

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Objek yang akan dijadikan responden dalam penelitian ini adalah mahasiswa FEB Universitas Lampung yang pernah berkunjung di tempat wisata *Lembah Hijau*.

3.2 Gambaran Umum Tempat Wisata *Lembah Hijau*

Adanya kebutuhan dan minat wisatawan akan keberadaan tempat hiburan khususnya di Bandar Lampung mempengaruhi pengusaha untuk membuat suatu taman rekreasi yang sangat cocok untuk wisatawan khususnya di daerah Bandar Lampung.

Keberagaman tema tempat wisata memiliki ciri khas tersendiri bagi wisatawan, seperti halnya *Lembah Hijau* melihat peluang ini untuk melakukan suatu inovasi baru dengan memberikan suatu Hiburan Wisata yang bertemakan alam, satwa serta dengan kesejukan udara yang masih alami.

Tempat Wisata *Lembah Hijau* didirikan dan resmi pada tanggal 17 April 2007, terletak di Kecamatan Sukadanaham, Tanjung Karang Barat Kota Bandar Lampung *Lembah Hijau* menawarkan berbagai macam fasilitas hiburan yang ditunjukan untuk keluarga yang menginginkan tempat wisata dengan suasana alam dan merasakan

kesejukan udara secara alami. Fasilitas yang di tawarkan *Lembah Hijau* meliputi *water boom, child play ground, outbound, cinema 4D*, Rumah Hantu, arena permainan umum seperti komedi putar, *boom-boom car*, dan kereta berputar. Seperti halnya tempat wisata yang modern *Lembah Hijau* menawarkan beberapa fasilitas penunjang kenyamanan wisatawan seperti *food court, dan cottage* sebagai tempat wisata kuliner dan tempat penginapan untuk menjamin kenyamanan wisatawan.

3.3 Jenis dan Pendekatan Penelitian

Adapun jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- **Data Kuantitatif**

Merupakan data yang diperoleh dari perusahaan yang dapat dibuktikan dengan angka-angka yang akan diolah dan dianalisa sesuai dengan metode analisis yang digunakan sehingga dapat terlihat hasilnya.

- **Data Kualitatif**

Merupakan data yang bukan angka, yang sifatnya tidak dapat dihitung berupa informasi atau penjelasan yang didasarkan pada pendekatan teoritis dan penilaian logis, dan juga penilaian menggunakan skor.

Data yang diambil dari penelitian ini terbagi dalam data primer yang bersumber dari jawaban responden setelah mengisi kuesioner. Data sekunder diperoleh dari data yang berasal pengunjung tempat wisata *Lembah Hijau*. Jenis penelitian dalam skripsi ini menggunakan penelitian survei. Penelitian survei adalah penelitian yang mengambil sampel dari satu populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data

yang pokok. Penelitian survei yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian survei yang bersifat penjelasan yaitu penelitian yang menjelaskan hubungan kausal antara variabel - variabel melalui pengujian hipotesa.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Metode yang dilakukan dalam pengumpulan data dalam skripsi ini adalah :

1. Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data dengan memberikan atau menyebarkan daftar pertanyaan kepada responden dengan harapan responden akan memberikan respon terkait atas daftar pertanyaan dari kuesioner tersebut.

2. Studi Kepustakaan

Studi kepustakaan yaitu pengumpulan data atau informasi dengan menggunakan buku-buku yang berhubungan dengan penelitian dan bertujuan untuk menemukan teori, konsep, dan variabel lain yang dapat mendukung penelitian. Di dalam metode studi pustaka ini, peneliti mencari data melalui referensi - referensi, jurnal dan artikel di internet.

3.5 Populasi dan Sampel

3.5.1 Populasi

Menurut Ferdinand (2006) populasi adalah gabungan dari seluruh elemen yang terbentuk peristiwa. Hal atau orang yang memiliki karakteristik yang serupa yang menjadi pusat perhatian seorang peneliti karena itu dipandang sebagai sebuah semesta penelitian. Dalam penelitian ini, populasi penelitian yang digunakan adalah Mahasiswa Strata Satu (S1) FEB Universitas Lampung dan jumlah populasinya sebesar 1.771 orang (*Borang Institusi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung 2014*).

3.5.2 Sampel

Sampel adalah subset dari populasi, terdiri dari beberapa anggota populasi. Subset ini diambil karena dalam banyak kasus tidak mungkin kita meneliti seluruh anggota populasi, oleh karena itu kita membentuk sebuah perwakilan yang disebut sampel (Ferdinand, 2006).

Hair (2006) menyarankan bahwa jumlah sampel penelitian yang tidak diketahui jumlah populasi pastinya, minimal berjumlah lima kali variabel yang di analisa atau indikator. Indikator dari penelitian ini berjumlah 13, maka diperoleh hasil perhitungan sampel sebagai berikut.

$$\text{Jumlah sampel} = 5 \times 13 = 65 \text{ sampel}$$

Hair (2006) menyarankan bahwa penelitian yang akan diolah dengan menggunakan regresi linier berganda, jumlah sampel minimum 50 responden dan lebih disarankan

100 responden bagi kebanyakan situasi penelitian. Sehingga dalam penelitian ini, peneliti menentukan jumlah sampel 100 orang.

3.6 Teknik Pengambilan Sampel

Teknik yang digunakan pada sampel penelitian ini adalah metode *non probability sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel dengan tidak memberikan kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel dan menggunakan teknik *purposive sampling*. Melalui metode ini peneliti memiliki keuntungan dalam menentukan sampel secara cepat, mudah dan relevan.

Menurut Sugiyono (2008), *purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Sehingga data yang diperoleh lebih representatif dengan melakukan proses penelitian yang kompeten dibidangnya.

Sampel yang dipilih secara cermat dengan mengambil objek penelitian yang selektif dan mempunyai ciri-ciri spesifik dan mempunyai kriteria sebagai berikut:

1. Responden adalah mahasiswa FEB Universitas Lampung
2. Responden yang pernah melakukan kunjungan minimal satu kali ke *Lembah Hijau*

Hijau

3.7 Identifikasi Operasional Variabel

Variabel pada umumnya dikategorikan menjadi dua macam, yaitu :

1. Variabel Bebas (Independen)

Tipe variabel yang menjelaskan atau mempengaruhi variabel lain. Variabel independen dalam penelitian ini adalah dimensi bauran promosi yang terdiri dari periklanan (*advertising*), promosi penjualan (*sales promotion*) dan hubungan masyarakat (*public relations*).

2. Variabel Terikat (Dependen)

Variabel terikat adalah tipe variabel yang dijelaskan atau dipengaruhi oleh variabel independen. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah keputusan wisatawan.

3.8 Definisi Operasional Variabel

Definisi Operasional Variabel adalah penarikan batasan yang lebih menjelaskan ciri-ciri spesifik yang lebih substantif dari suatu konsep. Tujuannya agar dapat mencapai suatu alat ukur yang sesuai dengan hakikat variabel yang sudah di definisikan konsepnya, maka peneliti harus memasukkan proses atau operasionalnya alat ukur yang akan digunakan untuk kuantifikasi gejala atau variabel yang ditelitinya.

Tabel 3.1 Operasional Variabel Penelitian

Variabel	Sub Variabel	Definisi	Indikator	Skala
Bauran Promosi (X)	Periklanan (X1)	Semua bentuk terbayar atas presentasi non pribadi dan promosi ide, barang, atau jasa oleh sponsor yang jelas (Kotler, 2009)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tujuan (<i>Mission</i>) yang disampaikan 2. Pesan (<i>Message</i>) yang disampaikan harus sesuai dengan konten yang ditawarkan 3. Media iklan (<i>Media</i>) berupa media cetak dan elektronik (Kotler, 2009) 	Likert
	Promosi Penjualan (X2)	Bahan inti dalam kampanye pemasaran, terdiri dari koleksi alat insentif, sebagian besar jangka pendek, yang dirancang untuk menstimulasi pembelian yang lebih cepat atau besar atas produk atau jasa tertentu oleh konsumen atau pedagang. (Kotler, 2009)	<ol style="list-style-type: none"> 4. Frekuensi promosi penjualan yang dilakukan dalam periode waktu 5. Kualitas promosi penjualan yang dilakukan perusahaan 6. Ketepatan sasaran sasaran promosi penjualan yang dilakukan perusahaan (Kotler, 2009) 	Likert
	Hubungan Masyarakat (X3)	Semua kelompok yang memiliki minat aktual atau potensial atau mempengaruhi kemampuan perusahaan untuk mencapai tujuannya (Kotler, 2009)	<ol style="list-style-type: none"> 7. Berita (kemudahan dalam mengakses informasi perusahaan) 8. Kegiatan (terkait adanya kegiatan yang dilakukan perusahaan) 9. Identitas perusahaan (ciri khas atau citra perusahaan) (Kotler, 2009) 	Likert

Diadopsi dari Kotler (2009).

Variabel	Sub Variabel	Definisi	Indikator	Skala
Keputusan Wisatawan (Y)	Keputusan Wisatawan (Y)	proses psikologis dasar yang memainkan peranan penting dalam memahami bagaimana konsumen secara aktual mengambil keputusan pembelian (Kotler dan Keller (2007)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kemantapan akan sebuah produk 2. Kebiasaan dalam membeli produk 3. Melakukan rekomendasi kepada orang lain 4. Melakukan pembelian ulang (Kotler, 2009) 	Likert

Diadopsi dari Kotler (2009).

Metode yang digunakan adalah metode dengan skala likert, dengan memberikan pilihan jawaban untuk satu pertanyaan, skor tersebut antara satu sampai lima, yaitu :

5. Sangat Setuju

4. Setuju

3. Netral

2. Tidak Setuju

1. Sangat tidak setuju

Sampel yang digunakan merupakan mahasiswa FEB Universitas Lampung yang sudah melakukan kunjungan ke *Lembah Hijau* minimal satu kali.

3.9 Model Analisis Data

Agar tujuan penelitian dapat tercapai maka penelitian ini diuji dengan menggunakan analisis kuantitatif uji statistika sebagai sarana untuk menganalisa data yang telah diperoleh. Untuk mempermudah dalam analisis data maka peneliti menggunakan pengolah data SPSS. Analisis data dalam penelitian ini dimulai dengan menguji validitas dan reliabilitas instrumen penelitian, yang berupa poin-poin pertanyaan dalam kuesioner. Setelah itu analisis dilanjutkan dengan menggunakan uji regresi linier berganda.

3.10 Uji Validitas

Suatu instrumen dikatakan valid jika instrumen tersebut mengukur apa yang seharusnya diukur. Uji validitas instrumen dilakukan dengan menguji validitas konstruk melalui penggunaan analisis faktor. Validitas konstruk menunjukkan seberapa valid hasil yang diperoleh dari penggunaan suatu pengukur atau indikator sesuai dengan konsep teori yang digunakan.

3.11 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah pengujian untuk mengukur kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Suatu kuesioner dapat dikatakan reliabel atau handal jika jawaban terhadap pertanyaan menghasilkan jawaban yang konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Pengukuran reliabilitas dalam penelitian ini dengan cara *one shot* (pengukuran sekali saja). Pengukuran hanya dilakukan dengan pertanyaan lain mengukur korelasi antar jawaban pertanyaan. Suatu variabel dikatakan reliabel jika nilai *cronbach Alpha* $> 0,70$ (Hair, 2009)

3.12 Analisis kuantitatif

3.12.1 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda adalah hubungan secara linear antara dua atau lebih variabel independen (X_1, X_2, \dots, X_n) dengan variabel dependen (Y). Analisis ini untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen apakah masing-masing variabel independen berhubungan positif atau negatif dan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan. Data yang digunakan biasanya berskala interval atau rasio.

Persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

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

Keterangan:

Y	=	Keputusan Wisatawan
X1	=	Periklanan
X2	=	Promosi Penjualan
X3	=	Hubungan Masyarakat
$b_1 - b_3$	=	koefisien regresi variabel bauran promosi
a	=	konstanta
ε	=	<i>Error</i>

1. Uji Signifikansi Parsial (Uji – t)

Uji-t menentukan seberapa besar pengaruh variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat.

$$H_0 : b_1 = b_2 = b_3 = 0$$

Artinya secara parsial tidak terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari variabel (X_1, X_2, X_3) yaitu berupa periklanan, promosi penjualan dan hubungan masyarakat terhadap keputusan wisatawan yaitu variabel terikat (Y).

$$H_a : b_1, b_2, b_3 \neq 0$$

Artinya secara parsial terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari variabel (X_1, X_2, X_3) yaitu berupa periklanan, promosi penjualan dan hubungan masyarakat terhadap keputusan wisatawan yaitu variabel terikat (Y). kriteria pengambilan

keputusan : H_0 diterima jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, pada $\alpha = 5\%$

H_a ditolak jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, pada $\alpha = 5\%$

2. Uji Signifikansi Simultan (Uji – F)

Uji-F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel yang di masukan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat.

$$H_0 : b_1 = b_2 = b_3 = 0$$

Artinya secara bersama-sama tidak terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari variabel (X_1, X_2, X_3) yaitu bauran promosi terhadap keputusan wisatawan pada variabel terikat (Y).

$$H_a : b_1 \neq b_2 \neq b_3 \neq 0$$

Artinya secara bersama-sama terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari variabel (X_1, X_2, X_3) yaitu berupa bauran promosi terhadap keputusan wisatawan yaitu pada variabel terikat (Y). kriteria pengambilan keputusan :

H_0 diterima jika t hitung $<$ F tabel, pada $\alpha = 5 \%$

H_a ditolak jika t hitung $<$ F tabel, pada $\alpha = 5 \%$

3. Koefisien determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali, 2013).