

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menguji hipotesa yang ada berdasarkan dari teori yang telah dirumuskan dan diperoleh dari perusahaan dalam bentuk angka-angka dihitung lebih lanjut dengan pendekatan kuantitatif. Penelitian ini dilakukan dengan mengumpulkan data yang berupa angka, atau data berupa kata-kata atau kalimat yang dikonversi menjadi data yang berbentuk angka. Data yang berupa angka tersebut kemudian diolah dan dianalisis untuk mendapatkan suatu informasi ilmiah di balik angka-angka tersebut. Metode penelitian kuantitatif yang digunakan adalah metode survei. Penelitian survei, yaitu tipe penelitian dengan menggunakan kuesioner atau angket sebagai sumber data utama. Dalam penelitian survei, responden diminta untuk memberikan jawaban singkat yang sudah tertulis di dalam kuesioner atau angket. Kemudian jawaban dari seluruh responden tersebut diolah menggunakan teknik analisis kuantitatif tertentu.¹

B. Populasi dan Sampel

1. Populasi Penelitian

Populasi penelitian merupakan keseluruhan (*universum*) dari objek penelitian yang dapat berupa manusia, hewan, tumbuh-tumbuhan, udara, gejala, nilai, peristiwa, sikap hidup, dan sebagainya, sehingga objek-objek ini dapat menjadi sumber data penelitian.² Adapun populasi dalam penelitian ini adalah 5437 pengunjung Agrowisata Al-Mawaddah Center Kudus.

¹Nanang Martono, *Metode Penelitian Kuantitatif: Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder*, PT Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2014, hal. 20.

²Burhan Bungin, *Metode Penelitian Kuantitatif : Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*, Edisi 2, Kencana Prenamedia Group, Jakarta, 2005, hal. 109.

2. Sampel dan Teknik Penarikan Sampel (*Sampling*)

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.³ Sampel yang akan diteliti adalah pengunjung Agrowisata Al-Mawaddah Center untuk segala usia.

Sampling adalah kegiatan mengambil sebagian dari populasi yang akan diteliti dengan cara tertentu yang dapat dipertanggungjawabkan supaya sebagian yang diambil mewakili ciri populasinya.⁴ Teknik pengambilan sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah *nonprobability sampling*. *Nonprobability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang / kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Salah satu teknik *nonprobability sampling* yang digunakan oleh penulis adalah *sampling incidental*. *Sampling incidental*, yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan/insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.⁵ Penentuan jumlah sampel ditentukan dengan rumus Slovin.⁶

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

Keterangan :

n : Jumlah sampel yang dicari

N : Jumlah populasi

d : nilai presisi

$$\begin{aligned} n &= \frac{N}{N(d)^2 + 1} \\ &= \frac{5437}{1 + 5437 (0,10)^2} \\ &= \frac{5437}{1 + 5437 (0,01)} \end{aligned}$$

³Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*, Alfabeta, Bandung, 2008, hal. 118.

⁴Purwanto, *Statistika Untuk Penelitian*, cet. 1, Pustaka Pelajar, Yogyakarta, 2011, hal. 65.

⁵Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian*, cet. 24, ALFABETA, Bandung, 2014, hal. 66-67.

⁶Burhan Bungin, *Op.Cit.*, hal. 115.

$$= \frac{5437}{55,37}$$

$$= 98,193$$

Jadi berdasarkan penghitungan di atas, dari jumlah populasi 5.437 pengunjung, jumlah sampel untuk penelitian menggunakan *margin of error* sebesar 10% maka diperoleh ukuran sampel sebesar 98,19, namun karena ada unsur pembulatan dan untuk mempermudah penghitungan maka peneliti mengambil sampel sebanyak 98 responden.

C. Tata Variabel Penelitian

1. Variabel Independen

Variabel independen merupakan variabel yang identik dengan variabel bebas, penjelas, atau *independent/explanatory variable*. Variabel ini biasanya dianggap sebagai prediktor atau penyebab karena memprediksi atau menyebabkan variabel independen.⁷ Adapun variabel bebas (X) dalam penelitian ini adalah *servicescape* dan kualitas komunikasi interpersonal.

a. *Servicescape*(X1)

Servicescape adalah lingkungan fisik dimana di dalamnya terjadi pertemuan jasa dan mempengaruhi persepsi konsumen terhadap *servicescape* (persepsi kualitas) dan selanjutnya pada respon internal (tingkat kepuasan konsumen) dan respon eksternal (perilaku untuk berlangganan dan membeli kembali).

b. Kualitas komunikasi interpersonal (X2)

Komunikasi antara orang-orang secara tatap muka, yang memungkinkan setiap pesertanya menangkap reaksi orang lain secara langsung, baik secara verbal ataupun nonverbal.

2. Variabel Dependen

Variabel dependen identik dengan variabel terikat, yang dijelaskan, atau *dependent variable*.⁸ Adapun variabel dependen (Y) dalam penelitian

⁷Mudrajad Kuncoro, *Metode Kuantitatif: Teori dan Aplikasi Untuk Bisnis dan Ekonomi*, Edisi Pertama, Unit Penerbit dan Percetakan AMP YKPN, Yogyakarta, 2001, hal. 5.

⁸*Ibid.*, hal. 5.

ini adalah kepuasan konsumen. Kepuasan konsumen menurut Philip Kotler adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi atau kesan terhadap kinerja atau hasil suatu produk dan harapan-harapannya.

3. Skala Pengukuran

Skala pengukuran merupakan suatu kesepakatan yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang pendeknya interval yang ada dalam alat ukur tersebut bila digunakan dalam pengukuran akan menghasilkan data kuantitatif.⁹

Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala Likert. Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam skala Likert, variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator atau subindikator dijadikan sebagai pedoman untuk menyusun butir-butir instrumen yang bisa berupa pertanyaan atau pernyataan. Jawaban setiap butir instrumen yang menggunakan skala Likert mempunyai gradasi sangat positif sampai sangat negatif.¹⁰

Untuk keperluan analisis kuantitatif, maka jawaban itu dapat diberi skor, misalnya:

Sangat Setuju	5
Setuju	4
Netral	3
Tidak setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

⁹Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, Alfabeta, Bandung, 2004, hal. 84.

¹⁰*Ibid.*, hal. 86.

D. Definisi Operasional Variabel

Tabel 3.1

Definisi Operasional Variabel

Variabel	Konsep Variabel	Dimensi	Skala Pengukuran
<i>Servicescape</i>	<i>Servicescape</i> terkait erat dengan gaya dan tampilan fisik dan elemen pengalaman lain yang ditemui oleh pelanggan di tempat penghantaran layanan. ¹¹	<i>Ambient condition</i> - Kesejukan suhu - Penyinaran/pencahayaan - Kenyamanan suasana - Kesesuaian musik - Kebersihan lokasi agrowisata <i>Space/ function</i> - Kemenarikan <i>layout</i> - Kemudahan tempat parkir - Fungsionalitas tata letak <i>Signs, symbol, artifacts</i>¹² - Kemenarikan warna papan petunjuk dan logo - Kejelasan papan petunjuk - Keunikan ornamen-	<i>Skala Likert</i>

¹¹ Christopher Lovelock, Jochen Wirtz, dan Jacky Mussry, *Pemasaran Jasa Perspektif Indonesia Jilid 2*, Edisi 7, Penerbit Erlangga, Jakarta, 2010, hal. 4.

¹² *Ibid.*, hal., 12-19

		ornamen fisik • Kerapian seragam karyawan • Keunikan struktur bangunan.	
Kualitas Komunikasi interpersonal	Komunikasi yang dilakukan oleh satu orang dan penerimaan pesan oleh orang lain atau sekelompok kecil orang, dengan berbagai dampaknya dan dengan peluang untuk memberikan umpan balik dengan segera. ¹³	1. Keterbukaan • Pemandu wisata secara jujur memberikan informasi tentang program yang sedang berlangsung. • Pemandu wisata memberikan informasi dengan benar, sesuai dengan prosedur. 2. <i>Empathy</i> (Empati) • Pemandu wisata mendengarkan keluhan pelanggan, pada saat pelanggan membutuhkan bantuan. • Pemandu wisata bersedia membantu pelanggan. • Pemandu wisata	<i>Skala Likert</i>

¹³Joseph A. DeVito, *Komunikasi Antar Manusia*, Edisi 5, Karisma Publishing Group, Pamulang, hal., 252

		mampu memahami kebutuhan pelanggan 3. <i>Supportiveness</i> (Sikap mendukung) • Pemandu wisata memberikan informasi dengan jelas mengenai program yang berlangsung. 4. <i>Positiveness</i> (Sikap positif) • Pemandu wisata bersikap sopan dalam melayani pelanggan. • Pemandu wisata bersikap ramah saat sedang melayani pelanggan. • Pemandu wisata selalu tersenyum saat sedang melayani pelanggan. 5. <i>Equality</i> (Kesetaraan)¹⁴ • Pemandu wisata menghargai pelanggan	
--	--	---	--

¹⁴ *Ibid.*, hal. 285.

		• Pemandu wisata memperlakukan semua pelanggan dengan perlakuan yang sama.	
Kepuasan Konsumen	Perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi atau kesan terhadap kinerja atau hasil suatu produk dan harapan-harapannya. ¹⁵	1. Persepsi kinerja • Berdasarkan pengalaman, pelanggan merasa senang berkunjung di Agrowisata Al-Mawaddah Center 2. Kesesuaian harapan • Agrowisata Al-Mawaddah Center memenuhi harapan pengunjung. 3. Rasa suka • Secara keseluruhan, pelanggan percaya, Agrowisata Al-Mawaddah Center menyenangkan hati pelanggan ketika berwisata di Agrowisata Al-Mawaddah Center. 4. Kesetiaan Pelanggan • Pengunjung yang	<i>Skala Likert</i>

¹⁵Philip kotler, *Manajemen Pemasaran: Edisi Milenium*, PT INDEKS Kelompok Gramedia, Jakarta, 2004, hal. 42.

		puas akan berkunjung lagi. 5. Pengunjung yang puas akan memberitahu orang lain tentang pengalaman baik mereka.¹⁶	
--	--	---	--

E. Jenis Data dan Sumber Data

Data (tunggal datum) adalah bahan keterangan tentang sesuatu objek penelitian yang diperoleh di lokasi penelitian.¹⁷Data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi :

1. Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumber data pertama di lokasi penelitian atau objek penelitian.¹⁸Data primer dalam penelitian ini diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner.
2. Data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber kedua atau sumber sekunder dari data yang kita butuhkan.¹⁹Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari data tentang Agrowisata Al-Mawaddah Center Kudus yaitu mengenai gambaran umum tentang perusahaan, cacatan dan diperoleh data internal perusahaan.

F. Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data sangat berpengaruh dalam hasil penelitian karena pemilihan metode pengumpulan data yang tepat akan dapat diperoleh data yang relevan, dan akurat. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Observasi

¹⁶*Ibid.*, hal. 42.

¹⁷Burhan Bungin, *Op.Cit.*, hal. 129.

¹⁸*Ibid.*, hal. 132.

¹⁹*Ibid.*, hal. 132.

Observasi merupakan teknik pengumpulan data dengan menggunakan pancaindra, jadi tidak hanya dengan pengamatan menggunakan mata. Mendengarkan, mengecap, dan meraba termasuk salah satu bentuk dari observasi.²⁰

2. Angket (*questionnaire*)

Angket adalah sejumlah pertanyaan secara tertulis yang akan dijawab oleh responden penelitian, agar peneliti memperoleh data lapangan/empiris untuk memecahkan masalah penelitian dan menguji hipotesis yang telah ditetapkan.²¹

G. Uji Validitas dan Reliabilitas

1. Uji Validitas

Validitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur betul-betul mengukur apa yang perlu diukur. Jika suatu instrumen pengukuran sudah valid (sah) berarti instrumen tersebut dapat mengukur benda dengan tepat sesuai dengan dengan apa yang diukur. Cara yang paling umum digunakan untuk mengukur validitas instrumen adalah dengan cara mengorelasikan antara skor yang diperoleh pada masing-masing item pertanyaan dan skor totalnya. Skor total diperoleh dari hasil penjumlahan semua skor item. Skor masing-masing item haruslah dari hasil penjumlahan semua skor item. Skor masing-masing item haruslah berkorelasi secara signifikan dengan skor totalnya. Validitas ini disebut dengan validitas konstruk (*construct validity*). Bila alat ukur sudah memiliki validitas konstruk maka sudah dapat dikatakan bahwa alat ukur tersebut sudah valid. Teknik korelasi *product moment* dengan menggunakan rumus sebagai berikut:²²

²⁰*Ibid.*, hal. 139.

²¹Supardi, *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis*, UII Press, Yogyakarta, 2005, hal. 127.

²²Amos Neolaka, *Metode Penelitian dan Statistik*, PT Remaja Rosdakarya, Bandung, 2014, hal. 115-116.

$$r_{xy} = \frac{N \sum X Y - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{N \sum X^2 - (\sum X)^2\} \{N \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Keterangan:

r_{xy} = koefisien korelasi item total item total (*bivariate pearson*)

i = skor item

x = skor total

n = banyaknya subyek

Pengujian menggunakan uji dua sisi dengan taraf signifikansi 0,05.

Kriteria pengujian adalah sebagai berikut:

- a. Jika r hitung $\geq r$ tabel (uji 2 sisi dengan sig. 0,05) maka instrumen atau item-item pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan valid)
- b. Jika r hitung $> r$ tabel (uji 2 sisi dengan sig. 0,05) maka instrumen atau item-item pertanyaan tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan tidak valid).

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat dapat dipercaya atau diandalkan. Reliabilitas menunjukkan sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten bila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan alat pengukur yang sama. Maksudnya adalah dengan menggunakan alat ukur yang sama dilakukan pengukuran berulang-ulang hasilnya tetap sama. Perhitungan reliabilitas harus dilakukan hanya pada item-item yang sudah memiliki validitas. Oleh karena dalam pengujian instrumen terlebih dahulu harus diuji validitas baru dilakukan uji reliabilitas. Cara yang dapat dilakukan adalah dengan membandingkan nilai korelasi keseluruhan (alpha cronbach) dengan nilai r

tabel. Jika nilai alpha cronbach > r tabel maka instrumen tersebut adalah reliabel.²³

Rumus Alpha Cronbach adalah:²⁴

$$r_{11} = \left[\frac{(k)}{(k-1)} \right] \left[\frac{(1 - \sum \sigma_1^2)}{\sigma_1^2} \right]$$

Keterangan:

r_{11} = reliabilitas instrumen

n = banyaknya butir pertanyaan atau banyaknya soal

$\sum \sigma_1^2$ = jumlah varians butir

σ_1^2 = varians total

H. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik tentu tidak terjadi korelasi di antara variabel bebas. Jika variabel bebas saling berkorelasi, maka variabel tersebut tidak membentuk variabel ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel bebas yang nilai korelasi antar sesama variabel bebas sama dengan nol. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinearitas di dalam model regresi adalah dapat dilihat dari nilai R^2 , matrik korelasi variabel-variabel bebas, dan nilai *tolerance* dan lawannya, dan *variance inflation factor* (VIF).²⁵

2. Uji Heterokedastisitas

Heteroskedastisitas adalah keadaan dimana terjadi ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi. Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya ketidaksamaan varian dari residual pada model regresi. Prasyarat yang harus

²³*Ibid.*, hal. 119-120.

²⁴*Ibid.*, hal. 123.

²⁵Masrukhin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Kudus, Kudus, 2009, hal. 180.

terpenuhi dalam model regresi adalah tidak adanya masalah heteroskedastisitas.²⁶

Heterokedastisitas diuji dengan menggunakan uji koefisien korelasi Rank Spearman yaitu mengkorelasikan antara absolut residual hasil regresi dengan semua variabel bebas. Bila signifikansi hasil korelasi lebih kecil dari 0,05 (5%) maka persamaan regresi tersebut mengandung heterokadastisitas dan sebaliknya berarti non heterokedastisitas atau homokedastisitas.

3. Uji Autokorelasi

Autokorelasi adalah keadaan di mana terjadinya korelasi antara residual pada satu pengamatan dengan pengamatan lain pada model regresi. Uji autokorelasi digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya korelasi yang terjadi antara residual pada satu pengamatan dengan pengamatan lain pada model regresi. Prasyarat yang harus terpenuhi adalah tidak adanya autokorelasi pada model regresi. Metode pengujian menggunakan uji Durbin-Watson (uji DW) dengan ketentuan sebagai berikut:²⁷

- a. Jika d lebih kecil d_l atau lebih besar dari $(4-d_l)$, maka hipotesis nol ditolak, yang berarti terdapat autokorelasi.
- b. Jika d terletak antara d_u dan $(4-d_u)$, maka hipotesis nol diterima, yang berarti tidak ada autokorelasi.
- c. Jika d terletak antara d_l dan d_u atau d_i antara $(4-d_u)$ dan $(4-d_l)$, maka tidak menghasilkan kesimpulan yang pasti.

Nilai d_u dan d_l dapat diperoleh dari tabel statistik Durbin Watson yang bergantung banyaknya observasi dan banyaknya variabel yang menjelaskan. Menurut Alhusin yang dikutip oleh Duwi Priyatno, rumus Durbin Watson adalah sebagai berikut:²⁸

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

²⁶Duwi Priyatno, *Paham Analisa Statistik Data dengan SPSS*, Cetakan 1, MediaKom, Yogyakarta, 2010, hal. 83.

²⁷*Ibid.*, hal. 87.

²⁸*Ibid.*, hal. 87.

4. Uji Normalitas

Uji Normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel terikat dan variabel bebas atau keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah distribusi data normal atau mendekati normal. Uji normalitas dimaksudkan untuk mengetahui apakah distribusi sebuah data mengikuti atau mendekati distribusi normal, yakni distribusi data yang berbentuk lonceng (*bell shaped*). Distribusi data yang baik adalah data yang mempunyai pola seperti distribusi normal, yakni distribusi data tersebut tidak mempunyai juling ke kiri atau kekanan dan keruncingan ke kiri atau ke kanan.²⁹ Metode yang digunakan untuk menguji normalitas adalah dengan menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov*. Jika nilai signifikansi dari hasil uji *Kolmogorov-Smirnov* $> 0,05$, maka terdistribusi normal dan sebaliknya terdistribusi tidak normal.

I. Metode Analisis Data

1. Analisis regresi berganda

Metode persamaan garis regresi berganda dapat menampung sejumlah n variabel pengaruh.³⁰

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

Dimana :

Y = kepuasan pengunjung

a = konstanta

b_1, b_2 = koefisien korelasi ganda

X_1 = *servicescape*

X_2 = kualitas komunikasi interpersonal

e = standar error

2. Pengujian Hipotesis

a. Uji F (Uji Simultan)

²⁹Masrukhin, *Op. Cit.*, hal. 187.

³⁰Muhammad Teguh, *Metode Kuantitatif Untuk analisis Ekonomi dan Bisnis*, Edisi Pertama, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2014, hal. 103.

Uji F digunakan untuk menguji variabel-variabel bebas secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel terikat. Pengujian ini dilakukan dengan cara membandingkan nilai F hitung dengan nilai F tabel. Apabila F hitung > F tabel dengan signifikansi di bawah 0,05 (5%) maka secara bersama-sama (simultan) variabel bebas berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat, begitu juga sebaliknya. F hitung dapat dicari dengan rumus sebagai berikut: ³¹

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

Dimana :

F = F hitung yang selanjutnya dibandingkan dengan F tabel

R = koefisien determinasi

n = jumlah sampel

k = jumlah variabel independen

Kriteria pengambilan keputusan :

Jika F hitung $\leq$ F tabel maka H_0 diterima

Jika F hitung > F tabel maka H_0 ditolak

b. Uji t (uji parsial)

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi variabel independen ($X_1, X_2, \dots, X_n$) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Y). Rumus t hitung pada analisis regresi adalah: ³²

$$t \text{ hitung} = \frac{b_i}{S_{b_i}}$$

Keterangan:

b_i = koefisien variabel i

S_{b_i} = standar error variabel i

Hasil uji t dapat dilihat pada output *Coefficients* dari hasil analisis regresi *linier* berganda di atas.

Rumusan hipotesisnya:

³¹Duwi Priyatno, *Op. Cit.*, hal. 67.

³²*Ibid.*, hal. 68.

Ho: secara parsial tidak ada pengaruh antara variabel X terhadap Y

Ha: secara parsial ada pengaruh antara variabel X terhadap Y

Kriteria pengambilan keputusan:

Ho diterima Jika $-t_{\text{tabel}} \leq t_{\text{hitung}} \leq t_{\text{tabel}}$

Ho ditolak jika $-t_{\text{hitung}} < -t_{\text{tabel}}$ atau $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$.³³

³³*Ibid.*, hal. 69.