

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Dan Jenis Penelitian.

1. Pendekatan Penelitian

Penggunaan sistem kuantitatif sebagai metode, yang mana digunakan untuk meneliti sampel dan populasi tertentu dengan data berupa angka ataupun yang diangkakan dengan rumus yang diolah dan bertujuan sebagai pengujian hipotesis.⁹⁰ Penelitian kuantitatif yang digunakan penulis meliputi pengaruh Harga, Fasilitas, Kualitas Pelayanan, dan Promosi terhadap Kepuasan Konsumen pada SPLASH Waterpark Tulungagung.

2. Jenis Penelitian

Berjenis asosiatif yang mana mengenai hubungan diantara dua atau lebih variabel, diantaranya variabel independen sebagai sisi yang mempengaruhi dan variabel dependen sebagai sisi yang dipengaruhi.⁹¹ Hubungan antara variable dengan objek yang diteliti bersifat sebab akibat, maka dari itu terdapat variable dependen dan independen. Variable dalam penelitian ini meliputi variable bebas: Harga, Fasilitas, Kualitas Pelayanan, dan Promosi. Dan variable terikat: Kepuasan Konsumen pada SPLASH Waterpark Tulungagung.

B. Populasi Sampling dan Sampel Penelitian.

1. Populasi

Memiliki arti sebagai area general serta umum yang luas serta memenuhi syarat dan yang memiliki keterkaitan dengan masalah atau dikatakan semua unit satu ruang lingkup yang dijadikan penelitian.⁹² Populasi dalam penelitian

⁹⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*, (Bandung: Alfabeta, 2011), hlm.8

⁹¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung : Alfabeta, 2005), hlm. 11

⁹² Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Bandung: CV. Alfabeta, 2018), hlm. 130

ini adalah 5000 konsumen⁹³, di ambil dari jumlah konsumen selama Januari sampai Desember 2020.

2. Teknik Sampling

Teknik sampling ialah proses pengambilan sample guna menduga bagaimana keadaan populasi, yang mana teknik tersebut dibagi menjadi dua jenis diantaranya *probability* yang merupakan pengambilan sample dengan meberikan peluang sama setiap anggota, dan *non-probability* yang merupakan kebalikannya yang tidak memberikan peluang sama bagi setiap orang.⁹⁴ Penggunaan jenis *incidental sampling* pada penelitian ini, akan mengambil sample secara acak atas dasar kebetulan yang bertemu dengan peneliti di SPLASH Waterpark Tulungagung.

3. Sampel Penelitian

Sample adalah salah satu bagian terkecil atau bagian yang mewakili dari keseluruhan jumlah dan karakteristik yang terletak di dalam suatu populasi.⁹⁵ Sampel-sampel yang diambil yaitu dengan mengambil rata-rata jumlah SPLASH Waterpark Tulungagung.

Dalam penelitian ini, perhitungan perbulan jumlah konsumen pada SPLASH Waterpark Tulungagung pada tahun 2020 sebanyak 417 orang yang mana dalam perhitungannya menggunakan rumus Slovin:

$$n = \frac{N}{1+Ne^2}$$

Dimana :

n = sample

N = Populasi

e = perkiaran tingkat kesalahan (10% atau 0,1).

⁹³ Hasil wawancara kepada Manajer SPLASH Waterpark Tulungagung, pada 23 Juni 2021

⁹⁴ Suryana, *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*, (Jakarta: Gema Isnani, 2002), hlm. 74

⁹⁵ *Ibid.*, hlm. 131

Jumlah sample di SPLASH Waterpark Tulungagung yang mengacu rumus Slovin di atas adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{5000}{1 + 5000(0,1)^2}$$

$$n = \frac{5000}{1 + 5000(0,01)}$$

$$n = \frac{5000}{51}$$

$$n = 98$$

Jadi jumlah sampel yang diperoleh adalah 98-100 responden.

C. Sumber Data, Variable dan Skala Pengukuran.

1. Sumber Data

Memfaatkan data kualitatif dengan sumber data primer yang dikumpulkan dari sumbernya secara langsung yang berupa pemberian kuesioner secara langsung kepada responden. Sumber data pendukung lainnya dari penelitian ini adalah informasi yang didapat dari website resmi, buku, jurnal penelitian dan hasil skripsi yang telah dilakukan sebelumnya.

2. Variable penelitian

Penelitian ini menggunakan variable, diantaranya:

- a) Variable independen (X), variable yang menjadi penyebab timbulnya variable terikat. Variable independen dalam penelitian ini ialah harga (X₁), fasilitas (X₂), kualitas pelayanan (X₃), dan promosi (X₄).
- b) Variable dependen (Y), variable yang menjadi akibat adanya variable bebas. Variable terikat dalam penelitian ini yaitu kepuasan pelanggan.

3. Skala Pengukuran

Merupakan prosedur pengukuran dengan pemberian angka dalam rentang karakteristik tertentu yang mana menggunakan Skala Likert sebagai acuan *range* pengukuran. Skala Likert merupakan rentang digunakan mengukur fenomena penelitian yang selanjutnya dijabarkan berupa indikator.⁹⁶ Skala Likert adalah model skala yang banyak digunakan peneliti dalam mengukur harga, kualitas produk, promosi, lokasi, dan kualitas pelayanan atau fenomena sosial lainnya. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan Skala Likert dengan rentang:

Tabel 3.1
Rentang Skala Likert

No.	Simbol	Keterangan
1.	STS	Sangat Tidak Setuju
2.	TS	Tidak Setuju
3.	N	Netral
4.	S	Setuju
5.	SS	Sangat Setuju

Sumber: Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*, Bandung: Alfabeta, 2012.

D. Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian

1. Teknik Pengumpulan Data

Menggunakan kuisisioner dengan memberi pertanyaan tertulis kepada subjek yang kemudian dijawab sesuai diri responden.⁹⁷ Dalam pelaksanaan metode ini, peneliti akan menyebarkan angket kepada konsumen SPLASH Waterpark Tulungagung sebagai sample untuk di jawab selama kurun waktu terbatas, kemudian diperiksa untuk selanjutnya diukur sesuai Skala Likert.⁹⁸

⁹⁶ Sofiyon Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif dilengkapi Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS*, (Jakarta: Kencana, 2013), hlm. 22-25

⁹⁷ Puguh Suharsono, *Metode Penelitian untuk Bisnis*, (Jakarta: PT Indeks, 2009), hlm. 142

⁹⁸ Syofian Siregar, *Statistik parametric untuk Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2014), hlm. 44

2. Instrumen Penelitian

Bertindak sebagai alat bantu proses pengumpulan data. Dalam penelitian ini penulis menggunakan instrumen berupa angket. Penelitian ini membutuhkan kuesioner dalam mempermudah melakukan analisis pada SPALSH Waterpark Tulungagung yang mana dapat dirumuskan instrumen penelitian sebagai berikut:

Tabel 3.2
Indikator setiap Variable

Variable	Indikator	Referensi
Harga (X ₁)	a. Terjangkaunya harga b. Persaingan antar harga c. Penyesuaian produk dengan harga d. Penyesuaian manfaat dengan harga	Philip Kotler & Amstrong, Marketing Management, 14th, (Edition New Jersey: Pearson Pretice Hall, 2012)
Fasilitas (X ₂)	a. Pertimbangan/perencanaan spasial b. Perencanaan ruang c. Perlengkapan/perabotan d. Penataan warna dan cahaya e. Penyampaian pesan grafis f. Pendukung lainnya	Tjiptono Fandy dan Gregorius Chandra, <i>Service Quality Satisfaction</i> , (Yogyakarta: Andy, 2011)
Kualitas Pelayanan (X ₃)	a. Daya Tanggap (cepat dan tepat) b. Keandalan c. Jaminan d. Empati e. Bukti langsung	Nirwana, <i>Prinsip-Prinsip Pemasaran Jasa</i> , (Malang: Dioma, 2004)
Promosi (X ₄)	a. Cara beriklan b. Pemanfaatan promosi c. Hubungan antar masyarakat d. Terjun langsung	Susatyo Herlambang, <i>Basic Marketing</i> , (Yogyakarta: Gosyen Publishing, 2014)
Kepuasan Konsumen (Y)	a. Penyesuaian harapan b. Minat mengunjungi ulang c. Bersedia tidaknya merekomendasikan	Fandy Tjiptono, <i>Strategi Pemasaran</i> , Ed. 4, (Yogyakarta: Andi, 2015)

Sumber: Data yang diolah oleh peneliti, 2021

E. Analisis Data.

1. Uji Validitas dan Reliabilitas

a. Uji Validitas

Dilakukan mengukur kevalidan suatu kuosioner karena dapat menguji apakah tiap item mampu mengungkapkan konsistensi.⁹⁹

Tingkat validitas data tersebut dapat diketahui dari nilai *corrected item total correlation* dengan membandingkan nilai r_{hitung} dan nilai r_{tabel} . Jika:

- 1) Data valid jika nilai $r_{hitung} > \text{nilai } r_{tabel}$
- 2) Data tidak valid jika nilai $r_{hitung} < \text{nilai } r_{tabel}$

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah uji yang digunakan untuk mengetahui sejauh mana hasil konsistensi apabila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat ukur yang biasa digunakan yaitu kuesioner.¹⁰⁰ Ukuran kemantapan alpha dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

Tabel 3.3
Kriteria Nilai Alpha Cronbach

Kriteria	Nilai Alpha Cronbach
Kurang Reliable	0,00-0,20
Agak Reliable	0,21-0,40
Cukup	0,41-0,60
Reliable	0,61-0,80
Sangat Reliable	0,81-1,00

Sumber: Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistik Dengan SPSS 16.0*, Jakarta: PT Prestasi Pustakarya, 2009.

2. Asumsi Klasik

Agar penelitian mencapai hasil maksimal maka harus dilakukan pengujian asumsi klasik. Hal ini dilakukan karena memastikan bahwa tidak terdapat masalah mengenai normalitas, multikolonieritas,

⁹⁹ Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistik dengan SPSS 16.0*, (Jakarta: Prestasi Pustakarya, 2009), hlm. 96

¹⁰⁰ Aidatus Sa'adah, "Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Warung Makan Istana Lesehan Tulungagung" dalam <http://repo.iaintulungagung.ac.id/7444/3/BAB%20I.pdf>, diakses pada 18 Oktober 2018

heterokedastisitas, dan autokorelasi dalam model regresi linier berganda. Jika tidak ada masalah dan sudah terpenuhi secara keseluruhan maka analisis tersebut layak digunakan.

a. Uji Normalitas

Pada penelitian biasanya digunakan menguji atau mengukur data tersebut berdistribusi tidak normal atau normal. Ketika data sudah berdistribusi normal maka data tersebut bias dilanjutkan ke dalam statistik parametrik. Menggunakan Uji Kolmogorov Smirnov untuk menguji data berdistribusi tidak normal atau normal.¹⁰¹ Dasar yang digunakan untuk pengambilan keputusan adalah:

- a) Berdistribusi normal apabila nilai sign. >5%.
- b) Tidak normal apabila nilai sign. <5%.

b. Uji Multikolinieritas

Merupakan uji untuk mengetahui antar variabel bebas pada model regresi yang ada tidaknya korelasi dimana model regresi yang baik yakni yang tidak terdapat gejala korelasi antara variabel bebas. Dasar uji multikolinieritas dapat dilihat berikut:

- a) Nilai pada *Tolerance Value* > 0,10 dan $VIF \leq 10$, maka data tersebut tidak terdapat gejala Multikolinieritas.
- b) Nilai pada *Tolerance Value* < 0,10 dan $VIF \geq 10$, maka data tersebut memiliki gejala Multikolinieritas.

c. Uji Heterokedastisitas

Uji Heterokedastisitas untuk mengetahui ketidaksamaan varians residual observasi di dalam model regresi. Apabila mempunyai varians yang sama maka disebut dengan homokedastisitas. Namun sebaliknya jika residual mempunyai varians yang tidak sama maka disebut dengan heterokedastisitas. Regresi yang tidak terjadi heterokedastisitas merupakan model regresi yang baik.

¹⁰¹ Husein Umar, *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, (Jakarta: Rajawali Press, 2014).

Dalam mendeteksi heterokedastisitas pada model ini bisa berdasarkan pola gambar *Scatterplot* model tersebut. Suatu model tidak terjadi heterokedastisitas apabila:

- a) Titik pada data menyebar dan tidak membentuk pola.
- b) Penyebaran titik data yang menyebar luas dibawah dan diatas atau sekitar angka 0 pada sumbu Y.
- c) Penyebaran pada titik titik data tidak hanya mrngumpul dibawah atau diatas saja.

3. Analisis Regresi Linier Berganda

Merupakan antar variabel bebas dengan variabel terikat yang memiliki hubungan secara linier yang mana memiliki mengetahui bagaimana pengaruhnya variabel dengan terhadap variabel Y, apakah variabel X tersebut berpengaruh positif atau berpengaruh negatif terhadap variabel Y.

Persamaan umum pada regresi linier berganda adalah :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + E$$

Keterangan:

a = Konstanta.

b = Koefisien Regresi. Y = Variabel terikat atau varibel dependen yaitu Kepuasan Konsumen.

X₁ = Variabel bebas atau variabel independen yaitu Harga.

X₂ = Variabel bebas atau variabel independen yaitu Promosi.

X₃ = Variabel bebas atau variabel independen yaitu Kualitas Pelayanan.

X₄ = Variabel bebas atau variabel independen yaitu Promosi.

E = *Error Term* (variabel pengganggu) atau residual.

4. Uji Hipotesis

Dilakukan secara parsial dengan uji t juga menyeluruh dengan uji F demi meraih tujuan dalam memperoleh kesimpulan atas analisis regresi linier berganda.

a. Uji t

Merupakan analisis yang didasarkan pada perbandingan signifikansi t dengan signifikansi sebesar 0,05 yang syaratnya:¹⁰²

- 1) Variabel independen yang berpengaruh pada dependen yang signifikan jika nilai sig < 0,05
- 2) Variabel independen tidak berpengaruh pada dependen yang signifikan jika nilai sig > 0,05

b. Uji F

Dilakukan dengan mengacu tingkat α sebesar 5% berdasarkan perbandingan nilai sig F dengan nilai sig. 0,05 yang memiliki syarat:¹⁰³

- 1) Variabel dependen dipengaruhi independen secara simultan jika signifikansi F < 0,05.
- 2) Variabel dependen tidak dipengaruhi independen secara simultan jika signifikansi F > 0,05.

c. Koefisien Determinasi (R^2)

Perhitungan R^2 biasanya digunakan melihat besaran pengaruh variabel independen serta bertujuan menghitung besaran pengaruh variable independen (Harga, Fasilitas, Kualitas Pelayanan, dan Promosi) terhadap variabel dependen (Tingkat Kepuasan Pelanggan pada SPLAS Waterpark Tulungagung). Semakin nilai R^2 mendekati 1, menunjukkan bahwa variable-variable independent mempunyai pengaruh yang kuat. Begitu sebaliknya, yang mana semakin lemahnya apabila koefisien determinasi mendekati 0. Dalam penelitian yang menggunakan regresi linier berganda, maka menggunakan *R Square* yang telah disesuaikan (*Adjusted R Square*).¹⁰⁴

¹⁰² V. Wiratna Sujarweni, *Belajar Mudah SPSS untuk Penelitian Skripsi, Tesis, Disertasi & Umum*, (Yogyakarta: Global Media Informasi, 2008), hlm. 151

¹⁰³ *Ibid.*, hlm. 150

¹⁰⁴ Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistik dengan SPSS 16.0*, (Jakarta: Prestasi Pustaka Publisher, 2009), hlm. 71