

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan. Penelitian lapangan (*field research*) adalah ilmu yang mempelajari memperoleh data dan informasi dari kegiatan penelitian lapangan.¹ Penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan pengalaman, menguji dan menelaah pengaruh kualitas layanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan wahana wisata Taman Ria di Demak.

2. Pendekatan Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif karena diolah secara statistik. Metode kuantitatif merupakan metode yang menekankan pada analisis data numerik yang diolah dengan metode statistik. Dengan menggunakan metode penelitian kuantitatif dan metode statistik untuk mengolah data yang diperoleh dari lapangan untuk menentukan hasil pengolahan data yang dibutuhkan.

B. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah semua elemen yang akan dipelajari. Populasi merupakan sumber data untuk studi tertentu, dan jumlah serta bidang studi tersebut banyak.² Adapun populasi dalam penelitian ini yaitu konsumen Wahana Wisata Taman Ria di Demak yang jumlah pengunjungnya tidak terhitung.³

Populasi tak terbatas mengacu pada populasi yang sumber datanya tidak dapat dibagi secara kuantitatif.

¹Supardi, *Metodologi Penelitian Ekonomi & Bisnis*, UII Press Yogyakarta, 2005, hal. 34

²Deni Darmawan *Metode Penelitian Kuantitatif*, Remaja Rosdakarya, Bandung, 2014, hal. 137

³Hasil wawancara dengan Pak Arif Kusumo (Koordinator Taman Ria Demak) pada tanggal 08 Februari 2020.

Oleh karena itu, kisaran populasi tidak terbatas dan hanya dapat dijelaskan secara kualitatif.⁴

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari ukuran dan karakteristik populasi. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *non probablistik* yaitu teknik *sampling insidental*, yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu jika seseorang yang Anda temui secara kebetulan dianggap cocok sebagai sumber data, siapa saja yang bertemu peneliti secara kebetulan / insidental Keduanya dapat digunakan sebagai sampel.⁵

Jumlah sampel yang diperoleh dengan menggunakan rumus Lemeshow pada penelitian ini dikarenakan jumlah totalnya tidak diketahui atau tidak terbatas. Berikut rumus Lemeshow⁶ yaitu:

$$n = \frac{z^2_{1-\alpha/2} P(1-P)}{d^2}$$

Keterangan :

n = Jumlah sampel

z = skor z pada kepercayaan 95 % = 1,96

p = maksimal estimasi = 0,5

d = alpha (0,10) atau sampling error = 10 %

Melalui rumus diatas, maka jumlah sampel yang akan diambil adalah :

$$\begin{aligned} n &= \frac{z^2_{1-\alpha/2} P(1-P)}{d^2} \\ n &= \frac{1,96^2 \cdot 0,5 (1-0,5)}{0,1^2} \\ n &= \frac{3,8416 \cdot 0,5}{0,01} \end{aligned}$$

⁴Burhan, *Metode Kuantitatif: Komunikasi, Ekonomi dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-ilmu Sosial lainnya*, Kencana Prenada Media Group, Jakarta, 2009, hal. 99

⁵Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis* Alfabeta, Bandung, 2004, hal. 56-73

⁶Stanley Lemeshow, David W. Hosmer J, Janeile Klar & Stephen K. Iwanga, *Besar Sampel dalam Penelitian Kesehatan*, Gajah Mada University Press, Yogyakarta, 1997, hal. 2

$$0,1$$

$$n = 96,04$$

$$n = 100$$

Oleh karena itu jika berdasarkan rumus tersebut diperoleh n sebesar $96,04 = 100$ orang. Oleh karena itu dalam penelitian ini minimal penulis harus memperoleh data dari sampel minimal 100 pengunjung.

C. Identifikasi Variabel

Variabel penelitian pada dasarnya adalah segala sesuatu yang di dalamnya peneliti menentukan bentuk yang akan diteliti untuk memperoleh informasi tentangnya dan kemudian menarik kesimpulan. Berdasarkan keterkaitan antara satu variabel dengan variabel lainnya maka jenis variabel dalam penelitian dibedakan menjadi:

1. Variabel Dependen

Variabel ini biasanya disebut output, kriteria, variabel hasil. Dalam bahasa Indonesia biasa disebut dengan variabel dependen. Variabel terikat adalah variabel yang terpengaruh atau menjadi hasil akibat variabel bebas. Dalam penelitian ini variabel terikatnya adalah kepuasan konsumen (Y).

2. Variabel Independen

Variabel ini biasa disebut variabel *stimulus*, *variabel prediktor*, *anteseden*. Dalam bahasa Indonesia sering disebut dengan variabel independen. Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau menyebabkan perubahan atau munculnya variabel terikat (variabel terikat). Dalam penelitian ini variabel bebasnya adalah kualitas pelayanan (X1) dan harga (X2).⁷

D. Variabel Operasional

Setelah ditentukan dan diklarifikasi, variabel perlu didefinisikan sebagai dapat ditindaklanjuti. Definisi operasi

⁷Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis Alfabeta*, Bandung, 2004, hal.

didasarkan pada definisi atribut yang diamati.⁸ Definisi operasional dalam penelitian ini antara lain:

Tabel 3.1

No.	Variabel	Definisi operasional	Dimensi	Indikator	Skala
1	Kualitas Pelayanan	sebagai sesuatu yang secara konsisten memenuhi atau melampaui harapan pelanggan. ⁹	1. <i>Tangibles</i> 2. <i>Reliability</i> 3. <i>Responsiveness</i> 4. <i>Assurance</i> 5. <i>Empathy</i>	1. Fasilitas fisik 2. Karyawan 1. Akurat 2. Terpercaya 1. Ketepatan 2. Kecepatan 1. Keamanan 2. Kompetensi 3. Kesopanan 1. Akses mudah 2. Komunikasi yang baik serta Pemahaman Pelanggan	<i>Iike rt</i>
2	Harga	Satuan moneter atau ukuran lainnya (termasu	Nilai (<i>Value</i>)	1. keterjangkauan harga 2. kesesuaian harga dengan	<i>Iike rt</i>

⁸Marzuki, *Metodologo Riset Panduan Penelitian Bidang Bisnis dan Sosial*, Ekonisia, Yogyakarta, 2005, hal 45

⁹Christopher, Lovelock, et.al., *Pemasaran Jasa*, Gelora Aksara Pratama, Jilid 2 Edisi ketujuh, Jakarta, 2011, hal. 154

		k barang dan jasa lainnya) yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang atau jasa. ¹⁰		<p>kualitas produk</p> <p>3. Kesesuaian harga dengan manfaat</p> <p>4. Harga bersaing</p>	
3	Kepuasan Pelanggan	Kondisi terpenuhinya kebutuhan, keinginan dan harapan konsumen terhadap sebuah produk atau jasa. ¹¹		<p>1. Kualitas Produk</p> <p>2. Harga</p> <p>3. Kualitas Pelayanan</p> <p>4. Faktor emosional</p> <p>5. Biaya dan kemudahan</p>	<i>like rt</i>

Sumber : Definisi Operasional diolah tahun 2020

¹⁰Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, Andi, Yogyakarta, 2000, hal. 151

¹¹Vinna Sri Yuniarti, *Perilaku Konsumen Teori dan Praktik*, Pustaka Setia, Bandung, 2015, hal. 233

E. Teknik Pengumpulan Data

Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

1. Kuesioner (Angket)

Teknik angket (kuesioner) merupakan suatu pengumpulan data dengan memberikan atau menyebarkan daftar pertanyaan/pernyataan kepada responden dengan harapan memberikan respon atas daftar pernyataan tersebut.¹² Dalam hal ini, responden adalah pelanggan Taman ria yang berjumlah tak terhingga.

Bentuk kuesioner yang digunakan adalah kuesioner tertutup yaitu kuesioner yang memberikan jawaban, responden hanya perlu memilih salah satu alternatif jawaban yang telah disediakan. Dalam penelitian ini kuesioner disusun dalam bentuk penilaian skala pemahaman. Berisi pertanyaan atau pernyataan tentang teori kualitas layanan dan harga tentang kepuasan pelanggan, serta referensi jawaban dengan bobot berbeda.

Model skala kuesioner ini adalah model *Likert*. Skala *Likert* adalah skala yang dapat dipergunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang mengenai suatu gejala atau fenomena. Dalam skala *Likert* terdapat dua bentuk pertanyaan, yaitu pertanyaan positif (*favourable*) yang berfungsi untuk mengukur sikap positif, dan bentuk pernyataan negatif (*unfavourable*) yang berfungsi untuk mengukur sikap negatif objek sikap. Skala ini pada dasarnya memperoleh data kualitatif yang dikuantitatifkan. Adapun pemberian bobot yang ditetapkan adalah sebagai berikut:¹³

¹²Husein Umar, *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2000, hal. 49

¹³Riduwan, *Skala Pengukuran Variabel-variabel Penelitian*, Alfabeta, Bandung, 2005, hal. 12

Tabel 3.2
Tabel Penilaian

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

Sumber : Data Penilaian diolah tahun 2020

2. Observasi

Observasi adalah suatu metode dan teknik pengumpulan data dengan mengamati dan mencatat secara sistematis gejala atau fenomena yang ada pada objek penelitian.¹⁴ Dibandingkan dengan teknik lain (yaitu wawancara dan survei kuesioner), observasi sebagai teknik pengumpulan data memiliki karakteristik yang spesifik. Jika wawancara dan kuesioner selalu berkomunikasi dengan manusia, maka observasi tidak terbatas pada manusia, tetapi juga objek alam lainnya.¹⁵ Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik pengumpulan data observasi untuk memperoleh informasi tentang perilaku narasumber dan untuk memperoleh data tentang perusahaan jasa Wahana Wisata Taman Ria di Demak.

3. Dokumentasi

Untuk memperoleh informasi lain dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode dokumen untuk mengumpulkan data berupa warisan tertulis, seperti arsip, baik buku teori, pendapat, argumen atau hukum, dan buku lain yang berkaitan dengan masalah penelitian.¹⁶ Metode ini digunakan untuk memperoleh data tentang perusahaan jasa Wahana Wisata Taman Ria di Demak.

¹⁴Muhammad Teguh, *Metode Penelitian Ekonomi: Teori dan Aplikasi*, GrafindoPersada, Jakarta, hal. 58

¹⁵Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis Alfabeta*, Bandung, 2004, hal. 33, hal 145

¹⁶Syaifudin Azwar, *Metode Penelitian*, Pustaka Pelajar, Yogyakarta, 1997, hal. 191

F. Teknik Analisis Data

1. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

Untuk memastikan bahwa instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah alat ukur yang andal digunakan dua jenis tes yaitu uji validitas dan uji reliabilitas.

a. Uji Validitas

Uji validitas merupakan suatu pengukuran yang menunjukkan tingkat keefektifan atau keefektifan suatu alat ukur. Alat yang efektif atau efektif memiliki efektivitas yang tinggi. Validitas disini mengacu pada kuesioner atau kuesioner yang digunakan untuk mengungkap isi kuesioner survei. Untuk menguji keefektifan alat dapat dilakukan dengan cara mengkorelasikan skor antara soal dengan skor variabel total.¹⁷ Uji validitas ditentukan dengan mengkorelasikan skor yang diperoleh untuk setiap pertanyaan atau pernyataan dengan skor total. Selain itu, nilai r dihitung dibandingkan dengan nilai r dalam table pada alfa tertentu maka berarti signifikansi sehingga disimpulkan bahwa butir pertanyaan atau pernyataan itu valid.¹⁸

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas pada dasarnya adalah sejauh mana hasil suatu pengukuran dapat dipercaya. Hasil pengukuran dapat dipercaya hanya apabila dalam beberapa kali pelaksanaan pengukuran terhadap kelompok obyek yang sama diperoleh hasil yang relative sama.¹⁹ Dalam penelitian ini uji reliabilitas alat ukur yang digunakan adalah aplikasi Cronbach Alpha SPSS (Statistical Products and Service Solutions). Tes ini membantu untuk memahami apakah pengukuran yang dilakukan dapat diandalkan. Gunakan rumus

¹⁷Suharsimi Arikuntoro, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*, Rineka Cipta, Jakarta, 2014, hal. 201

¹⁸Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program SPSS*, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang, 2006, hal. 49

¹⁹Suliyanto, *Metode Riset Bisnis*, Andi, Yogyakarta, hal. 100

Cronbach Alpha > 0,60 untuk pengujian reliabilitas. Jika Anda menggunakan r hitung dan r tabel, maka ukurlah reliabilitas datanya, jika:

- 1) $r_{hitung} > r_{tabel}$, data reliabel
- 2) $r_{hitung} < r_{tabel}$, data tidak reliabel²⁰

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas dirancang untuk menguji apakah terdapat korelasi antar variabel independen dalam suatu model regresi. Model regresi yang baik seharusnya tidak memiliki korelasi antar variabel independen. Jika variabel independen terkait, variabel ini tidak ortogonal. Variabel ortogonal merupakan variabel bebas, dan nilai korelasi antar variabel bebas sama dengan nol.²¹

Uji multikolinieritas menunjukkan variabel bebas mana yang dijelaskan oleh variabel bebas lainnya.

Ketika ada hubungan linier antara variabel independen yang terlibat dalam model, asosiasi multikolinom terjadi. Untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinieritas adalah dengan menganalisis matriks korelasi dari variabel-variabel bebas. Jika variabel independen memiliki korelasi yang cukup tinggi (biasanya lebih tinggi dari 0,90), hal ini menandakan adanya multikolinieritas.

Multikolinieritas juga dapat dilihat dari nilai toleransi dan faktor inflasi varians (VIF). Kedua ukuran tersebut menunjukkan variabel independen mana yang dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Nilai cutoff yang umum digunakan adalah nilai toleransi <0.10 atau sama dengan nilai VIF > 10. Oleh karena itu, nilai toleransi data yang tidak terpapar

²⁰Masrukhin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, Badan Penerbit STAIN Kudus, Kudus, t.th, hal. 171-172

²¹Masrukhin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, Badan Penerbit STAIN Kudus, Kudus, t.th, hal. 180

multikolinieritas kurang dari 0,10 atau nilai VIF lebih besar dari 10.²²

b. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi merupakan salah satu asumsi model regresi linier klasik. Autokorelasi sendiri dapat diartikan sebagai korelasi antara rangkaian observasi yang diurutkan dalam time series atau space (seperti data lintas sektoral atau cross section). Uji autokorelasi digunakan untuk menguji ada tidaknya korelasi antara kesalahan konfusi periode t dan kesalahan periode $t-1$ (sebelumnya) pada model regresi dalam persamaan regresi linier.²³

Jika ada korelasi, maka ini adalah masalah autokorelasi. Pada penelitian ini nilai Durbin-Watson diuji dengan melihat tabel DW pada lampiran untuk mendiagnosis apakah terdapat autokorelasi pada model regresi.

Kriteria keputusan ada tidaknya autokorelasi adalah sebagai berikut:

- 1) Jika nilai DW berada diantara batas atas (du) dan ($4du$) maka koefisien autokorelasi bernilai nol yang berarti tidak terdapat autokorelasi.
- 2) Jika nilai DW kurang dari batas bawah (dI) maka koefisien autokorelasi lebih besar dari nol yang berarti terjadi autokorelasi.
- 3) Jika nilai DW lebih besar dari $4-dI$ maka koefisien autokorelasi kurang dari nol yang berarti terdapat autokorelasi negatif.
- 4) Jika nilai DW berada di antara batas atas (du) dan batas bawah (dI) atau DW antara ($4-du$) dan ($4-dI$), tidak ada hasil yang dapat diperoleh.²⁴

²²Imam Ghozali, Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program SPSS*, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang, 2011, hal. 105-106

²³Imam Ghozali, Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program SPSS*, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang, 2011, hal. 110

²⁴Masrukhin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, Badan Penerbit STAIN Kudus, Kudus, t.th, hal. 184

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji ada tidaknya varians yang tidak merata pada residual dari satu pengamatan ke pengamatan lainnya dalam model regresi. Jika varian residual dari satu pengamatan ke pengamatan lainnya konstan maka disebut homoskedastisitas, jika berbeda disebut heteroskedastisitas.

Keputusan didasarkan pada standar pengujian berikut:

- 1) Jika terdapat pola tertentu, seperti titik-titik yang membentuk pola beraturan (berbentuk gelombang, melebar kemudian menyempit), berarti telah terjadi heteroskedastisitas.
- 2) Jika tidak ada titik yang jelas, dan titik tersebut didistribusikan di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, tidak ada heteroskedastisitas.²⁵

d. Uji Normalitas

Dalam penelitian ini dilakukan uji normalitas untuk menguji apakah variabel dependen dan model regresi variabel independen mempunyai distribusi data yang normal. Model regresi yang baik adalah data yang berdistribusi normal atau mendekati berdistribusi normal.²⁶

Salah satu cara termudah untuk mengamati normalitas melibatkan histogram yang membandingkan data yang diamati dengan distribusi yang mendekati distribusi normal. Namun, hanya dengan melihat histogram bisa menyesatkan, terutama untuk sampel kecil. Metode yang lebih dapat diandalkan adalah dengan melihat plot probabilitas normal, yang membandingkan distribusi kumulatif dari data aktual dengan distribusi kumulatif dengan distribusi normal. Distribusi normal akan membentuk

²⁵Imam Ghozali, Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program SPSS*, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang, hal. 139

²⁶Masrukhin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, Badan Penerbit STAIN Kudus, Kudus, t.th, hal 187-192

garis diagonal lurus dan membandingkan data gambar dengan garis normal, maka garis yang menggambarkan data sesungguhnya akan mengikuti garis diagonalnya.²⁷

3. Analisis Data

a. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis linier berganda adalah hubungan linier antara dua atau lebih variabel bebas (X_1 , X_2) dan variabel terikat (Y). Analisis ini digunakan untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dan variabel dependen, terlepas dari apakah masing-masing variabel independen memiliki hubungan positif atau negatif.²⁸

Dalam penelitian ini, rumus persamaan regresi linier berganda digunakan untuk menganalisis data. Bentuk persamaan garis regresi linier berganda adalah sebagai berikut:

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

Dimana :

X_1 : Kualitas pelayanan

X_2 : Harga

Y : Kepuasan pelanggan

a : Konstanta

b_1 : Koefisien regresi antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan

b_2 : Koefisien regresi antara harga terhadap kepuasan pelanggan

e : Error²⁹

²⁷Imam Ghozali, Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program SPSS*, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang, hal. 160-161

²⁸Duwi Priyatno, *Paham Analisa Statistik dengan data SPSS*, Mediakom, Yogyakarta, 2010, hal. 61

²⁹Iqbal Hasan, *Pokok-Pokok Materi Statistik*, Edisi 2, Bumi Aksara, Jakarta, 2003, hal. 296

b. Uji Regresi secara Parsial (Uji t)

Pengujian ini digunakan untuk mengetahui apakah model regresi variabel bebas (X_1 X_2) berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat (Y).

Pengujian ini dilakukan dengan membandingkan nilai T_{hitung} dengan nilai T_{tabel} , dengan ketentuan sebagai berikut :

- 1) Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $-t_{hitung} < -t_{tabel}$ dan nilai signifikansi < 0.05 , maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya variabel kualitas pelayanan (X_1) dan harga (X_2) secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan (Y).
- 2) Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau $-t_{hitung} > -t_{tabel}$ dan nilai signifikansi $> 0,05$, maka, variabel kualitas pelayanan (X_1) dan harga (X_2) tidak berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen (Y).³⁰

c. Uji Koefisien Regresi Secara Bersama-sama (Uji f)

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen (X_1 , X_2) secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen (Y). Pengujian ini dilakukan dengan membandingkan nilai F_{hitung} dengan F_{tabel} , dengan ketentuan sebagai berikut :

- 1) Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.
- 2) Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

Standar pengujiannya adalah sebagai berikut:

- 1) Tingkat signifikansi = 0,05 (\approx 5%)
- 2) Derajat kebebasan (*degree of freedom*) $df=n-k$
- 3) F_{tabel} , nilainya berasal dari tabel alokasi F .³¹

d. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien ini menunjukkan bahwa persentase perubahan variabel independen yang digunakan

³⁰Duwi Priyatno, *Paham Analisa Statistik dengan data SPSS*, Mediakom, Yogyakarta, 2010, hal. 68-69

³¹Duwi Priyatno, *Paham Analisa Statistik dengan data SPSS*, Mediakom, Yogyakarta, 2010, hal. 67

dalam model dapat menjelaskan variabel dependen. R^2 sama dengan 0 (noI), sehingga perubahan variabel independen yang digunakan dalam model tidak dapat menjelaskan perubahan variabel dependen sedikit pun. Sebaliknya, R^2 sama dengan 1, sehingga perubahan variabel independen yang digunakan dalam model menjelaskan 100% perubahan variabel dependen.³²



³²Duwi Priyatno, *Paham Analisa Statistik dengan data SPSS*, Mediakom, Yogyakarta, 2010, hal. 66