

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1. Variabel Penelitian Dan Definisi Operasional Variabel**

##### **3.1.1. Variabel Penelitian**

###### **3.1.1.1. Variabel Independen**

Variabel Independent merupakan variabel yang menjadi sebab perubahannya akan timbul variabel terikat (Sugiyono, 2010). Variabel yang ada dalam penelitian ini adalah promosi (X1), Fasilitas (X2), dan Kualitas Pelayanan (X3)

###### **1. Promosi (X<sub>1</sub>)**

Promosi adalah aktivitas dimana perusahaan berusaha untuk menginformasikan, membujuk dan mengingatkan konsumen baik secara langsung atau tidak langsung tentang produk dan brand yang mereka jual Kotler and Keller (2010). Dalam penelitian ini promosi yang mempengaruhi keputusan pembelian Jasa adalah :

1. Promosi melalui media sosial sama dengan bangunan aslinya contohnya : bangunan yang berkonsep green, Taman mini dan sebagainya.
2. Promosi yang dilakukan tidak hanya melalui media sosial akan tetapi, melalui tatap muka langsung contohnya : menanam pohon disekitar hotel, mengadakan event dengan memperkenalkan konsep hotel green dan peduli lingkungan.

## 2. Fasilitas (X2)

Apabila konsumen mempunyai sedikit bekal untuk menilai kualitas jasa, maka akan mengandalkan tanda-tanda dari bukti fisik jasa. Selain dari itu penilaian konsumen tentang jasa juga didasarkan kepada tanda-tanda pada orang dan proses jasa. Tanda-tanda dari fasilitas fisik jasa memberikan kesempatan kepada perusahaan dalam mengirimkan pesan yang kuat dan konsisten berkenaan dengan apa yang ingin dicapai atau diberikan perusahaan kepada segmen pasar sasaran, serta pesan yang berkenaan dengan karakteristik jasa mereka (Yazid, 2008). Dalam penelitian ini yang dimaksud dengan fasilitas yang mempengaruhi keputusan pembelian jasa adalah tentang pendapat responden mengenai fasilitas yang diberikan kepada tamu seperti : peralatan yang disediakan didalam hotel terbuat dari limbah yang bisa diolah kembali menjadi barang yang bernilai tinggi dan bermanfaat. Selain itu fasilitas juga berupa bentuk bangunan yang menarik dan berbasis ramah lingkungan.

## 3. Kualitas Pelayanan (X3)

Tingkat kualitas pelayanan tidak dapat dinilai berdasarkan sudut pandang perusahaan tetapi harus dipandang dari sudut pandang penilaian pelanggan. Karena itu, dalam merumuskan strategi dan program pelayanan, perusahaan harus berorientasi kepada kepentingan pelanggan dengan memperhatikan komponen kualitas pelayanan (Rangkuti, 2013). Dalam penelitian ini yang dimaksud dengan Kualitas pelayanan yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah mengenai pendapat responden mengenai pelayanan yang diberikan oleh pihak hotel. seperti pelayanan yang cepat, ramah, ruang tunggu yang nyaman dan sebagainya.

### 3.1.1.2. Variabel Dependen

Variabel Dependen merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas (Sugiyono, 2010). Variabel dependen dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian jasa. Keputusan pembelian jasa merupakan proses pembelian yang merupakan dalam tahap evaluasi konsumen membentuk pilihan sebelum melakukan pembelian.

### 3.1.2. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional merupakan penjelasan yang dilakukan mengenai bagaimana suatu variabel diukur. Definisi operasional variabel yang dijelaskan adalah operasionalisasi penjelasan suatu variabel agar diteliti atau di ukur melalui gejala-gejala yang ada. Dibawah ini merupakan gambaran mengenai definisi operasional yang disajikan dalam tabel berikut:

Tabel 3. 1. Definisi Operasional Variabel

| No | Variabel       | Definisi Operasional   | Indikator  |
|----|----------------|--|--|
| 1. | Promosi (X1)   | Aktivitas perusahaan untuk memperkenalkan produknya kepada konsumen.                     | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Bangunan yang dibuat berkonsep green</li> <li>2. Gambar bangunan yang dipromosikan dalam sosial media sama berkonsep green</li> <li>3. Promosi yang dilakukan baik secara langsung maupun tidak langsung</li> <li>4. Promosi yang dilakukan adalah dengan memberikan diskon.</li> </ol> (Nasution, 2016) |
| 2. | Fasilitas (X2) | Fasilitas merupakan segala sesuatu yang dapat memudahkan konsumen dalam menggunakan jasa | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Fasilitas yang ada didalam hotel berkonsep ramah lingkungan.</li> <li>2. Fasilitas yang disediakan terbuat dari bahan ramah lingkungan</li> <li>3. Taman mini sebagai spot foto</li> <li>4. Wifi cepat tanpa kendala</li> </ol>  |

|    |                              |   |   |
|----|------------------------------|---|---|
|    |                              | yang mereka pilih.  | 5. Fasilitas restoran berkonsep ramah lingkungan.<br>(Ruslin, 2016)   |
| 3. | Kualitas Pelayanan (X2)      | Kualitas pelayanan merupakan kemampuan perusahaan dalam menunjukkan keberadaan kepada konsumen. Penampilan, dan pelayan yang dapat diandalkan dalam sebuah perusahaan | <p>a) Kualitas Pelayanan (Berwujud)</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ruang Tunggu, Tempat informasi</li> <li>2. Kemudahan akses tamu</li> <li>3. Penggunaan alat bantu pelayanan</li> <li>4. Fasilitas pembayaran</li> <li>5. Penampilan karyawan</li> <li>6. Kenyamanan</li> </ol> <p>b) Kualitas Pelayanan (Kehandalan)</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kecermatan karyawan dalam melayani tamu</li> <li>2. Memiliki standar pelayanan yang jelas</li> <li>3. Kemampuan karyawan dalam menggunakan alat bantu dalam akses pembayaran</li> </ol> <p>c) Kualitas Pelayanan (Ketanggapan)</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Merespon tamu</li> <li>2. Pelayanan yang cepat, tepat dan cermat</li> <li>3. Pelayanan tepat waktu</li> <li>4. Menerima keluhan tamu</li> </ol> <p>d) Kualitas Pelayanan (Jaminan)</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Jaminan legalitas pelayanan pembayaran</li> </ol> <p>e) Kualitas Pelayanan (Empati)</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mendahulukan kepentingan tamu</li> <li>2. Bersikap ramah, tidak ada diskriminasi, dan menghargai setiap tamu.</li> </ol> <p>(Ruslin, 2016)</p> |
| 4. | Keputusan Pembelian Jasa (Y) | Keputusan pembelian merupakan proses pembelian yang merupakan dalam tahap evaluasi, konsumen membentuk pilihan sebelum melakukan suatu pembelian                      | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. - Pengenalan masalah</li> <li>2. - Pencarian informasi</li> <li>3. -Evaluasi alternatif</li> <li>4. -Keputusan pembelian</li> <li>5. - Perilaku pasca pembelian</li> </ol> <p>(Ruslin, 2016)</p>  |

### **3.2. Jenis Dan Sumber Data**

Jenis data yang digunakan peneliti merupakan jenis data primer dan data sekunder. Adapun penjelasannya adalah sebagai berikut :

#### **a. Data primer**

Menurut Anwar (2011) yaitu data yang pertama kali dicatat dan dikumpulkan oleh peneliti. Data ini didapat melalui kuesioner yang diisi oleh 97 responden yang disusun berdasarkan variabel yang telah ditentukan dengan menyediakan sebuah jawaban secara pilihan.

#### **b. Data sekunder**

Menurut Sugiyono (2010) Data yang diperoleh dari berbagai sumber pustaka, berupa buku, artikel ilmiah, jurnal, dan dokumen lainnya yang berhubungan dengan teori kajian yang dibahas.

### **3.3. Populasi, Sampel, Ukuran Sampel, Dan Teknik Pengambilan Sampel**

Menurut Sanusi (2011) Populasi adalah kumpulan suatu elemen yang menunjukkan ciri ciri tertentu yang dapat digunakan untuk membuat kesimpulan. Populasi pada penelitian ini seluruh tamu yang menginap di hotel syailendra Jepara yang tidak dapat diketahui jumlah tamunya/ populasinya karena yang dijual adalah kamar.

#### **3.3.1 Jumlah Sampel**

Sampel ditentukan oleh peneliti berdasarkan pertimbangan masalah, tujuan, hipotesis, metode dan instrument penelitian. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengunjung yang menginap di Syailendra Hotel Jepara. Namun sampel yang diambil jumlahnya tidak diketahui secara pasti. Dalam

menentukan ukuran sampel maka, penulis menggunakan teknik pengambilan sampel dengan pendekatan (Rao Purba) sebagai berikut :

$$n = Z^2 / 4 (Moe)^2$$

Keterangan :

n = Jumlah Sampel

Z = Z Score pada tingkat signifikan tertentu 95 % = 1,96

Moe = Margin of Error

Dengan menggunakan *margin of error* sebesar 10%, maka jumlah sampel minimal yang didapat diambil sebesar

$$n = Z^2 / 4 (Moe)^2$$

$$n = 1,96^2 / 4 (0,1)^2$$

$$n = 96,04 \text{ dibulatkan menjadi } 97 \text{ Responden}$$

### 3.3.2 Teknik Pengambilan Sampel.

Menurut Sanusi (2011) tehnik pengambilan sampel adalah cara peneliti mengambil sampel atau contoh yang representative dari populasi yang tersedia. Teknik pengambilan sampel dilakukan secara *non probability sampling* yaitu tehnik yang tidak memberikan kesempatan yang sama untuk setiap anggota yang dijadikan sampel. Sedangkan tehnik dalam pengambilan responden adalah dengan menggunakan *tehnik accidental sampling* atau disebut dengan sampel kebetulan/ non probability sampling yaitu tehnik dimana subjek dipilih karena akseibilitas nyaman. Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan cara menemui konsumen yang sedang menginap di hotel syailendra.

### 3.4. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

#### a. Metode Kuesioner

Teknik pengumpulan data dari kuesioner dilakukan dengan cara memberi seperangkat pernyataan tertulis kepada tamu yang menginap di hotel, kemudian responden memilih alternatif jawaban yang sudah disediakan sehingga responden tidak menjawab diluar jawaban yang telah disediakan.

#### b. Metode Wawancara

Metode Wawancara yaitu salah satu metode untuk mendapatkan informasi dengan cara bertanya langsung kepada responden/ pihak perusahaan.

### 3.5. Metode Pengolahan Data Penelitian

#### a. *Editing*

Menurut Burhan (2011), editing adalah suatu kegiatan yang dilakukan sesudah peneliti selesai menghimpun data dilapangan. Kegiatan tersebut menyangkut pemeriksaan kelengkapan angket secara menyeluruh. Dikarenakan data yang dikumpulkan oleh peneliti melalui metode kuisisioner kemungkinan terjadi kekeliruan dalam proses pencetakan yang dilakukan oleh pengumpul data atau saat pengisian kuesioner yang tidak lengkap atau tidak konsisten.

#### b. *Coding*

Menurut Bungin (2011), coding adalah proses pemberian kode atau skor untuk setiap option dari setiap sub berdasarkan ketentuan yang ada yaitu dengan menggunakan skala Likert.

c. *Scoring*

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

- a. Skor 5 diberikan untuk jawaban yang sangat setuju
- b. Skor 4 diberikan untuk jawaban setuju
- c. Skor 3 diberikan untuk jawaban netral
- d. Skor 2 diberikan untuk jawaban tidak setuju
- e. Skor 1 diberikan untuk jawaban sangat tidak setuju

d. *Tabulating*

Tabulating merupakan suatu proses perhitungan frekuensi yang terbilang didalam masing-masing kategori. Oleh karena itu hasil perhitungan demikian selalu disajikan dalam sebuah tabel (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 :

a. Tabel pemindahan

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

b. Tabel biasa

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



c. Tabel analisis

Merupakan tabel yang memuat suatu jenis informasi yang telah dianalisa.

### 3.6. Metode Analisis Data

Berikut adalah metode yang akan digunakan dalam menganalisis dalam penelitian ini:

#### 3.6.1. Uji Validitas

Uji Validitas digunakan sebagai alat yang mengukur tentang sah atau tidaknya suatu kuesioner. Ketika kuesioner dikatakan valid jika masing-masing dari pertanyaan tersebut dirasa mampu untuk mengungkapkan suatu yang sedang atau yang akan diukur oleh kuesioner tersebut (Ghozali, 2016). Uji signifikan dilakukan dengan cara membandingkan nilai  $r_{hitung}$  dengan  $r_{tabel}$  untuk *degree of freedom* ( $df$ )= $n-2$ , dalam hal tersebut  $n$  adalah jumlah sampel dari penelitian. Pada penelitian ini dengan menggunakan SPSS versi 20 yang akan digunakan (*Statistical package for the sosial science*).

#### 3.6.2. Uji Reliabilitas

Uji Reabilitas merupakan alat yang digunakan untuk mengukur kuesioner yang terdiri beberapa indikator dari suatu variabel atau konstruk. Maka suatu kuesioner dapat dikatakan reliable apabila jawaban terhadap pertanyaan tersebut adalah bersifat konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Dalam pengujian reabilitas hanya menggunakan pengukuran hanya sekali dan kemudian hasilnya dibandingkan dengan pertanyaan lain atau mengukur korelasi antar jawaban pertanyaan. Aplikasi SPSS untuk mengukur reabilitas menggunakan uji statistik

*Cronbach alpha* . maka suatu variabel atau konstruk dapat dikatakan reliable jika memberikan (kurang dari) nilai *Cronbach alpha*  $> 0,60$  (Ghozali, 2016).

### 3.6.3. Uji Asumsi Klasik

#### 3.6.3.1. 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). Pada prinsipnya normalitas dapat diketahui dengan cara melihat melalui penyebaran data (titik) yakni pada sumbu diagonal dari grafik maupun dengan cara melihat histogram dari residualnya. Berikut merupakan dasar pengambilan keputusan :

- a. Jika data masih menyebar pada sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogram maka menunjukkan bahwa pada pola distribusi secara normal, maka pada model regresi dapat memenuhi asumsi normalitas.
- b. Jika data menyebar jauh pada garis diagonal dan atau tidak mengikuti arah garis diagonalnya maupun pada grafik histogram tidak menunjukkan pola distribusi yang normal, maka dengan begitu pada model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

### 3.6.3.2. Uji Heteroskedastistas

Menurut Ghozali (2016) 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 *Homoskedastistas* dan jika berbeda maka disebut *Heteroskedastistas*. Maka gambaran tentang model regresi yang baik adalah yang Homoskedastistas atau tidak terjadi Heteroskedastistas.

Dalam penelitian ini dapat digunakan cara agar dapat mendeteksi bahwa ada maupun tidaknya heteroskedastistas pada penelitian ini yakni dengan melihat Grafik Plot antara nilai prediksi variabel terikat yakni *ZPRED* dengan residualnya *SRESID*. Jadi cara mendeteksi ada dan tidaknya heteroskedastistas dapat dilakukann dengan cara melihat ada tidaknya pola tertentu berdasarkan pada grafik *Scatterplot* yakni antara *SRESID* dan *ZPRED* dimana bahwa sumbu Y adalah Y yang sudah diprediksi, dan sumbu X adalah residual (Y diprediksi- Y sesungguhnya ) yang telah di-*Studentized* dengan dasar analisis jika sudah tidak ada pola yang jelas, serta pada titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastistas.

### 3.6.3.3. Uji Multikolinearitas

Menurut Ghozali (2016) 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. Maka untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolonieritas dalam model regresi dengan cara berikut:

- a. Nilai R<sup>2</sup> menghasilkan suatu estimasi model regresi empiris sangat tinggi, tetapi dilihat secara individual variabel-variabel independen yang baik itu menunjukkan hasil tidak signifikan yang dapat mempengaruhi variabel dependen.
- b. Tentang analisis matrik korelasi berdasarkan antar variabel independen, jika terdapat korelasi yang cukup tinggi seperti pada umumnya diatas 0,90 maka hal ini dikatakan terdapatnya *multikolonieritas*.
- c. Uji *multikolonieritas* dilihat melalui berdasarkan nilai *tolerance* dan VIF (*Variance inflation factor*) maka, jika VIF < kurang dari 10 dan *tolerance* > lebih dari 0,1 maka dikatakan model regresi bebas multikolonieritas.

#### 3.6.4. Analisis Regresi Linier Berganda

Menurut Ghozali (2016) analisis linier berganda digunakan sebagai pengukur untuk hubungan baik terdapat 2 variabel maupun lebih untuk menunjukkan terdapatnya hubungan atau tidak.

Adapun bentuk persamaan regresi linier berganda yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Keterangan:

Y : Keputusan pembelian Jasa

a : Konstanta

|           |  |
|-----------|--|
| $\beta_1$ | : Koefisien regresi Promosi            |
| $\beta_2$ | : Koefisien regresi Fasilitas          |
| $\beta_3$ | : Koefisien regresi Kualitas Pelayanan |
| $X_1$     | : Variabel Promosi                     |
| $X_2$     | : Variabel Fasilitas                   |
| $X_3$     | : Variabel Kualitas Pelayanan          |
| $e$       | : Standar eror                         |

### 3.6.5. Uji Hipotesis

Uji hipotesis dalam hal ini menguji uji F secara simultan dan uji t secara parsial (sendiri-sendiri). Peneliti menggunakan bantuan program SPSS versi 20 yang akan digunakan (*statistical package for the social science*).

#### 3.6.5.1. Koefisien Determinasi

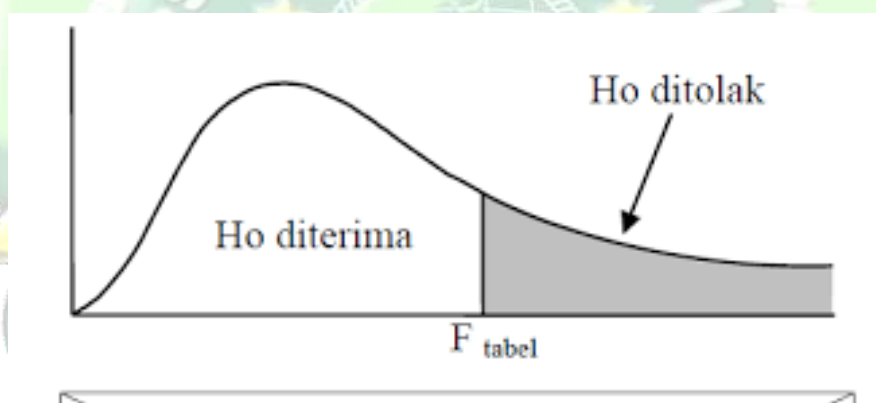
Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) merupakan alat yang dapat mengukur seberapa jauh kemampuan tentang mengukur secara terpisah pada terjadinya dampak variabel bebas yakni promosi, fasilitas dan kualitas pelayanan terhadap variabel terikat yakni keputusan pembelian jasa dalam memilih hotel berbasis green (studi pada Syailendra Hotel). Nilai  $R^2$  berkisar antara  $0 < R^2 < 1$  semakin besar nilai  $R^2$  (mendekati angka 100%) semakin baik pada model regresi tersebut. Maka dengan Koefisien Determinasi dapat diperoleh suatu ukuran nilai yang besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Dan besarnya Koefisien Determinasi dapat diketahui dari tampilan *output SPSS model Summary* yakni pada kolom *adjusted R square*.

### 3.6.5.2. Uji Signifikan Silmutan (Uji F)

Uji Statistif F digunakan untuk menunjukkan apakah semua variabel independen yakni Promosi (X1), Fasilitas (X2) dan Kualitas Pelayanan (X3) yang dimasukan kedalam model memiliki pengaruh secara bersama-sama atau simultan terhadap variabel dependen yakni keputusan pembelian jasa dalam memilih hotel berbasis green (studi pada syailendra hotel (Y) (Ghozali, 2016).

Uji F dilakukan dengan membandingkan  $F_{\text{statistik}}$  dengan  $F_{\text{tabel}}$  pada tingkat signifikansi 10% ( $\alpha = 0,1$ ) dengan nilai df 1 (k) variabel bebas dan nilai df 2 (n-1). Bila nilai  $t_{\text{statistik}}$  lebih dari  $> t_{\text{tabel}}$  maka  $H_a$  diterima, jika nilai  $t_{\text{statistik}}$  kurang dari  $< t_{\text{tabel}}$  maka  $H_a$  ditolak. Jika  $\text{Sig} < 0,1$  maka  $H_a$  diterima.

Dalam uji F digunakan pada grafik yang ditunjukkan pada gambar 3.1 dibawah ini:



Gambar 3. 1. Uji F

### 3.6.5.3. Uji Signifikan Parsial (Uji t)

Pengujian dilakukan agar dapat melihat signifikansi pengaruh pada variabel independen terhadap variabel dependen secara individual. Uji t dilakukan yakni dengan membandingkan  $t_{\text{statistik}}$  dengan  $t_{\text{tabel}}$  yang menunjukkan tingkat signifikan 10% ( $\alpha = 0,1$ ) dan pada nilai df (n-k-1) (Ghozali, 2016). Berikut merupakan kriteria dalam penerimaan  $H_a$  sebagai berikut:

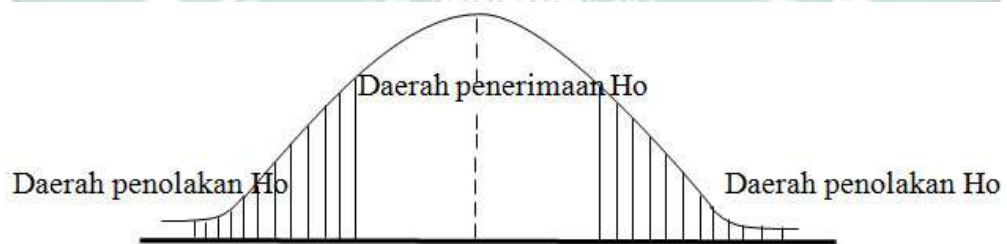
- a. Bila nilai pada  $t_{\text{statistik}}$  lebih dari  $> t_{\text{tabel}}$  maka  $H_a$  diterima: bila nilai  $t_{\text{statistik}}$  nilainya kurang dari  $< t_{\text{tabel}}$  maka  $H_a$  ditolak.
- b. Jika probabilitas Sig lebih dari  $> 0,1$ , maka  $H_a$  ditolak: jika Sig kurang dari  $0,1$  maka  $H_a$  diterima.

H1: Diduga terdapat pengaruh antara variabel promosi terhadap keputusan pembelian jasa dalam memilih hotel berbasis *green* pada hotel Syailendra.

H2: Diduga terdapat pengaruh antara variabel fasilitas terhadap keputusan pembelian jasa dalam memilih hotel berbasis *green* pada hotel Syailendra

H3: Diduga terdapat pengaruh antara variabel Kualitas Pelayanan terhadap keputusan pembelian jasa dalam memilih hotel berbasis *green* pada hotel Syailendra

Dalam uji 2 arah (uji- t) digunakanya grafik yang ditunjukkan pada Gambar 3.2. dibawah ini:



Gambar 3. 2. Uji t