BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Kampoeg Wisata Tabek Indah Resort yang beralamat di Jalan Raya Natar, Desa Serbajadi Pemanggilan, Kecamatan Natar, Kabupaten Lampung Selatan.

3.2 Jenis dan Sumber Data

Data yang dikumpulkan harus dapat dibuktikan kebenarannya, tepat waktu, sesuai, dan dapat memberikan gambaran yang menyeluruh. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Data Kuantitatif, yaitu data dalam bentuk angka atau bilangan yang dapat dihitung. Data kuantitatif diperoleh dari perhitungan kuesioner yang akan disebarkan yang berhubungan dengan masalah yang teliti.
2. Data Kualitatif, yaitu data yang berbentuk kata-kata, bukan dalam bentuk angka-angka. Data kualitatif diperoleh melelui analisis dokumen dan observasi hal-hal yang berhubungan dengan masalah yang diteliti.

3.3 Populasi dan sampel

Selanjutnya untuk melaksanakan penelitian ditentukan populasi untuk kemudian diambil sampel.

- Populasi

  Populasi menurut Sugiyono (2012:115) adalah wilayah generaliasasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengunjung yang sudah pernah datang ke Kampung Wisata Tabek Indah Resort dan pengunjung yang sedang mengunjungi Kampung Wisata Tabek Indah Resort yang tidak terbatas jumlahnya.

- Sampel

  Teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *non-probability sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel dengan tidak memberikan kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Menggunakan metode *purposive sampling*, yaitu teknik pemilihan sampel berdasarkan cirri-ciri khusus yang dimiliki sampel yang dipertimbangkan memiliki hubungan yang erat dengan ciri-ciri populasi (Sugihono 2012:118). Teknik ini dipilih karena dirasa cocok dengan pemilihan sampel, yaitu responden yang memiliki kriteria tertentu untuk dipilih menjadi sampel penelitian. Adapun kriteria responden dalam sampelnya adalah sebagai berikut :

- Pengunjung yang sedang berada di lokasi Kampung Wisata Tabek Indah Resort pada saat pengambilan sampel.
- Orang yang tidak sedang berada di lokasi Kampung Wisata Tabek Indah Resort tapi minimal sudah pernah datang satu kali berkunjung ke Kampung Wisata Tabek Indah Resort.

Hair et. all. (2006) menyarankan bahwa jumlah sampel penelitian yang tidak diketahui jumlah populasi pastinya, minimal berjumlah lima kali variabel yang dianalisa atau indikator pertanyaan. Jumlah indikator pertanyaan dari variabel dalam penelitian ini berjumlah 21. Maka diperoleh hasil perhitungan sampel sebagai berikut:

Jumlah sampel = 5 x indikator variabel

= 5 x 21 indikator variabel

= 105 sampel

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang penulis gunakan dalam usaha untuk memperoleh data yang diperlukan dalam penelitian ini, yaitu:

1. Penelitian Pustaka (*Library research*), yaitu pengumpulan data teoritis dengan cara menelaah berbagai literatur, jurnal, penelitian terdahulu, dan bahan pustaka lainnya yang berkaitan dengan masalah yang sedang diteliti.
2. Penelitian lapangan (*Field research*), yaitu dengan cara:
   - Wawancara dan Observasi

     Pengumpulan data dengan melakukan wawancara langsung dengan

pihak pengelola serta melihat dan merasakan langsung suasana Kampoeng Wisata Tabek Indah Resort.

- Kuesioner

  Pengumpulan data dengan cara memberikan daftar isian kepada responden secara langsung.

3.5 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

3.5.1 Variabel Penelitian

Variabel menurut Sugiyono (2012:59) adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek, atau kegiatan yang mempunyai variasi yang tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Penelitian ini menggunakan dua variabel, yaitu:

1. Variabel Independen

   Variabel independen menurut Sugiyono (2012:59) adalah variabel yang mempengaruhi suatu yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terkait). Variabel independen dalam penelitian ini dilambangkan dengan huruf X, yaitu bauran pemasaran jasa yang terdiri dari *Product* (X_1), *Price* (X_2), *Place* (X_3), *Promotion* (X_4), *People* (X_5), *Physical Evidence* (X_6), dan *Process* (X_7).

2. Variabel Dependen

   Variabel dependen menurut Sugiyono (2012:59) merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel independen

(bebas). Variabel dependen dalam penelitia ini dilambangkan dengan huruf Y, yaitu kepuasan pengunjung.

3.5.2 Definisi Operasional

Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel X dan Y

Variabel Penelitian	Sub Variabel	Indikator	Skala
Bauran Pemasaran Jasa (X) Zeithaml and Bitner (2001: 18) yang dikutip oleh Hurriyati (2010:48) bauran pemasaran jasa adalah elemen-eleman organisasi perusahaan yang dapat dikontrol oleh perusahaan dalam melakukan komunikasi dengan konsumen dan akan dipakai untuk memuaskan konsumen.	1. *Product* (Produk) Menurut Kotler (2000: 428) yang dikutip oleh Hurriyati (2010:50) menyatakan bahwa definisi produk jasa ialah segala sesuatu yang dapat ditawarkan produsen untuk diperhatikan, diminta, dicari, dibeli, digunakan atau dikonsumsi pasar sebagai pemenuhan kebutuhan atau keinginan pasar yang bersangkutan.	- Paket jasa produk yang ditawarkan bervariatif - Layanan atas produk dinilai baik (kebersihan, kerapihan, persiapan, dan kesesuaian jaminan paket layanan) - Produk berbeda dengan pesaing	Ordinal
	2. *Price* (Harga) Menurut Zeithaml dan Bitner (2000: 436) yang dikutip oleh Hurriyati (2010: 52) harga merupakan jumlah uang yang harus dibayar oleh pelanggan untuk memperoleh produk atau jasa.	- Harga produk sesuai dengan kualitas - Harga produk terjangkau - Adanya diskon harga	Ordinal
	3. *Place* (Tempat) Menurut Hurriyati (2010: 55) untuk produk industi jasa, *place* diartikan sebagai tempat pelayanan jasa.	- Lokasi strategis - Sarana Transportasi memadai untuk menjangkau lokasi	Ordinal
	4. *Promotion* (Promosi) Promosi menurut Alma (2004: 179) yang dikutip oleh Hurriyati (2010: 57) adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran yang merupakan aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi atau membujuk, dan/atau mengingatkan pasar sasaran atas perusahaa dan produknya agar bersedia menerima, membeli, dan loyal kepada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan.	- Produk dipublikasikan dengan menarik - Pengelola menawarkan paket promosi jasa dengan cara yang menarik - Tenaga pemasar memberikan informasi dengan jelas	Ordinal

Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel X dan Y (Lanjutan)

Variabel Penelitian	Sub Variabel	Indikator	Skala
	5. *People* (Orang) Menurut Zeithaml dan Bitner (2000: 19) yang dikutip oleh Hurriyati (2010:62), definisi orang (*people*) adalah semua pelaku yang memainkan peranan dalam penyajian jasa sehingga dapat mempengaruhi persepsi pembeli.	- Pegawai tanggap dalam melayani pertanyaan pengunjung - Pegawai memiliki pengetahuan yang baik sehingga dapan menjelaskan paket layanan produk - Pegawai bersikap ramah dan sopan	Ordinal
	6. *Physical Evidence* (Sarana Fisik) Menurut Zeithaml dan Bitner (2000: 20) yang dikutip oleh Hurriyati (2010:63**)** sarana fisik merupakan lingkungan dimana jasa diberikan dan tempat dimana perusahaa dan konsumennya berinteraksi dan semua komponen berwujud yang memfasilitasi kinerja atau komunikasi jasa.	- Kebersihan dan kerapihan lokasi terjaga dengan baik - Penampilan fisik karyawan menarik - Memiliki luas area pakir yang memadai	Ordinal
	7. *Process* (Proses) Menurut Zeithaml dan Bitner (2000: 20) yang dikutip oleh Hurriyati (2010:64) menyatakan bahwa proses ialah semua prosedur aktual, mekanisme dan aliran aktivitas yang digunakan untuk menyampaikan jasa.	- Prosedur pelayanan dalam proses kunjungan secara umum cepat - Hantaran layanan paket jasa yang dilakukan cepat	Ordinal
Kepuasan (Y) Menurut Kotler dan Keller (2009:177) adalah perasaan senag atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan.		- Layanan sesuai dengan harapan - Layanan memberi kesenangan.	Ordinal

Sumber: Literatur Penelitian

3.6 Pengukuran Instrumen Penelitian

Menurut Sugiyono (2012:86) skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Untuk mengetahui pengukuran jawaban responden pada penelitian ini yang menggunakan instrument penelitian berupa kuesioner, peneliti menggunakan metode skala Likert (*Likert's Summated Ratings*). Skala pengukuran yang digunakan dalam kuisioer adalah skala Ordinal dengan meggunakan pegukuran skala Likert dengan kriteria sebagai berikut:

Jawaban Sangat Setuju (SS)	diberi bobot 5
Jawaban Setuju (S)	diberi bobot 4
Jawaban Cukup Setuju (CS)	diberi bobot 3
Jawaban Tidak Setuju (TS)	diberi bobot 2
Jawaban Sangat Tidak Setuju (STS)	diberi bobot 1

Instrumen penelitian (kuesioner) yang baik harus memenuhi persyaratan yaitu valid dan reliabel. Untuk mengetahui validitas dan reliabilitas kuesioner perlu dilakukan pengujian atas kuesioner dengan menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas. Uji Validitas dan reliabilitas ini bertujuan untuk menguji apakah kuesioner yang disebarkan untuk mendapatkan data penelitian adalah valid dan reliabel, maka untuk itu, penulis juga akan melakukan kedua uji ini terhadap instrumen penelitian (kuesioner).

3.7 Uji Validitas dan Relibilitas

3.7.1 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu kuesioner. Kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut (Ghozali, 2006:40). Uji validitas instrument dilakukan dengan menguji validitas konstruk melalui penggunaan analisis faktor. Validitas konstruk menunjukan seberapa valid hasil yang diperoleh dari penggunaan suatu pengukur atau indikator sesuai dengan konsep teori yang digunakan. Penggunaan analisis faktor dilakukan, pertama-tama melihat nilai KMO-MSA *(Kaiser-Mayer-Olkin Measure of Sampling Adequasi)*, dan nilai signifikansi *Barlett.s Test of Sphericity* kurang dari 0,05, untuk menilai atau menguji alat ukur yang digunakan memadai. Nilai MSA menurut Sarwono (2006:208) bahwa angka MSA adalah 0-1 dengan ketentuan:

1. Jika MSA = 1 maka variabel tersebut dapat diprediksi tanpa kesalahan.
2. Jika MSA ≥ 0,5 maka variabel tersebut masih dapat diprediksi dan dianalisis lebih lanjut.
3. Jika MSA < 0,5 maka variabel tersebut tidak dapat diprediksi dan dianalisi lebih lanjut sehingga harus dibuang.

Langkah analisis faktor berikutnya, adalah melihat faktor *loading* dari masing-masing item pertanyaan atau indikator. Pengukuran uji validitas suatu konstruk dengan menggunakan analisis faktor, yaitu pembentukan skor-skor tinggi dari suatu *item* sehingga membentuk suatu konstruk yang benar dan tidak boleh termuat secara tinggi

di konstruk yang lain. Batasan skor muatan untuk analisis faktor yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut (Comrey dalam Jogiyanto, 2007:124):

Skor muatan ≤ 0,45	memiliki vaiditas konstruk rendah
Skor muatan > 0,45	memiliki vaiditas konstruk cukup
Skor muatan >0,55	memiliki vaiditas konstruk baik
Skor muatan > 0,63	memiliki vaiditas konstruk sangat baik
Skor muatan > 0,71	memiliki vaiditas konstruk memuaskan

Pengujian validitas dalam penelitian ini menggunakan bantuan program SPSS *for Windows* versi 20 dan jika suatu alat ukur mempunyai korelasi yang signifikan antara skor *item* terhadap skor totalnya maka dikatakan alat skor tersebut adalah valid (Ghozali, 2006:40).

3.7.2 Uji reliabilitas

Menurut Umar (2000:135) reliabilitas adalah suatu angka indeks untuk menunjukkan konsistensi suatu alat pengukur didalam mengukur gejala yang sama. Setiap alat ukur seharusnya memiliki kemampuan untuk memberikan hasil yang konsisten. Untuk melihat reabilitas masing-masing instrument digunakan koefisien *cornbach's alpha* ($\propto$) dengan bantuan program SPSS *for windows version 20*. Suatu instrumen dikatakan reliabel jika nilai *cornbach's alpha* ($\propto$) lebih besar dari 0,6 yang di rumuskan:

$$A = \frac{K.r}{1+(K-1).r}$$

Keterangan: A = Koefisien realibilitas r = Rata-rata korelasi antar item

K = Jumlah item reabilitas 1 = Bilangan konstanta

Pemberian interpretasi terhadap reliabilitas variabel dapat dikatakan reliabel jika koefisien variabelnya lebih dari 0.60 dan umumnya digunakan patokan sebagai berikut:

1. Reliabilitas uji coba ≥ 0.60 berarti hasil uji coba memiliki reliabilitas baik.
2. Reliabilitas uji coba < 0.60 berarti hasil uji coba memiliki reliabilitas kurang baik.

3.8 Teknik Analisis Data

Agar data yang dikumpulkan dapat dimanfaatkan, maka data tersebut diolah dan dianalisis terlebih dahulu sehingga nantinya dapat dijadikan dasar dalam pengambilan keputusan. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis kuantitatif. Menurut Ferdinand (2002:155) analisis kuantiatif adalah analisis yang digunakan terhadap data yang berwujud angka–angka dan cara pembahasannya dengan uji statistik. Analisis statistik yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda dengan menggunakan program SPSS. Rumus regresi linier berganda tersebut dapat ditulis sebagai berikut:

$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + + b_6X_6 + b_7X_7 + \varepsilon$

Keterangan :

Y = Kualitas Pelayanan

a = Konstanta

X1 = *Product*

X2 = *Price*

X3 = *Place*

X4 = *Promotion*

X5 = *People*

X6 = *Physical Evidence*

X7 = *Process*

bX = Koefisien regresi variabel Kualitas Pelayanan

ε = *Standard Error*