

### BAB III

## METODE PENELITIAN

#### A. Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini penulis menggunakan penelitian *explanatory* atau *confirmatory* yaitu berusaha menyoroti hubungan antar variabel-variabel berdasarkan sebab akibat. Menurut Singarimbun dan Effendi *explanatory research* (2008:5) yaitu menjelaskan hubungan kausal antara variabel-variabel melalui pengujian hipotesa.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode survai. Dalam survai informasi didapat melalui penyebaran kuesioner kepada responden. Menurut Singarimbun dan Effendi (2008:3) penelitian survai adalah penelitian yang mengambil sampel dari satu populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data yang pokok.

#### B. Ruang Lingkup Penelitian

Dalam penelitian ini pendekatan yang dipakai adalah pendekatan kuantitatif. Menurut Sugiyono (2009:8) bahwa metode kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat *positivisme*, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Membatasi ruang lingkup penelitian dalam pengambilan data, ruang lingkup penelitian mencakup:

1. Jatim Park 2 merupakan salah satu usaha jasa dalam bidang pariwisata yang terdapat di kota wisata Batu.
2. Bauran pemasaran merupakan suatu alat yang terdiri dari variabel-variabel terkontrol yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen.
3. Dari variabel-variabel bauran pemasaran, akan diteliti variabel mana yang berpengaruh terhadap keputusan konsumen mengunjungi wisata Jatim Park 2.

### **C. Lokasi Penelitian**

Lokasi penelitian adalah tempat berlangsungnya penulis melakukan penelitian untuk memperoleh dan mengumpulkan data yang dibutuhkan sebagai bukti penulisan penelitian ini. Penulis memilih untuk meneliti di Wisata Jatim Park 2 karena penulis tertarik dengan lokasi kota Batu yang berbukit terletak diantara gunung Kawi dan gunung Arjuna dengan ketinggian antara 680-1700 meter di atas permukaan laut (dpl) dengan suhu 22-26°C. Dengan kondisi morfologi tersebut, Kota Batu memiliki udara yang sejuk dan pemandangan pegunungan yang indah. Penulis juga ingin mengetahui bauran pemasaran jasa yang digunakan oleh Wisata Jatim Park 2 yang terletak di Jl. Oro-oro Ombo No.9 Batu-Malang. Nomor telp. 0341 – 5025777

## D. Konsep, Variabel, Definisi Operasional dan Skala Pengukuran

### 1. Konsep

Konsep merupakan suatu gambaran keadaan dan fenomena yang akan diteliti. Menurut Singarimbun dan Effendi (2008:34) konsep adalah *abstraksi* mengenai suatu fenomena yang dirumuskan atas dasar *generalisasi* dari sejumlah karakteristik kejadian, keadaan, kelompok atau individu tertentu. Peranan konsep sangat besar karena konsep menghubungkan dunia teori dan dunia observasi, antara *abstraksi* dan realitas.

Dalam penelitian ini terdapat dua konsep yaitu *marketing mix* dan keputusan konsumen.

- a. Bauran pemasaran, Menurut Effendi (2007:3) bahwa bauran pemasaran adalah suatu kumpulan alat-alat yang dapat digunakan oleh manajemen untuk mempengaruhi penjualan.
- b. Keputusan Pembelian, merupakan suatu tahap dimana konsumen mengumpulkan informasi mengenai suatu produk yang nantinya akan digunakan sebagai pertimbangan untuk membeli produk tersebut.

### 2. Variabel

Suatu konsep-konsep yang dapat diteliti secara *empiris* harus dioperasionalkan dengan mengubahnya menjadi variabel, yang berarti sesuatu yang mempunyai variasi nilai. Menurut Sugiyono (2009:38) adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Pada penelitian ini menggunakan dua variabel, yaitu:

a. Variabel bebas (*Independen*)

Menurut Sugiyono (2009:39) bahwa variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel *dependen* (terikat). Variabel bebas pada penelitian ini adalah *product, price, place, promotion, people, process, physical evidence, dan customer service*

b. Variabel Terikat (*dependen*)

Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas (Sugiyono, 2009:39). Dalam penelitian ini yang menjadi variabel *dependen* yaitu perilaku setelah pembelian (variabel Y).

c. **Definisi Operasional**

Menurut Singarimbun dan Effendi (2008:46) definisi operasional adalah unsur penelitian yang memberitahukan bagaimana caranya mengukur suatu variabel. Dengan demikian penulis dapat menentukan prosedur pengukuran dan cara-cara untuk pengukuran variabel-variabel yang akan diteliti. Definisi operasional dari masing-masing variabel, yaitu:

a. Variabel Bebas (*Independen*)

1. *Product* ( $X_1$ )

Produk adalah sesuatu yang dapat ditawarkan dan mempunyai suatu nilai yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Indikator produk, yaitu:

a. Kualitas Produk Inti

b. Kualitas Produk Tambahan

2. *Price* ( $X_2$ )

Sejumlah uang yang harus dibayarkan untuk mendapatkan produk atau jasa dengan nilai yang telah disepakati dan cara pembayaran yang telah ditentukan. Indikator harga, yaitu:

- a. Kebijakan harga
- b. Kesesuaian Harga

3. *Place* ( $X_3$ )

Place adalah suatu tempat berdirinya perusahaan tersebut yang digunakan sebagai penyaluran produk atau jasa kepada konsumen.

Indikator *place*, yaitu:

- a. Geografis
- b. Sosiologis
- c. Ekonomis

4. *Promotion* ( $X_4$ )

Suatu cara untuk mengkomunikasikan kepada konsumen atas manfaat produk atau jasa. Indikator promosi, yaitu:

- a. Bentuk Publisitas
- b. Periklanan

5. *People* ( $X_5$ )

People berfungsi sebagai *service provider* untuk menyampaikan kualitas jasa yang diberikan. Indikator *people*, yaitu:

- a. Penampilan Karyawan

b. Daya Tanggap

6. *Process* ( $X_6$ )

Suatu cara yang dibuat oleh perusahaan untuk dijalankan dengan komitmen dan tepat waktu. Indikator proses, yaitu:

- a. Pembelian Tiket Masuk
- b. Lay Out Kedatangan
- c. Area Parkir

7. *Physical Evidence* ( $X_7$ )

Physical Evidence merupakan lingkungan fisik yang menjadi satu dengan tempat jasa, dimana pada lingkungan fisik ini memberikan bukti berwujud terhadap kualitas jasa. Indikator *physical evidence*, yaitu:

- a. Desain
- b. Seragam Karyawan

8. *Customer Service* ( $X_8$ )

Aktivitas pelayanan diberikan kepada konsumen untuk mencapai kepuasan. Indikator *Customer service*, yaitu

- a. Pelayanan Tambahan
- b. Pendukung Operasional

b. Variabel Terikat (*dependen*)

1. Perilaku Setelah Pembelian (Y).

Perilaku setelah pembelian yaitu sebuah perilaku puas atau tidak puas yang ditunjukkan oleh konsumen setelah mengkonsumsi sebuah produk. Indikator perilaku setelah pembelian, yaitu:

a. Perilaku Positif

Tabel 3.1  
Konsep, Variabel, Indikator, dan Item

Konsep	Variabel	Indikator	Item
Bauran Pemasaran Jasa (X)	<i>Product</i> (X <sub>1</sub> )	1. Kualitas Produk Inti	1. Keamanan kandang 2. kebersihan kebun binatang 3. Unsur edukasi
		2. Kualitas Produk Tambahan	1. Permainan penuh tantangan 2. Keamanan permainan 3. Koleksi museum 4. Suasana museum
	<i>Price</i> (X <sub>2</sub> )	1. Kebijakan harga (X.2.2)	1. Harga seragam 2. Harga hari biasa/libur 3. Harga tiket rombongan
		2. Kesesuaian Harga (X.2.3)	1. Pemberian fasilitas 2. Perolehan kenyamanan
	<i>Place</i> (X <sub>3</sub> )	1. Geografis (X.3.1)	1. Keindahan pemandangan 2. Lahan berbukit-bukit
		2. Sosiologis (X.3.2)	1. Keramahan masyarakat 2. Kesadaran kebersihan masyarakat
		3. Ekonomis (X.3.3)	1. Mudah dijangkau 2. Kemudahan akses transportasi
	<i>Promotion</i> (X <sub>4</sub> )	1. Bentuk Publisitas (X.4.1)	1. Kerjasama event budaya 2. Kerjasama stasiun televisi

		2. Periklanan (X.4.2)	1. Website 2. Spanduk 3. Baliho
	<i>People</i> (X <sub>5</sub> )	1. Penampilan Karyawan (X.5.1)	1. Kesopanan karyawan 2. Kerapian karyawan
		3. Daya tanggap (X.5.2)	1. Kejelasan informasi 2. Tanggap keluhan pengunjung
	<i>Process</i> (X <sub>6</sub> )	1. Pembelian Tiket Masuk (X.6.1)	1. Ketertiban antrian loket 2. Kecepatan pelayanan tiket
		2. Lay Out Kedatangan (X.6.2)	1. Ketepatan layout tamu 2. Ketepatan penempatan binatang 3. Kejelasan rambu-rambu 4. Kelayakan lebar jalan
		3. Area Parkir (X.6.3)	1. Kesesuaian lokasi parkir 2. jarak area parkir
	<i>Physical Evidence</i> (X <sub>7</sub> )	1. Desain	1. Keunikan bangunan 2. Keunikan food court
		2. Seragam Karyawan	1. Model seragam karyawan 2. Kesesuaian warna seragam
	<i>Customer Service</i> (X <sub>8</sub> )	1. Pelayanan Tambahan (X.7.1)	1. Jaminan bebas pengamen 2. Jaminan bebas pengemis
		2. Pendukung Operasional (X.7.2)	1. ketersediaan toilet 2. Tersedianya food court 3. Kebersihan toilet 4. Tersedianya Mushola
Keputusan Pembelian	Perilaku Setelah	1. Perilaku Positif (Y.1.1)	1. Datang kembali 2. Word of mouth

Memilih Jatim Park 2 (Y)	Pembelian (Y)		positif 3. Mengajak pengunjung datang 4. Memberikan saran positif
--------------------------------	------------------	--	---

Sumber: data diolah, 2013

#### 4. Skala Pengukuran

Menurut Sugiyono (2009:92) skala pengukuran merupakan kesepakatan yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang pendeknya interval yang ada dalam alat ukur, sehingga alat ukur tersebut bila digunakan dalam pengukuran akan menghasilkan data kuantitatif.

Pada penelitian ini untuk mengukur nilai variabel yang diteliti menggunakan Skala *Likert*. Menurut Sugiyono (2009:93) bahwa Skala *Likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dengan Skala *Likert*, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Indikator yang telah ditentukan digunakan sebagai titik pengukuran untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan. Untuk keperluan kuantitatif, maka jawaban dapat diberi skor, yaitu:

- |   |   |
|---|---|
| 1. Sangat setuju/selalu/sangat positif diberi skor      | 5 |
| 2. Setuju/sering/positif diberi skor                    | 4 |
| 3. Ragu-ragu/kadang-kadang/netral diberi skor           | 3 |
| 4. Tidak setuju/hampir tidak pernah/negatif diberi skor | 2 |
| 5. Sangat tidak setuju/tidak pernah diberi skor         | 1 |

## **E. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel**

### **1. Populasi**

Menurut Sugiyono (2009:80) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Sedangkan menurut Singarimbun dan Effendi (2008:152) populasi ialah jumlah keseluruhan dari unit analisa yang ciri-cirinya akan diduga. Dari definisi diatas dapat disimpulkan bahwa populasi adalah suatu wilayah penelitian yang luas dan mempunyai karakteristik tertentu yang kemudian akan diteliti dan ditarik kesimpulannya. Pada penelitian ini populasinya adalah pengunjung wisata Jatim Park 2. Agar mempermudah melakukan penelitian maka, karakteristik pada populasi penelitian ini adalah:

- a. Pengunjung wisata Jatim park 2
- b. Pengunjung wisata Jatim Park 2 yang berumur minimal 17 tahun

### **2. Sampel**

Menurut Sugiyono (2009:81) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sedangkan menurut Arikunto (2006:131) sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti. Dari pendapat tersebut dapat disimpulkan bahwa sampel adalah sebagian dari jumlah populasi yang akan diteliti, sehingga peneliti tidak perlu meneliti semua individu dalam populasi mengingat keterbatasan dana, waktu, dan tenaga untuk memperoleh data yang diperlukan maka, untuk memperoleh kesimpulan yang mewakili populasi sampel yang diambil harus benar-benar representif (mewakili).

Pada penelitian ini pengambilan sampel dilakukan pada pengunjung Jatim Park 2 yang mengunjungi kebun binatang, wahana permainan dan museum satwa. Setiap pengunjung memasuki area kebun binatang akan memasuki wahana permainan juga, karena area kebun binatang tersebut menjadi satu dengan wahana permainan. Setelah memasuki kebun binatang pengunjung memasuki area museum satwa. Untuk menentukan jumlah sampel yang diambil dengan menggunakan rumus Machin & Chambell:

$$Up' = \frac{1}{2} \ln \left( \frac{1+\rho}{1-\rho} \right)$$

$$n = \frac{(Z_{1-\alpha} + Z_{1-\beta})^2}{UP^2} + 3$$

$$Up = \frac{1}{2} \ln \left[ \frac{1+\rho}{1-\rho} \right] + \frac{\rho}{2(n-1)}$$

Keterangan:

- In = log-e (natural logarithm)
- Up = Standardised normal random variabel corresponding to particular value of correlation coefficient  $\rho$
- Up' = initial estimate of Up
- $Z_{1-\alpha}$  = Harga yang diperoleh dari tabel distribusi normal buku dengan alpha yang ditemukan
- $Z_{1-\beta}$  = Harga yang diperoleh dari tabel distribusi normal buku dengan beta yang ditemukan
- $\rho$  = Koefisien korelasi terkecil yang diharapkan dapat dideteksi secara signifikan

Berdasarkan pertimbangan bahwa nilai  $\rho$  terendah yang diperkirakan akan diperoleh melalui penelitian ini adalah  $\rho = 0,30$ ; kemudian  $\alpha = 0,10$  ( $Z\alpha = 1,645$ ) pada pengukuran dua arah, dan  $\beta = 0,05$  ( $Z\beta = 1,645$ ), maka diperoleh  $n$  (minimal) 116 orang responden

### 3. Teknik Pengambilan Sampel

Pada penelitian ini penulis menggunakan teknik *non probability sampling*. Menurut Sugiyono (2009:84) *non probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Penelitian ini menggunakan teknik *non probability sampling* karena jumlah populasi tidak diketahui.

Penelitian ini menggunakan metode *Sampling Insidental*, menurut Sugiyono (2009:85) *Sampling Insidental* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan/insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.

### F. Teknik Pengumpulan Data

#### 1. Sumber data

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini ada dua jenis, yaitu:

- a. Sumber Primer, Menurut Sugiyono (2009:137) sumber primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data,

misalnya peneliti mendapatkan data langsung dari tempat penelitian melalui observasi

- b. Sumber sekunder, Menurut Sugiyono (2009:137) sumber sekunder merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen.

## 2. Metode Pengumpulan Data

Pada penelitian ini metode pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner. Menurut Sugiyono (2009:142), kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Dalam penelitian ini, kuesioner akan dibagikan ke konsumen pengunjung Jatim Park 2. Kuesioner dibuat dengan menggunakan skala *likert* yang akan mempermudah penulis dalam menganalisis secara kuantitatif.

### G. Uji Validitas dan Reliabilitas

#### 1. Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2009:267) validitas merupakan derajat ketepatan antara data yang terjadi pada obyek penelitian dengan data yang dapat dilaporkan oleh peneliti. Dengan demikian data yang valid adalah data yang tidak berbeda antara data yang dilaporkan oleh peneliti dengan data yang sesungguhnya terjadi pada obyek penelitian. Untuk menguji tingkat validitas suatu instrumen penelitian, dapat digunakan teknik menghitung korelasi antara masing-masing pernyataan dengan skor total dengan menggunakan rumus teknik korelasi *product moment*. Menurut Singarimbun (2008:137) rumus *product moment* sebagai berikut:

$$r = \frac{N (\sum X \sum Y)}{\{N \sum x^2 - (\sum x)^2\} \{N \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}$$

Keterangan:

- r = Koefisien korelasi (validitas) item yang dicari
- N = Jumlah sampel/responden
- X = Skor responden untuk tiap item
- Y = total skor tiap responden dari seluruh item
- $\sum X$  = Jumlah skor dalam distribusi X
- $\sum Y$  = Jumlah skor dalam distribusi Y
- $\sum X^2$  = Jumlah skor masing-masing X
- $\sum Y^2$  = Jumlah skor masing-masing Y

## 2. Uji Reliabilitas

Menurut Singarimbun dan Effendi (2008:140) reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan. Hal ini diperkuat oleh Susan Stainback yang dikutip oleh Sugiyono (2009:267-268) bahwa

*“reliability is often defined as the consistency and stability of data or findings. From a positivistic perspective, reliability typically is considered to be synonymous with the consistency of data produced by observations made by different researchers (eg interrater reliability), by the same researcher times (e.g test retest), or by splitting a data set in two parts (split-half)”* Reliabilitas berkenaan dengan derajat konsistensi dan stabilitas data atau temuan.

Untuk mengukur reliabilitas instrumen dapat menggunakan rumus *alpha cornbach*. Menurut Simamora (2004:191) rumus *alpha cornbach*, yaitu:

$$r_{11} = \left( \frac{k}{k-1} \right) \left( 1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right)$$

Keterangan:

- $r_{11}$  = Reliabilitas instrumen
- $k$  = Banyaknya butir pertanyaan

$$\begin{aligned}\sum \sigma_b^2 &= \text{Jumlah varians butir} \\ \sigma_t^2 &= \text{Varians total}\end{aligned}$$

Dengan taraf kesalahan 6% atau  $\alpha = 0,06$  maka ketentuannya bila  $t_{hit} > t_{tab}$ , maka  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak. Tetapi sebaliknya bila  $t_{hit} < t_{tab}$  maka  $H_a$  ditolak dan  $H_0$  diterima.

## H. Teknik Analisis Data

### 1. Deskriptif

Menurut Sugiyono (2009:147) Statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi. Hal ini diperkuat Hafrizal (2012:vol3:no.1) bahwa setelah data terkumpul kemudian disajikan ke dalam tabel distribusi frekuensi untuk dilakukan analisis deskriptif. Analisis ini digunakan untuk melihat gambaran secara umum tentang variabel yang diteliti dengan analisis persentase. Untuk mencari persentase jawaban angket dari responden digunakan rumus :

$$P = \frac{f}{n} \times 100 \%$$

Keterangan:

P = Persentase yang dicari  
F = Frekuensi  
N = Jumlah responden

## 2. Analisis Regresi Linier Berganda

Dalam penelitian ini teknik analisa data menggunakan teknik analisa regresi linier berganda. Persamaan regresi dapat digunakan untuk melakukan prediksi seberapa tinggi nilai variabel *dependen* bila nilai variabel *independen* dimanipulasi (diubah-ubah). Regresi linier berganda digunakan apabila variabel *independen* berjumlah dua atau lebih. Menurut Simamora (2004:339) untuk menghitung regresi linier berganda dapat menggunakan rumus:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \dots + b_nX_n$$

Keterangan:

- Y = Variabel terikat (*dependen*)
- a = Konstanta
- b = Koefisien regresi
- X = Variabel bebas (*Independen*)

## 3. Uji F (uji simultan)

Uji F dilakukan untuk mengetahui pengaruh bauran pemasaran jasa (*product, price, place, promotion, people, process, customer service*) terhadap keputusan konsumen mengunjungi wisata Jatim Park 2, maka digunakan uji F sesuai dengan Sugiyono (2009:192) menggunakan rumus:

$$F_h = \frac{R^2/K}{(1-R^2)/(n-k-1)}$$

Keterangan:

- R = Koefisien korelasi berganda
- k = Jumlah variabel *independen*
- n = Jumlah anggota sampel

Dengan tingkat kesalahan  $\alpha = 0,05$  atau 5% maka berlaku ketentuan bila  $F_h > F_t$ , maka koefisien korelasi ganda yang diuji adalah signifikan, yaitu dapat diberlakukan untuk seluruh populasi.

#### 4. Uji t

Pada penelitian ini digunakan uji t, yaitu digunakan untuk mengetahui pengaruh koefisien regresi variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat.

Rumus uji t menurut Sugiyono (2009:184), yaitu:

$$t = \frac{r \sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Keterangan:

- t =  $t_{hitung}$  yang kemudian di bandingkan dengan  $t_{tabel}$
- r = Korelasi parsial
- n = Jumlah sampel

Dengan taraf kesalahan 5%, maka ketentuannya bila  $t_{hit} < t_{tab}$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak. Tetapi sebaliknya bila  $t_{hit} > t_{tab}$  maka  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak.