

BAB III

METODE PENELITIAN

3. 1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang Penulis gunakan penelitian kuantitatif yaitu berdasarkan kajian ilmiah serta sistematis dengan hubungan - hubungannya berdasarkan fenomena yang sedang terjadi .metode kuantitatif adalah metode tradisional, dan metode ini sudah cukup lama digunakan sehingga sudah mentradisi sebagai metode untuk penelitian. Metode ini sebagai metode ilmiah yaitu konkrit/empiris, obyektif, terukur, rasional dan sistematis. Metode ini juga disebut metode discovery, karena dengan metode ini dapat di temukan dan di kembangkan sebagai iptek baru. Dan di sebut kuantitatif karena data penelitian yang berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik

3. 2. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel

Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya (Sugiyono,2004:32). Berdasarkan urutan masalah yang telah dibahas sebelumnya, dalam mengukur loyalitas pelanggan dengan metode experiential marketing, maka variabel – variabel yang diteliti adalah :

Variabel Independen : *Comfort, educational, hedonic, novelty, safety, beauty*

Variabel Dependen: *Revisit Intention*

3. 2. 1. Definisi Operasional Variabel

Tabel 3.1. Definisi Operasional Variabel

No.	Variabel	Definisi	Indikator	Penulis
1.	Comfort (X1)	keinginan untuk mendapatkan relaksasi. Konsumen mengarah kepada basic amenities yang di sediakan untuk memastikan kenyamanan dan juga menciptakan relaksasi	<i>Facilities</i> (toilet, tempat parkir, mushola, kios) <i>Activity</i> kenyamanan melakukan aktifitas <i>Climate</i> Iklim/ cuaca	Crompton (1979), Shoemaker (1989), dan Otto and Ritchie (1996) (Rageh et al., 2013:136)
2.	Educational (X2)	penjelajahan, eksplorasi, stimulasi mental dan semangat. sifat sukrela ketika menjadi pembelajar sendiri.	<i>Exploration</i> : pembelajaran ketika melakukan penjelajahan <i>Knowledge</i> : pengetahuan baru yang didapatkan	Parker ,2006 dalam Rageh et al 2013:137
3.	Hedonic (X3)	Melambangkan semangat, kegembiraan, dan memorability terhadap sebuah merek.	<i>Enjoyment</i> : kesenangan dirasakan <i>Memorablelity</i> : kenangan yang dirasakan <i>Excitement</i> : semangat yang dirasakan	Otto dan Ritchie, 1996 dalam Rageh et al 2013:138
4.	Novelty (X4)	Kebutuhan akan hal baru yang mengarah kepada keinginan untuk pergi mencari pengalaman baru, sensasi dan petualangan	<i>New experience</i> : pengalaman baru <i>Adventure</i> : petualangan yang dirasakan	Lee dan Crompton, 1992 dalam Rageh et al 2013:139
5.	Safety (X5)	Adanya hubungan antara tindak kejahatan dengan kegiatan pariwisata, dan nyatanya tingkat kejahatan tersebut lebih tinggi pada daerah wisatawan	<i>Safety</i> : -keamanan akses atau jalur -keamanan saat beraktifitas -keamanan lingkungan sosial	Fujji and Mak et al 1980 dalam Rageh et al 2013:140
6.	Beauty (X6)	Keindahan di karakteristik melalui keadaan luhur dan mulia yang unik.	<i>Beauty</i> : keindahan alam yang ada <i>Unique</i> : keunikan design tempat	Hagman, 2002 dalam Rageh et al.,2013:141
7.	Revisit Intention (Y)	keinginan pelanggan untuk datang kembali, memberi word of mouth yang positif, tinggal lebih lama dari perkiraan, berbelanja lebih banyak dari perkiraan.	<i>Keinginan untuk merekomendasikan kepada orang lain</i> : -keinginan untuk merekomendasikan -keinginan untuk membicarakan hal hal positif. <i>Keinginan untuk berkunjung kembali</i> -keinginan untuk berkunjung kembali -Tingkat kemungkinan untuk kembali lagi di masa yang akan datang	Zeithaml et al 2009, dalam Parwati 2014:2

Sumber : Meyer and Schwager (2007), Crompton (1979), Shoemaker (1989), Otto and Ritchie (1996), Parker (2006) , Lee dan Crompton (1992), Fujji and Mak et al (1980), Hagman (2002), dan Zeithaml et al (2009).

3. 3. Data dan Sumber Data

3. 3. 1. Data Premier

Data primer adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh peneliti secara langsung dari sumber datanya. data premier disebut juga sebagai data asli atau data baru yang memiliki sifat *up to date*. dalam penelitian ini diperoleh dari penyebaran kuisioner kepada konsumen yang brkunjung di The Peak View Waterboom & Resto Kudus. data primer dalam hal ini adalah identitas responden (Usia,jenis kelamin,pendidikan) dan data pendapat responden tentang The Peak View Waterboom & Resto Kudus yang dalam ini meliputi sense, feel, think, act, relate dan data loyalitas pelanggan.

3. 3. 2. Data Sekunder

Data Sekunder adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan peneliti dari berbagai sumber yang telah ada. Data sekunder dapat diperoleh dari berbagai sumber seperti BPS, buku, laporan, jurnal, dan lain-lain. Dalam penelitian ini diperoleh dari Data jumlah pelanggan yang berkunjung The Peak View Waterboom & Resto Kudus. meliputi volume pengunjung umum dan lembaga di The Peak View Waterboom & Resto Kudus

3. 4. Populasi , Teknik Pengambilan Sampel dan Jumlah Sampel

3. 4. 1 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek,subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang di tetapkan oleh peneliti untuk

di pelajari dan di tarik kesimpulan. Populasi dalam penelitian ini adalah pengunjung yang pernah melakukan pembelian di The Peak View Waterboom & resto Kudus.

3. 4. 2 Teknik Pengambilan Sample dan Jumlah Sample

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sebagian atau wakil populasi yang di teliti). adapun penentuan jumlah sample yang di gunakan penulis adalah Metode sample Jenuh yaitu teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel.

Jumlah sample dalam penelitian ini adalah 112 lembaga yang pernah berkunjung dan melakukan pembelian di The Peak Waterboom & Resto Kudus. Yang di dapat dari data sekunder perusahaan.

3. 5. Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini metode pengumpulan data menggunakan Kuesioner. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono,2008). Dengan membagikan kuisisioner kepada para Responden dalam penelitian ini yaitu lembaga-lembaga yang pernah berkunjung dan melakukan pembelian di The Peak Waterboom & Resto Kudus.

3. 6. Metode Pengolahan Data

Sebelum melakukan analisis data yang perlu dilakukan adalah tahap teknik pengolahan data, adapun teknik pengolahan data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

Editing

Editing adalah kegiatan yang dilaksanakan setelah peneliti selesai menghimpun data lapangan. Kegiatan tersebut menyangkut pemeriksaan kelengkapan angket secara menyeluruh. Dikarenakan data yang dikumpulkan oleh peneliti melalui metode kuisioner kemungkinan terjadi kekeliruan dalam proses pencetakan yang dilakukan oleh pengumpul data atau saat pengisian kuesioner yang tidak lengkap atau tidak konsisten (Bungin, 2011).

Coding

Coding adalah pemberian kode atau skor untuk setiap option dari setiap item berdasarkan ketentuan yang ada yakni dengan menggunakan skala Likert (Bungin, 2011).

Scoring

Scoring yaitu mengubah data yang bersifat kualitatif kedalam bentuk kuantitatif (Bungin, 2011). Data penentuan skor ini digunakan skala likert dengan 5 kategori penilaian yaitu:

Skor 5 diberikan untuk jawaban yang sangat setuju

Skor 4 diberikan untuk jawaban setuju

Skor 3 diberikan untuk jawaban netral

Skor 2 diberikan untuk jawaban tidak setuju

Skor 1 diberikan untuk jawaban sangat tidak setuju

Tabulating

Tabulating merupakan suatu proses perhitungan frekuensi yang terbilang didalam masing-masing kategori. Oleh karena itu hasil perhitungan demikian selalu disajikan dalam sebuah tabel. Setelah pros (Sugiyono, 2011). Dalam proses melakukan tabulasi diperlukan adanya suatu ketelitian agar tidak terjadi kesalahan yang dapat membuat proses analisis terhambat. Table hasil tabulasi dapat berbentuk :

Tabel pemindahan

Merupakan tabel tempat memindahkan kode-kode dari kuesioner atau pencatatan pengamatan. Table ini nantinya berfungsi sebagai arsip.

Tabel biasa

Tabel biasa dapat diartikan sebagai tabel yang akan disusun berdasarkan sifat responden dan tujuan yang telah ditentukan.

Tabel analisis

Merupakan tabel yang memuat suatu jenis informasi yang telah dianalisa.

3. 7. Metode Analisis Data

3. 7. 1 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur valid tidaknya kuesioner tergantung dalam pencapaian tujuan saat dilakukan sebuah pengukuran, dapat diukur dengan membandingkan nilai r_{hitung} dengan r_{tabel} untuk *Degree of freedom* (Df) = n -2, dalam hal tersebut n merupakan jumlah sampel. Jika $r_{hitung} >$ dari r_{tabel} dan nilai

positif maka pertanyaan maupun Indikator tersebut dinyatakan Valid (Ghozali, 2016).

3. 7. 2 Uji Reliabilitas

Adalah pengujian untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Pengukuran reliabilitas dalam penelitian ini dilakukan dengan cara sekali ukur. Pengukuran disini hanya dilakukan sekali saja dan kemudian hasilnya dibandingkan dengan pertanyaan lain atau mengukur korelasi antar jawaban pertanyaan. Suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* > 0,60 (Nunally, 1967 dalam Ghozali, 2012).

3. 7. 3 Uji Asumsi Klasik

3. 7. 3. 1 Uji Normalitas Data

Uji Normalitas yakni digunakan untuk apakah di dalam model regresi pada variabel pengganggu atau residual dalam memiliki distribusi secara normal. Dapat diketahui bahwa uji t dan uji F berasumsi bahwa pada nilai residual mengikuti distribusi normal. Jika asumsi tersebut dilanggar maka pada uji statistik menjadi tidak valid dalam sampel yang berjumlah kecil. Jadi terdapat dua cara untuk mengetahui apakah residual berdistribusi normal maupun tidak yaitu dengan menggunakan analisis grafik dan uji statistik (Ghozali, 2016).

3. 7. 3. 2 Uji Heteroskedastistas

Uji heteroskedastistas yakni memiliki tujuan untuk menguji apakah di dalam model regresi adanya terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu

pengamatan ke pengamatan lain. Jika variance dari satu pengamatan ke pengamatan lainnya bersifat tetap, maka disebut *Homoskedastitas* dan jika berbeda maka disebut *Heteroskedastitas*. Maka gambaran tentang model regresi yang baik adalah yang Homoskedastitas atau tidak terjadi Heterodkedastitas (Ghozali, 2016).

3. 7. 3. 3 Uji Multikolinearitas

Uji multikolonieritas bertujuan sebagai bentuk pengujian apakah model regresi ditemukan atau tidaknya korelasi antara variabel bebas yakni (independen). Pada model regresi yang dapat dikatakan baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Ketika variabel independen saling berkorelasi, maka pada variabel-variabel ini tidak ortogonal yang memiliki arti variabel independen yang memiliki nilai korelasi antara sesama variabel independen sama dengan nol (Ghozali, 2016).

3. 7. 4 Analisis Regresi Linear Berganda

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif, sehingga teknik analisis datanya menggunakan analisis regresi linier berganda. Persamaan regresi berganda yang diperoleh adalah :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + b_6X_6 + e$$

Keterangan :

Y = Customer Experience

a = Konstanta

b = Koefisien Regresi

X₁ = Comfort

X₂ = Educational

X₃ = Hedonic

X₄ = Novelty

X₅ = Safety

X₆ = Beauty

e = standar error

3. 7. 5 Koefisien Determinasi (KD)

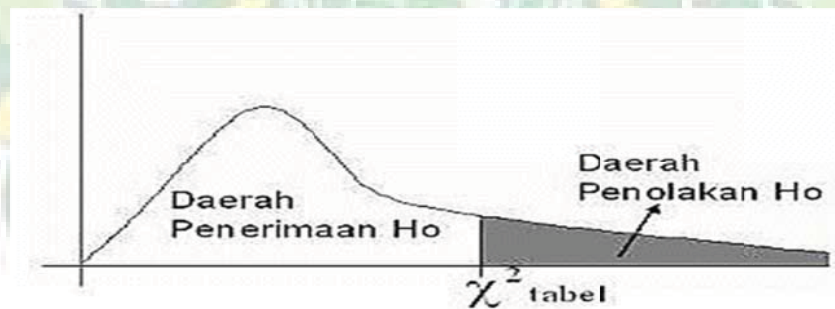
Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar hubungan dari beberapa variabel dalam pengertian yang lebih jelas. Koefisien determinasi akan menjelaskan seberapa besar perubahan suatu variabel bisa dijelaskan oleh perubahan atau variasi pada variabel yang lain (Santosa&Ashari, 2005:125).Nilai koefisien ini antara 0 dan 1, jika hasil lebih mendekati angka 0 berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel amat terbatas. Tapi jika hasil mendekati angka 1 berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk

memprediksi variasi variabel dependen. Untuk hasil analisisnya dengan menggunakan output SPSS dapat dilihat pada tabel Model Summary.

3. 7. 6 Uji Hipotesis

3. 7. 6. 1 Uji F

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah variabel-variabel independen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Derajat kepercayaan yang digunakan adalah 0,05. Apabila nilai F hasil perhitungan lebih besar daripada nilai F menurut tabel maka hipotesis alternatif, yang menyatakan bahwa semua variabel independen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Untuk uji F bisa dilihat dari hasil output SPSS pada tabel ANOVA.



Gambar 3.2. Kurva Uji F

Kriteria pengujian yang digunakan sebagai berikut:

1. Ho diterima dan Ha ditolak apabila $F_{hitung} < F_{tabel}$. Artinya variabel bebas secara bersama-sama tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat.

2. H_0 diterima dan H_a ditolak apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$. Artinya variabel bebas secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat.

3.7.7 Uji t

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah variabel-variabel independen secara parsial berpengaruh positif dan signifikan atau tidak terhadap variabel dependen. Derajat signifikansi yang digunakan adalah 0,05. Apabila nilai signifikan lebih kecil dari derajat kepercayaan maka kita menerima hipotesis alternatif, yang menyatakan bahwa suatu variabel independen secara parsial mempengaruhi variabel dependen. Uji t bisa dilihat di tabel Coefficient pada hasil analisis SPSS.



Gambar 3.3. Kurva Uji T

