

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Metode Penelitian

Metode penelitian adalah sekumpulan peraturan, kegiatan, dan prosedur yang digunakan oleh pelaku suatu disiplin. Penelitian merupakan suatu penyelidikan yang sistematis untuk meningkatkan sejumlah pengetahuan, juga merupakan suatu usaha yang sistematis dan terorganisasi untuk menyelidiki masalah tertentu yang memerlukan jawaban.

“Penelitian deskriptif adalah uraian sistematis tentang teori dan hasil-hasil penelitian yang relevan dengan variabel yang diteliti”. (Sugiyono, 2013: 86)

Selanjutnya menurut Sugiyono (2018: 28) terdapat beberapa jenis penelitian antara lain:

1. Penelitian kuantitatif, adalah penelitian dengan memperoleh data yang berbentuk angka atau data yang diangkakan.
2. Penelitian kualitatif, data kualitatif adalah data yang berbentuk kata, skema dan gambar.

Berdasarkan teori diatas, maka penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif kuantitatif, data diperoleh dari sampel populasi penelitian, dianalisis sesuai dengan metode statistik yang digunakan kemudian diinterpretasikan. Metode

deskriptif kuantitatif ini bertujuan mengetahui pengaruh antar variabel dan melaporkan objek atau subjek yang diteliti sesuai adanya.

B. Definisi Operasional Variabel Penelitian

Definisi operasional variabel adalah pengertian variabel yang diungkapkan dalam definisi konsep tersebut, secara operasional, secara praktis, secara nyata dalam objek penelitian. Definisi operasional merupakan suatu penjelasan konsep yang terdapat pada judul penelitian yang diukur jenis dan tingkatnya sehingga variabel-variabel yang diteliti menjadi jelas. Penelitian ini menggunakan variabel bebas yaitu Citra Destinasi dan Fasilitas Wisata serta variabel terikat yaitu Loyalitas Konsumen .

1. Variabel Bebas (X1)

a. Citra Destinasi

“Citra destinasi didefinisikan tidak hanya sebagai atribut destinasi tetapi juga kesan menyeluruh yang ditampilkan oleh destinasi. Citra destinasi terdiri dari karakteristik fungsional yang menyangkut aspek nyata dari destinasi dan karakteristik psikologis yang menyangkut aspek tidak berwujud. Selain itu citra destinasi dapat diatur secara kontinum mulai dari ciri-ciri yang dapat digunakan untuk membandingkan semua destinasi yang unik menjadi sangat sedikit..

Menurut Hailin Qu et all (dalam ilda Amalia dan Murwatiningsih, 2016)

indikator citra destinasi terbagi menjadi 3 yaitu sebagai berikut :

- 1) *Cognitif destination image*, (citra destinasi kognitif), terdiri dari kualitas pengalaman yang didapat oleh para wisatawan, atraksi wisata yang ada di suatu destinasi, lingkungan dan infrastruktur di lingkungan tersebut, hiburan dan tradisi budaya dari destinasi tersebut.
- 2) *Unique image*, (citra destinasi yang unik), terdiri dari lingkungan alam, kemenarikan suatu destinasi dan atraksi local yang ada di destinasi tersebut.
- 3) *Affective destination image*, (citra destinasi yang efektif), terdiri dari perasaan yang menyenangkan, membangkitkan, santai dan menarik ketika di suatu destinasi.

b. Fasilitas Wisata (X2)

“Fasilitas merupakan suatu jasa pelayanan yang di sediakan oleh suatu objek wisata untuk menunjang atau mendukung aktifitas-aktifitas wisatawan yang berkunjung di suatu objek wisata. Apabila suatu objek wisata memiliki fasilitas yang memadai serta memenuhi standar pelayanan dan dapat memuaskan pengunjung maka dapat menarik wisatawan lebih banyak lagi melalui kesan-kesan baik dari pengunjung sebelumnya.”

Indriyani Ratna Dewi, (2018: 20).

Menurut Tjiptono (dalam Thomas Aquinas Wahyu adi Putranto, 2016)

indikator fasilitas ada enam, yaitu:

Yang indikatornya adalah:

- 1) Pertimbangan/ perencanaan spasial
- 2) Perencanaan ruang
- 3) Perlengkapan/ perabotan
- 4) Tata cahaya dan warna
- 5) Pesan-pesan yang disampaikan secara grafis
- 6) Unsur pendukung

2. Variabel Terikat (Y)

“Loyalitas konsumen merupakan perilaku yang terkait dengan merek sebuah produk, termasuk kemungkinan memperbaharui kontrak merek di masa yang akan datang, berapa kemungkinan pelanggan mengubah dukungannya terhadap merek, berapa kemungkinan keinginan pelanggan untuk meningkatkan citra positif suatu produk.”

Indikator yang digunakan dalam penelitian loyalitas konsumen menurut Kotler dan Keller (2010: 57) adalah:

- d. Kesetiaan terhadap produk.
- e. Ketahanan terhadap pengaruh yang negatif mengenai perusahaan.
- f. Mereferensikan secara total esistensi perusahaan.

C. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data merupakan faktor penting dalam keberhasilan suatu penelitian. Hal ini berkaitan dengan bagaimana cara mengumpulkan data, siapa sumbernya dan apa alat yang digunakan. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti adalah sebagai berikut:

1. Kuesioner

“Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara pemberian seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk menjawabnya” (Sugiyono, 2018:230).

Dalam penelitian ini, kuesioner akan diberikan kepada responden untuk memperoleh tanggapan tentang pengaruh citra destinasi dan fasilitas wisata terhadap loyalitas konsumen pada wisata talang indah.

2. Dokumentasi

“Teknik pengumpulan data dengan dokumentasi ialah pengambilan data yang diperoleh melalui dokumen-dokumen”. (Wiratna Sujarweni, 2015)

Dokumentasi diperlukan untuk mengetahui profil perusahaan, struktur kepengurusan, serta hal-hal yang berkaitan dengan penelitian ini.

3. Wawancara

“Wawancara merupakan penelitian survey yang dilakukan oleh peneliti dengan cara merekam jawaban atas pertanyaan kepada responden. Peneliti mengajukan pertanyaan kepada responden dengan pedoman wawancara, mendengarkan atas jawaban, mengamati perilaku, dan merekam semua respon dari yang di survei.” (Creswell dalam Sugiono, 2018: 224).

D. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian merupakan semua alat yang digunakan untuk mengumpulkan, memeriksa, menyelidiki suatu masalah, atau mengolah dan menyajikan data-data secara sistematis secara objektif dengan tujuan untuk memecahkan suatu persoalan.

Menurut Suharsimi Arikunto (Wiratna Sujarweni, 2015). Instrumen pengumpulan data adalah alat bantu yang dipilih dan digunakan oleh peneliti dalam kegiatannya mengumpulkan data agar kegiatan tersebut menjadi sistematis dan dipermudah olehnya.

Instrumen disusun berdasarkan indikator-indikator dari citra destinasi, fasilitas wisata dan loyalitas konsumen yang telah dilakukan oleh konsumen yang akan diwakili oleh pertanyaan ataupun pernyataan dengan alternatif jawaban yang direspon dalam bentuk skala likert. Yang diungkapkan melalui kata-kata. Untuk keperluan analisis kuantitatif, maka jawaban itu dapat diberi skor sebagai berikut:

1. Sangat Baik (SB) : diberi skor 5
2. Baik (B) : diberi skor 4
3. Kurang Baik (KR) : diberi skor 3
4. Tidak Baik (TB) : diberi skor 2
5. Sangat Tidak Baik (STB) : diberi skor 1

Untuk melangkah dalam pembuatan instrumen berupa kuisisioner, maka perlu dibuat kisi-kisi sebagai panduan dari setiap variabel sesuai indikator dan alat ukur yang digunakan, seperti yang ditunjukkan pada table dibawah ini:

Tabel 2 Kisi-Kisi Kuisisioner

NO	Variabel	Indikator	No Item	Jumlah	Skala Pengukuran
1	Citra Destinasi	1. <i>Cognitive Image</i>	1-2	2	Skor 1-5
		2. <i>Unique Image</i>	3-4	2	
		3. <i>Affective Image</i>	5-6	2	
Jumlah		6			
2	Fasilitas Wisata	1. Pertimbangan / perencanaan spasial	7-8	2	Skor 1-5
		2. Perencanaan ruang	9-10	2	
		3. Perlengkapan / perabotan	11-12	2	
		4. Tata cahaya dan warna	13-14	2	
		5. Pesan-pesan yang di sampaikan secara grafis	15-16	2	
		6. Unsur pendukung	17-18	2	
Jumlah		12			
3	Loyalitas konsumen	1. Kesetiaan terhadap produk	19-20	2	Skor 1-5
		2. Ketahanan terhadap pengaruh yang negatif mengenai perusahaan.	21-22	2	
		3. Mereferensikan secara			

	total esistensi perusahaan.	23-24	2	
	Jumlah	6		
	Total	24		

Kuisisioner yang telah dibuat kemudian diberi skor untuk mengetahui citra destinasi dan fasilitas wisata berpengaruh terhadap loyalitas konsumen pada wisata talang indah dengan pengkategorian setuju, kurang setuju, dan sangat setuju. penghitungan nilai interval variabel digunakan rumus:

$$i = \frac{NT - NR}{K}$$

Keterangan:

- i = Kelas Interval
- NT = Nilai tertinggi
- NR = Nilai terendah
- K = Kategori

Pada kuisisioner citra destinasi sebanyak 6 pertanyaan, sehingga nilai skor tertinggi sebesar $5 \times 6 = 30$, dan nilai terendah $1 \times 6 = 6$, selanjutnya dibuat kelas interval sebagai berikut.

$$i = \frac{(5 \times 6) - (1 \times 6)}{3}$$

$$i = \frac{(30 - 6)}{3}$$

$$i = 8$$

Dengan interval ($I = 8$) diperoleh pengkategorian citra destinasi sebagai berikut:

- Skor 6 - 13 adalah kurang baik
- Skor 14 - 21 adalah baik

- Skor 22 - 30 adalah sangat baik

Pada kuisioner fasilitas wisata sebanyak 12 pernyataan sehingga nilai skor tertinggi sebesar $5 \times 12 = 60$, dan nilai terendah $1 \times 12 = 12$, selanjutnya dibuat kelas interval sebagai berikut.

$$i = \frac{(5 \times 12) - (1 \times 12)}{3}$$

$$i = \frac{(60 - 12)}{3}$$

$$i = 16$$

Dengan interval ($i=16$) diperoleh pengkategorian fasilitas wisata sebagai berikut:

- Skor 12 - 27 adalah kurang baik
- Skor 28 - 43 adalah baik
- Skor 44 - 60 adalah sangat baik

Sedangkan pada variabel terikat loyalitas konsumen pada kuisioner sebanyak 6 pernyataan sehingga nilai skor tertinggi adalah $5 \times 6 = 30$, nilai terendah $1 \times 6 = 6$, kelas interval :

$$i = \frac{(5 \times 6) - (1 \times 6)}{3}$$

$$i = \frac{30 - 6}{3}$$

$$i = 8$$

Dengan interval ($i= 8$) diperoleh pengkategorian loyalitas konsumen sebagai berikut.

- Skor 6 - 13 adalah kurang baik
- Skor 14- 21 adalah baik
- Skor 22 - 30 adalah sangat baik

E. Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

1. Populasi Penelitian

“Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan diambil kesimpulannya” (Sugiyono, 2018:148).

Adapun yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang berkunjung di Wisata Talang Indah Pajarisuk.

2. Sampel Penelitian

Roscoe dalam Sugiyono (2013: 129-130) memberikan saran-saran tentang ukuran sampel untuk penelitian seperti berikut ini.

- a. Ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah antara 30 sampai dengan 500.
- b. Bila sampel dibagi dalam kategori (misalnya : pria-wanita, pegawai negeri-swasta dan lain-lain) maka jumlah anggota sampel setiap kategori minimal 30.

- c. Bila dalam penelitian akan melakukan analisis dengan multivariate (korelasi atau regresi ganda misalnya), maka jumlah anggota sampel minimal 10 kali dari jumlah variabel yang diteliti. Misalnya variabel penelitiannya ada 5 (independen + dependen), maka jumlah anggota sampel = $10 \times 5 = 50$.
- d. Untuk penelitian eksperimen yang sederhana, yang menggunakan kelompok eksperimen dan kelompok kontrol, maka jumlah anggota sampel masing-masing antara 10 s/d 20.

Berdasarkan penjelasan di atas maka sampel yang digunakan dalam penelitian ini diambil dari jumlah variabel yaitu $3 \times 10 = 30$, maka peneliti memutuskan untuk mengambil sampel sebanyak 30 pengunjung di Wisata Talang Indah Pajarisuk.

3. Teknik Sampling

“Menurut Sugiyono (2018: 156) “*accidental sampling* 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 cocok sebagai sumber data”,

dengan kriteria utamanya adalah konsumen yang berkunjung di Wisata Talang Indah Pajarisuk.

F. Metode Analisis Data

Dalam hal ini kuesioner sebagai instrumen penelitian sebelumnya perlu dilakukan uji coba untuk mengetahui apakah kuisisioner tersebut mampu dipahami atau tidak, agar nantinya data tersebut memenuhi syarat valid dan reliabel. Teknik uji coba instrument penelitian dilakukan di 10 tempat wisata di Kabupaten Pringsewu selanjutnya dilakukan uji validitas dan reliabelitas. Setelah dikatakan valid maka dilanjutkan dengan menyebar kuisisioner kepada 30 pengunjung di Wisata Talang Indah Pajarisuk. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Uji Instrument Penelitian

a. Uji validitas

Menurut Arikunto (2010: 211) “validitas adalah suatu ukuran yang menunjukantingkat-tingkat kevalidan suatu instrumen. Instrument yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid”. Sedangkan menurut sugiono (2013: 173) “valid berarti instrument tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur”.

Untuk mengukur uji validitas instrumen menggunakan rumus kolerasi *pearson product moment*. Uji validitas sebaiknya di lakukan pada setiap

butir pernyataan di setiap uji validitasnya. Hasil r hitung kita bandingkan dengan r table dimana $df=n-2$ dengan sig 5%. Jika $r_{tabel} < r_{hitung}$ maka valid. Menurut Sugiyono (2018: 286) rumus *Pearson Product Moment* sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{n\sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{[n\sum x^2 - (\sum x)^2][n\sum y^2 - (\sum y)^2]}}$$

Keterangan:

n = banyaknya jumlah sampel yang diuji

x = pertanyaan ke- t

y = jumlah dari keseluruhan pertanyaan

kriteria putusan

jika $r_{xy-hitung} > r_{xy-tabel}$ maka kuesioner valid

jika $r_{xy-hitung} < r_{xy-tabel}$ maka kuesioner tidak valid

b. Uji Reabilitas

Uji reabilitas dilakukan untuk mengukur sejauh mana alat ukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan. Pengujian reabilitas dilakukan dengan cara memperhatikan varian untuk skor item dan skor totalnya yang dihitung menggunakan rumusan *alpha cronbach*. Rambat dan Ridho (2015: 62) adalah sebagai berikut:

$$r = \frac{k}{k-1} \left(1 - \frac{\sum \alpha_h^2}{\alpha_t^2} \right)$$

Keterangan:

r = indeks realibilitas

k = banyaknya butir pertanyaan

α_i^2 = varian total

$\sum \alpha_h^2$ = jumlah varian butiran pertanyaan

Menurut Ghazzali dalam Ristiana Wulandari (2016: 6) “jika nilai *Cronbach Alpha* > 0,6 maka instrumen penelitian realibel. Jika nilai *cronbach alpha* < 0,6 maka instrumen penelitian tidak realibel”.

2. Analisis Regresi Berganda

Dalam upaya menjawab permasalahan dalam penelitian ini maka digunakan analisis regresi linear berganda (*multiple regression*). Analisis regresi digunakan untuk menganalisis pengaruh antara variabel independen yaitu citra destinasi dan fasilitas wisata terhadap variabel dependen yaitu keputusan loyalitas konsumen. Rumus matematis dari regresi linear berganda yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

Keterangan :

Y = Loyalitas konsumen (variabel dependen)

a = Konstanta

b_1, b_2 = Koefisien persamaan regresi prediktor X_1 dan X_2

X_1 = Citra destinasi (variabel independen)

X_2 = Fasilitas wisata (variabel independen)

3. Pengujian Hipotesis

a. Uji Berganda (Uji F)

Uji F pada dasarnya dilakukan “untuk mengetahui signifikansi hubungan antara semua variabel bebas dan variabel terikat, apakah variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh bersama-sama terhadap variabel terikat” Sugiyono (2013: 297). Dalam penelitian ini pengujian hipotesis secara simultan yakni untuk mengukur besarnya pengaruh citra destinasi dan fasilitas wisata terhadap loyalitas konsumen sebagai variabel terikatnya.

$$F = \frac{r^2/k}{(1-r^2)/(n-k-1)}$$

F = Nilai F hitung

r = Koefisien korelasi ganda

k = Jumlah variabel independen

n = Jumlah anggota sampel

Ketentuannya :

- 1) $H_0 : \beta = 0$ artinya tidak ada pengaruh pada masing-masing variabel bebas (x) terhadap variabel (y)
- 2) $H_a : \beta > 0$ artinya ada pengaruh pada masing-masing variabel bebas (x) terhadap variabel terikat (y)

Tingkat kepercayaan yang digunakan 95 % atau taraf signifikasinya adalah 5 % dengan kriteria sebagai berikut :

- a) Apabila $f_{hitung} > f_{tabel}$, maka H_0 ditolak H_1 diterima ada pengaruh antara variabel bebas (x) secara bersama-sama dengan variabel terikat (y)
- b) Apabila $f_{hitung} < f_{tabel}$, maka H_a diterima dan H_1 ditolak berarti tidak ada pengaruh antara variabel bebas (x) secara bersama-sama dengan variabel terikat (y).

b. Uji Parsial (Uji t)

Uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel independen. Rumus yang digunakan menurut Sugiono (2013:250)

$$t = \frac{r \sqrt{n-3}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Keterangan :

t = Nilai t_{hitung}

r = Nilai korelasi

n = Banyaknya pengamatan

Langkah-langkah uji hipotesis untuk koefisien regresi adalah :

- 1) Perumusan Hipotesis Nihil (H_0) dan Hipotesis alternatif (H_1)

$H_0 : \beta_1 = 0$ tidak ada pengaruh dari masing-masing variabel bebas (X1, X2) terhadap variabel terikat (Y)

$H_0 : \beta_1 > 0$ ada pengaruh dari masing-masing variabel bebas (X1, X2) terhadap variabel terikat (Y)

2) Penentuan harga t tabel berdasarkan taraf signifikansi dan taraf derajat.

Kebebasan

- Taraf signifikansi = 5 % (0,05)

- Derajat kebebasan = (n-1-k)

4. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel independen, nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas, nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen (Ghozali, 2013: 97).

Rumus Koefisien determinasi: $R^2 \times 100\%$

Tabel 3. Interpretasi Koefisien Korelasi

Interval koefisien	Tingkat hubungan
0,00 – 0,199	Sangat rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat kuat