

## BAB 3

### METODE PENELITIAN

#### 3.1 Metode Penelitian

Penelitian ini termasuk penelitian deskriptif, karena penelitian ini bertujuan menganalisis data yang tidak terukur dan dilakukan dalam latar alamiah. Penelitian ini bersifat kuantitatif dengan objek *BROW Tour And Travel Lumajang*. Objek ini menganalisis pengaruh kualitas pelayanan (X1), persepsi harga (X2), dan promosi (X1) terhadap kepuasan konsumen.

#### 3.2 Populasi dan Sampel

##### 3.2.1 Populasi

Menurut Sugiono (2019), Populasi adalah suatu bidang umum yang terdiri atas obyek-obyek atau subyek-subyek dengan jumlah dan ciri-ciri tertentu yang peneliti tentukan untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen *BROW Tour and Travel Lumajang* yang telah menggunakan jasa *BROW Tour and Travel Lumajang* lebih dari satu kali.

##### 3.2.2 Sampel

Menurut Sugiyono (2018), Sampel adalah sebagian dari jumlah dan ciri-ciri suatu populasi dengan cara meneliti sebagian dari populasi tersebut. Penelitian berharap hasil yang diperoleh menggambarkan karakteristik populasi yang diteliti. Sampel dalam penelitian ini adalah konsumen yang menggunakan *BROW Tour And Travel Lumajang* lebih dari satu kali. Dalam menentukan jumlah sampel yang akan diambil dalam penelitian ini mengacu pada pendapat Ferdinand (2006) yang menyatakan bahwa besarnya sampel bergantung pada banyaknya indikator dikalikan angka 5 sampai 10, sedangkan indikator yang digunakan berjumlah 17, sehingga dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$\begin{aligned}\text{Sampel} &= 5 \times \text{Jumlah Indikator} \\ &= 5 \times 17 \\ &= 85\end{aligned}$$

Dengan demikian, jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 85 konsumen *BROW Tour and Travel Lumajang*.

##### 3.2.3 Teknik pengambilan Sampel Penelitian

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik *non-probability* sampling. Menurut (Sugiyono 2021), teknik non-probabilitas adalah teknik yang tidak memberikan kesempatan untuk memilih setiap elemen populasi sebagai sampel. Karakteristik populasi penelitian ini adalah konsumen tahun 2020 hingga 2023 yang menggunakan jasa *BROW Tour and Travel Lumajang* lebih dari satu kali, dan konsumen berusia di atas 17 tahun.

Berdasarkan teori tersebut, peneliti menggunakan metode pemilihan sampel dengan menggunakan *purposive sampling* yaitu penentuan sampel berdasarkan ketentuan kriteria responden sesuai dengan data yang dibutuhkan. Kriteria penggunaan responden sebagai sampel adalah

1. Konsumen yang telah menggunakan jasa BROW *Tour and Travel* Lumajang lebih dari satu kali dengan paket apapun (pariwisata, travel, dll) dalam kurun waktu satu tahun. Dari tahun 2022 hingga 2023
2. Konsumen berusia antara 17 dan 58 tahun (karena ini adalah standar usia di mana seseorang dapat bertanggung jawab atas jawabannya).

### 3.3 Jenis dan Sumber Data

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian lapangan, yaitu pengamatan langsung terhadap objek yang diteliti guna memperoleh data yang relevan. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dimana peneliti dapat mengidentifikasi beberapa variabel saja dari objek yang diteliti kemudian membuat instrumen untuk mengukurnya. Penelitian kuantitatif membutuhkan banyak penggunaan angka, mulai dari mengumpulkan data, menafsirkan data tersebut, dan menghasilkan hasil. Demikian pula kesimpulan penelitian akan lebih mudah dipahami apabila disertai juga dengan tabel, grafik, diagram, gambar, atau tampilan lainnya. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder.

#### 1. Data primer

Data primer adalah sumber data yang diperoleh secara langsung dari sumber utamanya, yaitu konsumen BROW *Tour and Travel* Lumajang. Menurut (Sugiyono 2021), Data primer adalah sumber data yang memberikan informasi secara langsung kepada pengumpul data. Dalam penelitian ini, data primer diperoleh dari jawaban kuesioner yang dibagikan kepada 85 partisipan.

#### 2. Data sekunder

Menurut (Sugiyono 2021), data sekunder merupakan sumber tidak langsung yang memberikan data kepada peneliti, dan data diperoleh dari sumber yang dapat memberikan dukungan terhadap penelitian seperti literatur dan dokumen pada saat proses pengumpulan data.

### 3.4 Identifikasi Variabel

Variabel-variabel yang digunakan pada penelitian ini antara lain:

#### 1. *Independen variabel* atau variabel bebas (X),

*Independen variabel* adalah variabel yang tidak bergantung pada variabel lain. Dalam penelitian ini terdiri dari tiga variabel bebas, yaitu:

- a. Variabel Kualitas Pelayanan (X1)
- b. Variabel Persepsi Harga (X2)
- c. Variabel Promosi (X3)

#### 2. *Dependen variabel* atau variabel terikat (Y),

*Dependen variabel* yaitu variabel yang bergantung pada variabel lainnya. dalam penelitian ini, variabel terikatnya adalah *Satisfaction* Konsumen.

### 3.5 Definisi Operasional Variabel

#### 3.5.1 Variabel

Variabel penelitian menurut (Sukendra 2020) Itu adalah sesuatu yang dengan cara apa pun peneliti putuskan untuk dipelajari sehingga informasi mengenai hal itu dapat diperoleh, dan kemudian kesimpulan dapat ditarik. Terdapat lima jenis variabel yaitu variabel bebas, variabel terikat, variabel intervening, variabel moderasi, dan variabel kontrol. Namun dalam

penelitian ini peneliti hanya menggunakan dua variabel yaitu variabel bebas dan variabel terikat.

Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau menyebabkan perubahan atau munculnya variabel terikat. Dalam penelitian ini peneliti memilih untuk menggunakan kualitas pelayanan, persepsi harga, dan promosi sebagai variabel independen. Variabel terikat atau dependen adalah variabel yang dipengaruhi atau merupakan akibat dari adanya variabel bebas atau independen. Dalam penelitian ini peneliti memilih untuk menggunakan kepuasan konsumen sebagai variabel dependen.

Adapun operasionalisasi variabel dalam penelitian ini dapat dilihat dalam tabel berikut.

**Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel**

Variabel Penelitian	Definisi	Indikator	Operasional
X1	Kualitas Pelayanan	<p>kualitas Pelayanan dapat diartikan sebagai berfokus pada memenuhi kebutuhan dan persyaratan, serta pada ketepatan waktu untuk memenuhi harapan konsumen. Kualitas Pelayanan berlaku untuk semua jenis layanan yang disediakan oleh perusahaan saat klien berada di perusahaan.</p> <p><i>Tangible/Fakta langsung</i></p> <p><i>Realibility/Keandalan</i></p> <p><i>Responsiveness/ Kemampuan Tanggapan</i></p> <p><i>Assurance/Tanggung</i></p> <p><i>Empathy/Empati</i></p>	<p>Keadaan kendaraan yang disediakan BROW <i>Tour and Travel</i> lumajang.</p> <p>Keandalan pengemudi pada saat membawa kendaraan pada BROW <i>Tour and Travel</i> Lumajang.</p> <p>Ketanggapan pengemudi pada saat ada complain konsumen BROW <i>Tour and Travel</i> Lumajang.</p> <p>Pengemudi mengendarai kendaraan dengan mengutamakan keselamatan konsumen BROW <i>Tour and Travel</i> Lumajang.</p> <p>Pengemudi mampu memahami kondisi konsumen pada saat diperjalanan.</p>
X2	Persepsi	Menurut (Maratun	Harga dapat

Variabel Penelitian	Definisi	Indikator	Operasional
Harga	and Slamet 2023), pengertian harga adalah sejumlah uang yang dibebankan terhadap suatu produk (barang atau jasa), atau jumlah nilai yang harus dibayar konsumen demi mendapatkan manfaat dari produk tersebut. Menurut	Keterjangkauan harga	dijangkau semua kalangan konsumen BROW <i>Tour and Travel</i> Lumajang.
		Kesesuaian harga dengan kualitas	Harga setara dengan kualitas yang diberikan BROW <i>Tour and Travel</i> Lumajang.
		Daya saing harga	Daya saing harga yang masih dapat dijangkau konsumen BROW <i>Tour and Travel</i> Lumajang.
X3 Promosi	Syafarudin, (2020). Menyatakan promosi adalah Suatu bentuk komunikasi antara penjual dan pembeli yang bersumber dari informasi yang benar dan bertujuan untuk mengubah sikap dan perilaku pembeli yang sebelumnya tidak dikenal menjadi akrab, sehingga menjadi pembeli dan tetap mengingat produk dan jasa tersebut.	Kesesuaian dengan manfaat	Kesesuaian harga dengan manfaat yang diberikan oleh setiap fasilitas.
		Pesan Promosi	Penyampaian pesan promosi yang jelas sehingga dapat dipahami oleh konsumen BROW <i>Tour and Travel</i> Lumajang.
		Media Promosi	Penyampaian pesan promosi dilakukan dengan media sosial.
Y	<i>Satisfaction</i>	Periklanan	Media periklanan disampaikan dengan jelas.
		Kualitas jasa yang dihasilkan	Penilaian terhadap pelayanan yang telah diberikan BROW <i>Tour and Travel</i> Lumajang.

Variabel Penelitian	Definisi	Indikator	Operasional
	keadaan dalam kehidupannya sebagaimana adanya saat ini.	Kualitas pelayanan yang diberikan	Pelayanan karyawan yang diberikan kepada konsumen BROW <i>Tour and Travel</i> Lumajang.
		Metode keluhan dan saran	Media yang digunakan untuk sarana keluhan dan saran konsumen terhadap jasa yang telah diberikan BROW <i>Tour and Travel</i> Lumajang
		Kemudahan mengakses jasa	Penyebaran iklan guna menginformasikan bisnis BROW <i>Tour and Travel</i> Lumajang.
		Cara pengiklanan jasa	Pengukuran pada kuesioner dilakukan dengan skala likert.

Sumber: Artikel Penelitian terdahulu

### 3.6 Metode Analisis Data

Menurut (Sugiyono 2021) Dalam penelitian kuantitatif, analisis data dilakukan setelah data dikumpulkan dari seluruh partisipan atau sumber data lainnya. Analisis data pada penelitian kuantitatif menggunakan metode statistik yang didukung oleh perangkat lunak SPSS. Metode yang digunakan untuk menganalisis data adalah analisis statistik deskriptif, dengan penjelasan sebagai berikut:

#### 3.6.1 Statistik Deskriptif

Tes deskriptif dalam penelitian ini digunakan untuk memberikan gambaran mengenai sifat atau karakteristik variabel utama yang diteliti. Statistik deskriptif adalah jenis statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara menggambarkan atau menjelaskan data yang telah terkumpul secara langsung, tanpa berusaha menarik kesimpulan umum atau membuat generalisasi (Sugiyono 2021). Statistik deskriptif dalam penelitian ini digambarkan berdasarkan demografi responden.

### 3.7 Uji Instrumen

#### 3.7.1 Uji Validitas

Menurut (Sugiono 2015) Uji validitas mengukur sejauh mana data yang diperoleh dalam topik penelitian mencerminkan akurasi dan kekuatan yang dapat dilaporkan oleh peneliti. Dengan kata lain, data yang valid adalah data yang tidak menunjukkan perbedaan antara laporan peneliti dan kondisi yang sesungguhnya. Dalam penelitian ini, uji validitas dilakukan dengan mengkorelasikan setiap pertanyaan dengan total skor. Hasil korelasi tersebut kemudian dibandingkan dengan tingkat signifikansi (*critical rate*)  $\alpha$  sebesar 1%, 5%, atau 10% menggunakan rumus berikut:

$$r_{xy} = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{N \sum X^2 - (\sum X)^2\} \{N \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Dimana:

- r = Koefisien korelasi
- N = Jumlah sampel
- X = Skor indikator variabel (pernyataan)
- Y = Skor total variable

Jika dalam penelitian ditemukan data yang tidak valid, peneliti dapat menghapus item-item kuesioner yang tidak valid, atau memperbaiki struktur dan makna kalimat agar lebih jelas dan akurat.

### 3.7.2 Uji Reliabilitas

Menurut (Sugiono 2015), Pengujian reliabilitas berkaitan dengan sejauh mana konsistensi dan stabilitas data atau hasil yang diperoleh. Data dianggap reliabel jika dua atau lebih peneliti menghasilkan data yang serupa pada organisme yang sama, atau jika peneliti yang sama menghasilkan data yang konsisten pada waktu yang berbeda. Reliabilitas diukur dengan melakukan pengukuran berulang terhadap konstruk atau variabel yang diteliti. Semakin tinggi korelasi antara skor yang diperoleh dari pengukuran berulang, semakin dapat diandalkan pengukuran tersebut. Untuk menguji reliabilitas, digunakan uji statistik *Cronbach's alpha* ( $\alpha$ ). Reliabilitas berfokus pada keakuratan pengukuran dan konsistensi hasil. Dalam penelitian ini, uji reliabilitas dilakukan menggunakan *Cronbach's alpha* ( $\alpha$ ) dengan rumus sebagai berikut:

$$\alpha = \frac{kr}{1+(k-1)r}$$

Keterangan :

- $\alpha$  = Koefisien reabilitas
- r = Koefisien rata-rata korlasi antar variabel
- k = jumlah variabel bebas dalam persamaan

Jika nilai *alpha* > 0,7 berarti reliabilitasnya cukup (*adequate reliability*), sedangkan jika nilai *alpha* > 0,80 berarti semua butir soal reliabel dan semua tes konsisten secara internal karena mempunyai reliabilitas yang kuat. Atau ada pula yang mengartikannya sebagai berikut:

- a. Jika *alpha* > 0,90 maka reliabilitas sempurna
- b. Jika *alpha* antara 0,70 – 0,90 maka reliabilitas tinggi
- c. Jika *alpha* antara 0,50 – 0,70 maka reliabilitas moderat

d. Jika  $\alpha < 0,50$  maka reliabilitas rendah

### 3.8 Analisis Linear Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk menganalisis pengaruh lebih dari satu alternatif, katakanlah pada satu ketergantungan. Beragam seluruh kata terintegrasi pada variabel umum (Ghozali 2020). Berikut persamaan regresi linier berganda yang digunakan peneliti :

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

Keterangan:

Y = *Satisfaction*

a = Bilangan konstanta

b<sub>1</sub> = Koefisien regresi variabel Kualitas pelayanan

b<sub>2</sub> = Koefisien regresi variabel Persepsi Harga

b<sub>3</sub> = Koefisien regresi variabel Promosi

X<sub>1</sub> = Kualitas Pelayanan

X<sub>2</sub> = Persepsi Harga

X<sub>3</sub> = Promosi

e<sub>i</sub> = error

### 3.9 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik merupakan persyaratan statistik yang harus diterapkan dalam analisis regresi linier berganda berdasarkan kuadrat terkecil biasa. Dalam OLS hanya terdapat satu variabel terikat, sedangkan variabel bebas lebih dari satu. Menurut (Ghozali 2020) Untuk mengetahui keakuratan model perlu dilakukan uji beberapa asumsi klasik yaitu uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas.

#### 3.9.1 Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah model regresi pada penelitian ini telah menyebarkan residual secara normal atau tidak. Indikator model regresi yang baik adalah adanya data yang berdistribusi normal. Cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak dapat dilakukan dengan menggunakan uji non parametrik *Kolmogorov-Smirnov* (KS) yang terdapat pada SPSS. Sebaran data dapat dikatakan normal apabila nilai signifikansinya  $> 0,05$  (Ghozali 2020). Terdistribusi normal atau tidaknya suatu data juga dapat dideteksi dengan cara yang lebih reliabel, yaitu dengan melihat plot probabilitas normal. Model regresi yang baik memodelkan data yang berdistribusi normal, yaitu dengan mendeteksi dan melihat sebaran data (titik) pada sumbu diagonal grafik.

#### 3.9.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk menguji apakah suatu model regresi penelitian terdapat hubungan antar variabel. Model regresi yang baik adalah yang tidak terdapat korelasi antar variabel independen dan bebas dari gejala multikolinearitas.

Untuk mengetahui ada atau tidaknya gejala multikolinearitas dilakukan dengan melihat besarnya nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) serta nilai toleransinya. Toleransi mengukur varians suatu variabel tertentu yang tidak dapat dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Nilai yang digunakan untuk menunjukkan adanya gejala multikolinearitas adalah nilai VIF  $< 10,00$  dan nilai toleransi  $> 0,10$ .(Ghozali 2020).

#### 3.9.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terdapat ketimpangan varians dari residu satu observasi ke observasi lainnya (Ghozali 2020). Uji heterogenitas dapat dilakukan dengan melihat catterplot antara SRESID dan ZPRED yaitu apakah terdapat pola tertentu atau tidak. Dasar pengambilan keputusan adalah sebagai berikut:

1. Apabila terdapat pola tertentu, misalnya titik-titik yang membentuk pola teratur tertentu (bergelombang, melebar, kemudian menyempit), hal ini menunjukkan terjadinya heterogenitas.
2. Jika tidak ada pola yang jelas, dan titik-titik tersebar di atas dan di bawah 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heterogenitas (Ghozali 2020).

Sebagai cara untuk meningkatkan pengujian sebar, metode lainnya adalah pengujian taman. Artinya, jika variabel independen mempunyai nilai tingkat signifikansi melebihi 0,05 maka dapat disimpulkan tidak terdapat gejala heterogenitas dalam model regresi penelitian ini.

### 3.10 Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Uji determinasi ( $R^2$ ) pada intinya mengukur seberapa sistematis model menjelaskan varians suatu variabel. Faktor adalah nilai antara nol dan satu. Nilai  $R^2$  yang kecil menunjukkan bahwa variabel independen mampu menjelaskan varians suatu variabel yang sangat terbatas. Dekat dengan sendirinya berarti variabel tersebut bersifat independen. Hampir seluruh informasi diperlukan untuk memprediksi perubahan variabel tersebut. Insya Allah Anda akan mengumumkan apa yang termasuk dalam formulir. Pesan untuk  $R^2$  dapat terpengaruh atau dikurangi jika terdapat satu penjumlahan manifold dan integral.(Ghozali 2020).

### 3.11 Uji Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen, dan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen diuji pada taraf signifikansi  $\alpha = 0,05$  yaitu , kemungkinannya. Validitas kesimpulan yang diambil adalah 95% probabilitas atau toleransi 5 kesalahan. Jika nilai probabilitas t lebih kecil dari 0,05 maka variabel independen mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen(Ghozali 2020).

Kriteria pengambilan keputusan: Hasil angka t dibandingkan dengan t tabel, dengan kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut:

1. Jika nilai sig. < 0,05 maka hipotesis diterima (signifikan). Hal ini menunjukkan bahwa variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen secara parsial.
2. Untuk. Jika nilai sig. > 0,05 maka hipotesis ditolak (tidak signifikan). Hal ini menunjukkan bahwa variabel independen tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen secara parsial.