$, maka hipotesis nol diterima, yang berarti tidak ada autokorelasi.
3. Jika d terletak antara dL dan dU atau diantara $(4-dU)$ dan $(4-dL)$, maka tidak menghasilkan kesimpulan yang menjelaskan.

Rumus Uji Durbin Watson sebagai berikut:

$$d = \frac{\sum(e_n - e_{n-1})^2}{\sum e_x^2}$$

Keterangan:

d = Nilai Durbin Watson

e = Residual

3.9.2 Uji Multikolinearitas

Terjadi multikolinieritas pada variabel-variabel independen jika korelasi antar variabel independen / bebas sangat tinggi atau mendekati 1 (Sarwono, 2012). Uji Multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan

adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Jika variabel independen saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel independen yang nilai korelasi antar sesama variabel independen sama dengan nol Ghazali (2011; 91). Untuk mengetahui ada tidaknya multikolinieritas pada suatu model regresi, diantaranya dengan melihat nilai tolerance dan VIF (Variance Inflation Factor) yaitu:

1. Jika nilai tolerance > 0.10 dan VIF < 10 , maka dapat diartikan bahwa tidak terdapat multikolinieritas pada penelitian tersebut.
2. Jika nilai tolerance < 0.10 dan VIF > 10 , maka dapat diartikan bahwa terjadi gangguan multikolinieritas pada penelitian tersebut.

3.9.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lainnya. Jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut *homoskedastisitas*. Jika *variance* tersebut berbeda, maka disebut *heteroskedastisitas*. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas Ghazali (2011;105).

Gejala heteroskedastisitas terjadi sebagai akibat ketidaksamaan data, terlalu bervariasinya data yang diteliti. Ada beberapa cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas Ghazali, (2011;105) salah satunya yaitu dengan melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel dependen dengan residualnya. Dasar analisisnya adalah:

1. Jika terdapat pola 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 di atas dan di bawah angka 0 (nol) pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

3.10 Teknik Analisis Data

Analisis kuantitatif digunakan untuk menganalisis data yang bersifat bilangan atau berupa angka-angka. Sumber data yang digunakan dari penelitian ini adalah penarikan data primer dengan menggunakan kuisisioner. Data tersebut dikuantitatifkan dengan memberikan skor pada masing-masing jawaban responden Sugiyono, (2008:86).

3.10.1 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi pada dasarnya adalah studi mengenai ketergantungan variabel terikat dengan satu atau lebih variabel bebas dengan tujuan untuk memprediksi nilai rata-rata variabel terikat berdasarkan nilai variabel bebas yang diketahui Gozhali, (2011:43).

Persamaan garis regresi linier berganda dapat ditulis sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + e$$

Dimana:

Y = Kepuasan Pelanggan
 a = Nilai konstanta
 X₁ = *Sense*
 X₂ = *Feel*
 X₃ = *Think*
 X₄ = *Art*

- X_5 = *Relate*
 b_1 = Koefisien regresi dari X_1
 b_2 = Koefisien regresi dari X_2
 b_3 = Koefisien regresi dari X_3
 b_4 = Koefisien regresi dari X_3
 b_5 = Koefisien regresi dari X_3
 e = Error

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan tahap-tahap sebagai berikut:

1. Menguji hipotesis dengan alat bantu hitung SPSS
2. Menentukan hipotesis.

3.10.2 Uji Hipotesis

Untuk menguji suatu hipotesis yang dikemukakan oleh peneliti, maka dilakukan uji statistik, yaitu:

1. Uji t

Uji ini digunakan untuk menguji pengaruh hipotesis yang telah disajikan yaitu:

- a. Merumuskan hipotesis statistik

$H_0 : b_1 = b_2 = b_3 = b_4 = b_5 = 0$, artinya *sense, feel, think, art* dan *relate* secara parsial tidak ada pengaruh terhadap kepuasan pelanggan kolam renang Tirta Agung Gresik.

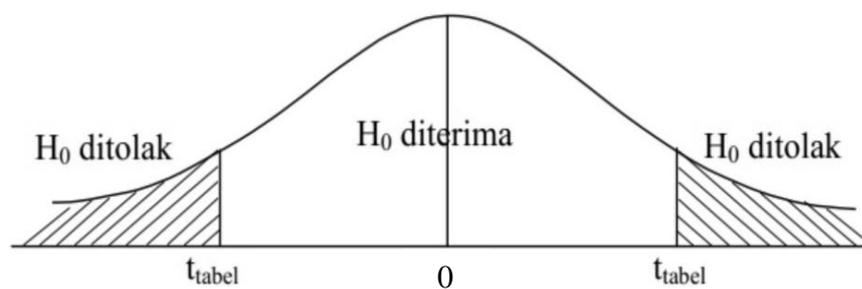
$H_a : b_1 \neq b_2 \neq b_3 \neq b_4 \neq b_5 \neq 0$, artinya artinya *sense, feel, think, art* dan *relate* secara parsial ada pengaruh terhadap terhadap kepuasan pelanggan kolam renang Tirta Agung Gresik.

b. Menentukan t_{tabel}

Menentukan taraf nyata (α) 5%, derajat bebas atau *degree of freedom* (df) $n-k-1$, dimana n = jumlah pengamatan dan k = jumlah variabel untuk menentukan nilai t_{tabel} .

c. Kriteria yang dipakai dalam uji t adalah:

- 1) Apabila $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ atau nilai signifikansi $< \alpha$ (0,05) maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya *sense, feel, think, art* dan *relate* secara parsial ada pengaruh terhadap kepuasan pelanggan kolam renang Tirta Agung Gresik. Dengan demikian hipotesis satu, dua, tiga, empat dan lima terbukti kebenarannya.
- 2) Apabila $t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$ atau nilai signifikansi $> \alpha$ (0,05) maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya *sense, feel, think, art* dan *relate* secara parsial tidak ada pengaruh terhadap kepuasan pelanggan kolam renang Tirta Agung Gresik. Dengan demikian hipotesis satu, dua, tiga, empat dan lima tidak terbukti kebenarannya.



Gambar 3.1
Kurva Daerah Penerimaan dan Penolakan H_0 Uji t

2. Uji F

Uji ini digunakan untuk menguji hipotesis keenam yaitu, diduga ada pengaruh secara simultan *sense, feel, think, art* dan *relate* terhadap kepuasan pelanggan kolam renang Tirta Agung Gresik.

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini dilakukan dengan beberapa tahap:

a. Merumuskan hipotesis statistik

$H_0 : b_1 = b_2 = b_3 = b_4 = b_5 = 0$, artinya *sense, feel, think, art* dan *relate* secara simultan tidak ada pengaruh terhadap kepuasan pelanggan kolam renang Tirta Agung Gresik.

$H_a : b_1 \neq b_2 \neq b_3 \neq b_4 \neq b_5 \neq 0$, artinya *sense, feel, think, art* dan *relate* secara simultan ada pengaruh terhadap kepuasan pelanggan kolam renang Tirta Agung Gresik.

b. Menentukan F_{tabel}

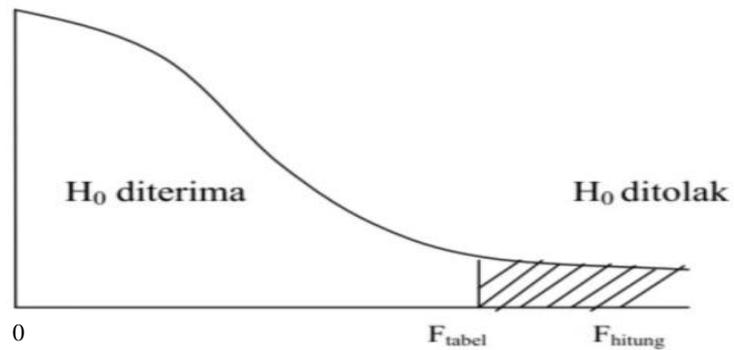
Menentukan taraf nyata (α) = 0,05 atau 5% dan $df = (k-1); (n-k)$ untuk menentukan nilai F_{tabel}

c. Kriteria yang dipakai dalam uji F adalah:

1) Apabila $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$ atau nilai signifikansi $< \alpha$ (0,05) maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya *sense, feel, think, art* dan *relate* secara simultan ada pengaruh terhadap kepuasan pelanggan kolam renang Tirta Agung Gresik. Dengan demikian hipotesis kelima terbukti kebenarannya.

2) Apabila $F_{\text{hitung}} < F_{\text{tabel}}$ atau nilai signifikansi $> \alpha$ (0,05) maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya *sense, feel, think, art* dan *relate* secara

simultan tidak ada pengaruh terhadap kepuasan pelanggan kolam renang Tirta Agung Gresik Gresik Kota Baru (GKB) pada PT Bumi Lingga Pertiwi. Dengan demikian hipotesis kelima tidak terbukti kebenarannya.



Gambar 3.2
Kurva Daerah Penerimaan dan Penolakan H_0 Uji F