

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### A. Rancangan Penelitian

Dalam suatu penelitian, rancangan penelitian berfungsi untuk mempermudah peneliti dalam menyelesaikan penelitiannya dengan cepat. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan rancangan penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif yaitu suatu pendekatan yang hasil penelitiannya disajikan dalam bentuk data diskripsi dengan menggunakan angka statistik.<sup>35</sup>

Dalam penelitian ini digunakan jenis penelitian kausalitas. Penelitian kausalitas yaitu penelitian hubungan yang bersifat sebab akibat. Tujuan utamanya adalah untuk mendapat bukti hubungan sebab akibat, sehingga dapat diketahui variabel mana yang mempengaruhi dan variabel mana yang dipengaruhi.

#### B. Definisi operasional variabel

Definisi Operasional Variabel adalah pernyataan tentang definisi dan pengaruh variabel-variabel di dalam penelitian secara operasional baik berdasarkan teori yang ada maupun pengalaman empiris yang terjadi selama di lapangan. Maka peneliti membagi variabel menjadi dua yaitu:

---

<sup>35</sup>Ibnu Hajar, *Dasar-Dasar Penelitian Kuantitatif Dalam Pendidikan Metodologi* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 1996), 30.

a. Variabel Bebas (X) Produk

Variabel bebas atau independen, yaitu variabel yang menjadi sebab terjadinya perubahan pada variabel terikat (dependen). Dalam penelitian ini, variabel bebasnya adalah produk:

- a. Produk menurut Lupiyoadi dan Hamdani merupakan tanggapan responden tentang keseluruhan konsep objek atau proses yang memberikan sejumlah nilai kepada konsumen,<sup>36</sup>

Indikator Produk

1. Fasilitas tujuan wisata
2. Daya tarik wisata<sup>37</sup>

b. Variabel terikat (Y) Keputusan Pembelian

Variabel *dependen* atau biasa disebut dengan variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas.<sup>38</sup> Adapun variabel *dependen* dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian produk (Y) *The Legend Waterpark* Kertosono

Keputusan pembelian adalah tahap dalam proses pengambilan keputusan dimana konsumen benar-benar melakukan suatu pembelian. Pengambilan keputusan dapat pula diartikan sebagai suatu kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan

---

<sup>36</sup> Rambat Lupiyoadi Dan Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa, Edisi 2*, (Jakarta: Salemba Empat, 2009), 161.

<sup>37</sup> M.Syakib Arsalan Citra Purnama dan Murwatiningsih, *Pengaruh Marketing Mix Terhadap Proses Keputusan Berkunjung ke Museum Ranggawarsita Semarang*, (Semarang: Unnes, 2014), 2

<sup>38</sup> Rambat Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran.*, 178.

mempergunakan barang yang ditawarkan.<sup>39</sup> Indikator keputusan pembelian menurut Kotler dan Keller yaitu:<sup>40</sup>

- a. Pengenalan kebutuhan
- b. Pencarian informasi
- c. Evaluasi alternative
- d. Keputusan pembelian
- e. Perilaku setelah pembelian

### **C. Lokasi penelitian**

Lokasi objek penelitian adalah di *The Legend Waterpark* Kertosono. Wisata tersebut terletak di Jl. Surabaya Madiun Kec. Kertosono Kab. Nganjuk.

### **D. Populasi dan Sampel**

#### **1. Populasi**

Populasi adalah keseluruhan objek atau subjek yang berada pada suatu wilayah dan memenuhi syarat-syarat tertentu berkaitan dengan masalah penelitian, atau keseluruhan unit atau individu dalam ruang lingkup yang akan diteliti.<sup>41</sup> Menurut Murti Sumarni dan Salamah, populasi adalah keseluruhan obyek yang di teliti dan terdiri atas

---

<sup>39</sup> Kotler Dan Amstrong, *Dasar-Dasar Pemasaran, Edisi Ke 9 Jilid 1*, (Jakarta: PT Indeks Kelompok Gramedia, 2003), 227.

<sup>40</sup> Kotler P. dan G. Amstrong, *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Edisi 12. Jilid 1, (Jakarta: Erlangga, 2008), 166-189

<sup>41</sup> Nanang Martono, *Metode Penelitian Kuantitatif Analisis Isi Dan Analisis Data Sekunder* (Jakarta: PT Rajagrafindo Persada, 2011), 74.

sejumlah individu, baik yang terbatas maupun yang tidak terbatas.<sup>42</sup> Populasi yang dimaksud peneliti adalah keseluruhan yang diteliti oleh peneliti, yaitu pengunjung *The Legend Waterpark Kertosono* dengan jumlah tak terhingga.

## 2. Sampel

Sampel merupakan bagian dari populasi yang memiliki ciri-ciri atau keadaan tertentu yang akan diteliti. Sampel juga dapat didefinisikan sebagai sebagian anggota populasi yang dipilih menggunakan prosedur tertentu sehingga diharapkan dapat mewakili populasi.<sup>43</sup> Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Probability Sampling*. Teknik ini merupakan teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel.<sup>44</sup>

Pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan metode *Random Sampling*, yaitu sampel yang diambil secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi tersebut.<sup>45</sup> Oleh karena itu, penulis dapat memilih siapapun responden dimana dan kapan saja ditemui agar bisa dijadikan sebagai elemen-elemen sampel penelitian. Pertimbangan sampel didasarkan pada pertimbangan bahwa responden adalah pengunjung *The Legend Waterpark Kertosono*. Mengingat

---

<sup>42</sup> Murti Sumarni Dan Salamah Wahyuni, *Metodologi Penelitian Bisnis* (Yogyakarta: Andi Offset, 2006), 69.

<sup>43</sup> Nanang Martono, *Metode Penelitian Kuantitatif Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder* (Jakarta : Rajawali Press, 2012) 74

<sup>44</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis* (Bandung: Alfabeta, 2013), 122.

<sup>45</sup> Nanang Martono, *Metode Penelitian Kuantitatif Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder* (Jakarta : Rajawali Press, 2012) 7

jumlah pengunjung *The Legend Waterpark* Kertosono tidak diketahui secara pasti (tidak terbatas). Penentuan jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan tabel Isaac dan Michael dengan populasi tak terhingga dan tingkat kesalahan (*standart error*) sebesar 5%. Maka jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 349.<sup>46</sup>

## E. Teknik pengumpulan data

### 1. Sumber dan Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer merupakan data yang diperoleh langsung dari responden penelitian dengan menggunakan alat pengukuran berupa kuisisioner atau angket.<sup>47</sup> Data primer diperoleh dengan pengisian kuisisioner oleh responden yang kemudian diperoleh hasil berupa beberapa pernyataan mengenai variabel X (produk) dan Y (keputusan pembelian).

### 2. Metode pengumpulan data

Penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data dengan cara menyebarkan kuisisioner (angket) kepada responden untuk memperoleh data secara baik dan terperinci. Kuisisioner adalah alat pengumpulan data dengan cara menggunakan daftar pertanyaan yang diajukan kepada responden untuk dijawab dengan memberikan angket.<sup>48</sup>

---

<sup>46</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan (Pendidikan Kualitatif, Kuantitatif dan R&D)*, (Bandung: Alfabeta, 2013), 122.

<sup>47</sup> Eko Putro Widoyoko, *Teknik Penyusunan Instrumen Penelitian*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2012), 33.

<sup>48</sup> Danang Sunyoto, *Metodologi Penelitian Untuk Ekonomi*, (Yogyakarta: CAPS, 2011), 22

## F. Analisis Data

Metode ini dimaksudkan untuk mengolah data yang telah diperoleh yang terkumpul dan tersusun secara berurutan agar diperoleh data yang obyektif, melalui analisis statistik untuk menguji hipotesis. Adapun langkah-langkah analisa data sebagai berikut:

### 1. *Editing* (membersihkan data)

Data yang masuk perlu diperiksa apakah ada kekeliruan akan pengisianya, mungkin ada yang tidak lengkap, tidak sesuai dan sebagainya. Kegiatan mengkoreksi atau melakukan pengecekan ini disebut dengan editing.<sup>49</sup> Tujuan dari editing adalah jawaban yang didapatkan dari responden perlu diadakan pembersihan atau pemeriksaan kembali karena tidak semua jawaban yang diberikan responden tidak selalu benar

### 2. *Coding dan categorizing*

Proses berikutnya adalah *coding*, yakni memberi atau membuat kode pada tiap data yang termasuk dalam kategori yang sama. Kode adalah syarat yang dibuat dalam bentuk angka dan huruf yang memberikan petunjuk atau identitas pada suatu informasi atau data yang akan di analisis. Sedangkan untuk pengkatagorian adalah penggolongan data yang ada pada daftar pertanyaan kedalam kategori variabelnya masing-masing. Dalam penelitian ini variabel-variabel yang terikat adalah sebagai berikut:

---

<sup>49</sup>Marzuki, *Metodologi Penelitian* (Yogyakarta: Bagian Penelitian Fasilitas Ekonomi UII, 1996), 81

- a. Untuk variabel pertama, yaitu Produk
- b. Untuk variabel kedua, yaitu Keputusan Pembelian

### 3. *Scoring* atau memberi skor

*Scoring* adalah memberikan skor terhadap item yang perlu diberikan skor. Proses ini adalah memberikan skor atau angka-angka pada lembar jawaban angket tiap subyek, tiap skor, dan pada pertanyaan dari angket ditentukan sesuai dengan peringkat pilihan sebagai berikut:

- a. Jawaban 5 (sangat setuju)
- b. Jawaban 4 (setuju)
- c. Jawaban 3 (cukup setuju)
- d. Jawaban 2 (tidak setuju)
- e. Jawaban 1 (sangat tidak setuju)

### 4. Penyusunan tabel (*Tabulating*)

*Tabulating* adalah membuat tabel yang berisikan data yang telah diberikan kode sesuai dengan analisis yang dibutuhkan. Jawaban yang serupa dikelompokkan dengan cara teliti dan teratur, kemudian dihitung dan dijumlahkan seberapa banyak peristiwa atau gejala atau item yang termasuk dalam suatu kategori.

### 5. *Processing*

*Processing* yaitu menghitung dan mengolah atau menganalisis data dengan statistik. Pada tahap penelitian ini menggunakan bantuan program SPSS (Statistical Product and Service Solution) 21,0 dengan menggunakan analisis statistik. Metode analisis data adalah suatu metode yang digunakan untuk mengolah dan menganalisa data yang

telah dihasilkan dari penelitian lapangan, sehingga akan dapat di tarik kesimpulan.

Metode ini dimaksudkan untuk menganalisis data yang telah diperoleh yang terkumpul dan tersusun secara berurutan agar diperoleh data yang obyektif melalui analisis statistik untuk menguji hipotesis yaitu ada tidaknya atau seberapa besar Pengaruh Produk Terhadap Keputusan Pengunjung Memilih Kolam Renang di *The Legend Waterpark* Kertosono). Teknik analisis dalam *processing* adalah sebagai berikut:

#### 1. Uji Validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrumen. Cara mengukur validitas yaitu dengan mencari korelasi antara masing-masing pertanyaan dengan skor total menggunakan rumus korelasi product moment dengan bantuan aplikasi SPSS *for window21*

#### 2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan. Pengujian menggunakan aplikasi SPSS 21.

Ukuran kemantapan alpha dapat diinterpretasikan sebagai berikut:\

- 1) Nilai alpha 0,00 – 0,2 berarti kurang reliabel
- 2) Nilai alpha 0,21 – 0,4 berarti agak reliabel
- 3) Nilai alpha 0,41 – 0,6 berarti cukup reliabel
- 4) Nilai alpha 0,61 – 0,8 berarti reliabel



5) Nilai alpha 0,81 – 1,00 berarti sangat reliabel<sup>50</sup>

### 3. Uji Asumsi Klasik

#### a. Uji Normalitas

Uji normalitas, dengan tujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak, model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Jika asumsi ini dilanggar maka statistik menjadi tidak valid untuk jumlah sampel kecil.<sup>51</sup> Dasar pengambilan keputusan untuk mendekati kenormalan adalah jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas. Cara melihat data terdistribusi normal dapat dilakukan dengan berbagai cara diantaranya dengan melihat nilai skewness ataupun nilai kurtosis. Pada data yang berdistribusi normal memiliki skewness 0 (no).<sup>52</sup>

#### b. Uji Heteroskedastisitas

Asumsi Heteroskedastisitas adalah asumsi dalam regresi dimana varians dari residual tidak sama untuk satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Dalam regresi satu asumsi yang harus dipenuhi adalah bahwa varians dari residual dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain tidak memiliki pola tertentu. Pola yang tidak sama ini ditunjukkan dengan nilai yang

---

<sup>50</sup>Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistik Dengan SPSS* (Jakarta: prestasi Pustaka Karya, 2009), 97.

<sup>51</sup>Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Progam IBM SPSS 19* (Semarang: Universitas Diponegoro, 2011) 160.

<sup>52</sup>Zuraidah, *Statistik Deskriptif* (Kediri: STAIN Press, 2012), 244

tidak sama antara satu varians dari residual. Gejala varians yang tidak sama ini disebut dengan gejala Heteroskedastisitas, sedangkan adanya gejala varians residual yang sama dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain disebut dengan homokedastisitas.<sup>53</sup> Lebih lanjut menurut Suliyanto mengatakan bahwa heteroskedastisitas akan ditunjukkan oleh koefisien regresi dari masing-masing variabel independen terhadap nilai absolut residunya ( $e$ ), jika nilai probabilitasnya  $>$  nilai  $alpha$ nya (0,05), maka dapat dipastikan model tidak mengandung unsur heterokedastisitas atau  $t$  hitung  $\leq$  tabel pada  $alpha$  0,05.<sup>54</sup>

Selain hal diatas uji heteroskedastisitas dapat dilihat menggunakan pola titik pada scatterplot regresi. Metode pengambilan keputusan pada uji heteroskedastisitas dengan melihat titik menyebar dengan pola yang tidak jelas diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah heteroskedastisitas pada regresi.<sup>55</sup>

Untuk uji multikolinearitas tidak diperlukan karena dalam penelitian ini hanya menggunakan satu variabel bebas sehingga tidak perlu untuk mengetahui hubungan antara dua variabel bebas atau lebih. Selanjutnya untuk uji autokorelasi tidak diperlukan karena data dalam penelitian ini nantinya memiliki

---

<sup>53</sup>Santoso dan Ashari, *Analisis Statistik dengan Microsoft Exel dan SPSS* (Yogyakarta: Penerbit Andi, 2005) 242

<sup>54</sup>Suliyanto, *Analisis data dalam Aplikasi Pemasaran* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2005), 64

<sup>55</sup>Duwi Priyatno, *Belajar Praktis Analisis Parametrik dan Non Parametrik dengan SPSS & Prediksi Pertanyaan Pendarasan Skripsi dan Sesi* (Yogyakarta:Penerbit Gava Media, 2012), 62

jenis data cross section yang berarti data tersebut diambil hanya pada satu periode saja.

c. Analisis Koefisien Korelasi

Analisis korelasi yang digunakan untuk mengetahui derajat hubungan antar variabel yang diteliti. Teknik korelasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah korelasi *Pearson Product Moment*. Analisis Korelasi Pearson Product Moment adalah untuk mencari arah dan kekuatan hubungan antara variabel bebas (X) yaitu produk dengan variabel bebas (Y) yaitu keputusan pembelian dan data berbentuk interval dan rasio. Analisis hubungan (korelasi) yaitu suatu bentuk analisis data dalam penulisan yang bertujuan untuk mengetahui kekuatan atau bentuk arah hubungan diantara dua variabel atau lebih dan besarnya pengaruh yang disebabkan oleh variabel yang satu (variabel bebas) terhadap variabel lainnya (variabel terikat)<sup>56</sup> berikut: Rumus untuk mengetahui pengaruh produk terhadap keputusan Pengunjung Memilih Kolam Renang adalah sebagai berikut:<sup>57</sup>

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

keterangan :

$n$  = banyaknya pasangan data X dan Y

$\sum X$  = total jumlah dari variabel X (Produk)

$\sum y$  = total jumlah dari variabe Y (Keputusan Pembelian)

<sup>56</sup>Wiratna Sujarweni, *Belajar Mudah SPSS Untuk Penelitian Skripsi, Tesis, Disertasi dan Umum* (Yogyakarta: Ardana Media, 2007), 187

<sup>57</sup>Agus Irianto, *Statistik Konsep Dasar Dan Aplikasinya* (Bandung : Pustaka Media), 56

Pedoman untuk memberikan interpretasi koefisien korelasi sebagai berikut:

Penelitian dengan metode *Pearson Product Moment*, berpedoman pada ketentuan sebagai berikut;<sup>58</sup>

**Tabel 3.1**

**Kriteria *Pearson Product Moment***

<b>Interval Koefisien</b>	<b>Interprestasi</b>
0,00	Antara variabel x dan y terdapat korelasi yang sangat rendah
0,10-0,299	Antara variabel x dan y terdapat korelasi yang rendah
0,30-0,499	Antara variabel x dan y terdapat korelasi yang cukup
0,50-0,699	Antara variabel x dan y terdapat korelasi yang kuat
0,70-1,000	Antara variabel x dan y terdapat korelasi yang sangat kuat

d. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ada korelasi antara variabel pengganggu pada periode tertentu dengan variabel pengganggu periode sebelumnya (t-1). Autokorelasi muncul karena observasi yang berurutan sepanjang waktu berkaitan satu sama lain. Model regresi yang baik adalah regresi yang bebas dari autokorelasi. Uji autokorelasi dapat dilakukan dengan menggunakan uji Durbin-Watson, dimana hasil pengujian ditentukan berdasarkan nilai Durbin-Watson<sup>59</sup> kriteria nilai Durbin-Watson dijelaskan dibawah ini:

<sup>58</sup> C. Trihendradi, *7 Langkah Melakukan Analisis Statistik Menggunakan SPSS 21*, 197-198.

<sup>59</sup>Wiratman Sujarweni, *Belajar Mudah SPSS Untuk Penelitian Mahasiswa dan Umum* (Yogyakarta: Ardana Media, 208), 180

- a. Jika  $0 < d < d_L$  maka terjadi autoorelasi positif.
  - b. Jika  $d_L < d < d_U$  berarti tidak ada kepatian terjadi (ragu-ragu)
  - c. Jika  $4 - d_L < d < 4$  maka terjadi autokorelasi negative.
  - d. Jika  $4 - d_U < d < 4 - d_L$  maka tidak ada kepastian
  - e. Jika  $d_U < d < 4 - d_U$  berarti tidak ada autokorelasi positif atau negative.
- e. Analisis Regresi Linier Sederhana

Pembahasan mengenai koefisien korelasi dan koefisien determinasi hanya memfokuskan pada sifat hubungan dan beberapa besar hubungan. Pada pembahasan tersebut kita tidak bisa melakukan peramalan terhadap variabel jika variabel yang lain diketahui. Untuk mengetahui peramalan terhadap satu variabel jika variabel yang lain diketahui alat statistik yang umum dipakai adalah analisis regresi. Dengan analisis ini kita dapat memprediksi perilaku dari suatu variabel dependen dengan menggunakan data variabel independen. Berikut persamaan regresi yang digunakan:

$$Y = a + bX$$

Keterangan:

Y = variabel terikat (keputusan pembelian)

a = Konstanta

X = variabel bebas (produk)

b = koefisien regresi

dengan persamaan regresi tersebut kita dapat memprediksi nilai Y jika nilai X diketahui.<sup>60</sup>

#### f. Uji Hipotesis

##### 1. Uji t

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh dari variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat. Cara pengambilan keputusan pada uji t ini dapat dilakukan dengan membandingkan besarnya  $t_{hitung}$  dan  $t_{tabel}$  atau dengan melihat nilai signifikansi,<sup>61</sup> berikut merupakan ketentuan dari uji t<sup>62</sup>

- Jika  $t_{hitung} \leq t_{tabel}$  atau taraf signifikan  $> 0,05$  maka  $H_0$  di terima dan  $H_a$  di tolak.

- Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau taraf signifikan  $\leq 0,05$  maka  $H_0$  di tolak dan  $H_a$  di terima.

##### 2. Koefisien Determinasi

Pengetahuan tentang koefisien korelasi tidak memberikan pengetahuan yang cukup tentang berapa besar pengaruh dari suatu variabel terhadap variabel yang lain. Untuk mengetahui lebih jauh hubungan antar variabel, salah satu alat analisis yang dapat digunakan adalah koefisien determinasi. Dengan koefisien determinasi ini kita bisa mengetahui seberapa besar hubungan dari beberapa variabel dalam pengertian yang lebih jelas.<sup>63</sup>

---

<sup>60</sup>Duwi Priyatno, *Belajar Praktis Analisis Parametrik dan Non Parametrik dengan SPSS & Prediksi Pertanyaan Pendarasan Skripsi dan Sesis* (Yogyakarta:Penerbit Gava Media, 2012), 66

<sup>61</sup>Ibid., 58

<sup>62</sup>Suliyanto, *Analisis data dalam Aplikasi Pemasaran* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2005), 66

<sup>63</sup>Santoso dan Ashari, *Analisis Statistik dengan Microsof Excel dan SPSS* (Yogyakarta:Penerbit Andi, 2005) 125