

BAB III METODA PENELITIAN

3.1. Strategi Penelitian

Strategi yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan pendekatan kuantitatif yaitu strategi penelitian asosiatif yang bersifat kausal. Menurut Sugiyono (2017: 8) penelitian kuantitatif merupakan metoda penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Penelitian asosiatif bersifat kausal merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui sebab akibat (Sugiyono, 2017: 37). Jadi disini ada variabel bebas (variabel yang mempengaruhi) dan variabel terikat (dipengaruhi). Dalam penelitian ini, strategi penelitian asosiatif kausal digunakan untuk menjelaskan tentang pengaruh *word of mouth* (X_1), fasilitas (X_2), dan motivasi (X_3) terhadap keputusan berkunjung (Y).

3.2. Populasi dan Sampel

3.2.1. Populasi penelitian

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 (Sugiyono, 2017: 80). Populasi dalam penelitian ini adalah wisatawan yang berkunjung ke Ocean Dream Samudra sejak objek wisata dibuka tahun 1974-sekarang.

3.2.2. Sampel penelitian

Menurut (Sugiyono, 2017: 81) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Dalam penelitian ini, teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik *accidental sampling*. *Accidental sampling* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai

sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data (Sugiyono, 2017: 85).

Penelitian ini memiliki populasi yang jumlah dan besarnya tidak diketahui secara pasti, maka digunakan rumus *Margin of Error*, sebagai berikut :

$$n = \frac{z^2}{4 (Moe)^2} \dots\dots\dots (3.1)$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel

Z = Tingkat keyakinan penentuan sampel 95% atau 1,96

Moe = *Margin of error*, tingkat kesalahan maksimum adalah 10%

Berdasarkan perhitungan diatas, maka diperoleh sebagai berikut :

$$n = \frac{1,96^2}{4 (0,1)^2} = 96,04 \approx \text{atau dibulatkan } 97$$

Setelah dilakukan perhitungan dengan rumus Moe, maka jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 97 responden.

3.3. Data dan Metoda Pengumpulan Data

3.3.1. Jenis data

1. Data primer

Data primer adalah data yang berasal dari sumber asli atau pertama, yang dikumpulkan peneliti untuk menjawab masalah yang ditemukan dalam penelitian yang didapat secara langsung dari narasumber baik wawancara maupun melalui angket (Sugiyono, 2017: 137). Data primer dalam penelitian ini informasi tentang *word of mouth* (X_1), fasilitas (X_2), motivasi (X_3), dan keputusan berkunjung (Y) yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada wisatawan di Ocean Dream Samudra Ancol, Jakarta Utara.

2. Data sekunder

Data sekunder adalah sumber data yang diperoleh dengan cara membaca, mempelajari dan memahami melalui media lain yang bersumber dari dokumen perusahaan (Sugiyono, 2017: 137). Data sekunder dalam penelitian ini adalah informasi dari perusahaan yang berkaitan dengan perkembangan perusahaan, jasa/produk yang ditawarkan, serta data mengenai jumlah pengunjung pada objek wisata Ocean Dream Samudra.

3.3.2. Cara pengumpulan data

1. Pengumpulan data primer

Metoda pengumpulan data primer yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan kuesioner. Kuesioner merupakan cara pengumpulan data yang dilakukan dengan memberikan pertanyaan/ Pernyataan tertulis kepada responden untuk dimintai jawaban tentang *word of mouth*, fasilitas, motivasi, dan keputusan berkunjung.

Pengumpulan data dari responden dengan menggunakan kuesioner tertutup, yaitu dengan cara :

- (1) Mendatangai langsung objek yang menjadi tempat penelitian.
- (2) Memberikan lembar pertanyaan/ pernyataan (Lampiran 1) kepada responden atau wisatawan Ocean Dream Samudra Ancol, Jakarta Utara.

Instrumen penelitian ini berupa kuesioner yang diukur dengan menggunakan skala *likert*, yaitu skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang kejadian tertentu (Sugiyono, 2017: 93). Jawaban setiap item instrumen mempunyai bobot nilai seperti yang tercantum pada Tabel 3.1.

Tabel 3.1. Skala *Likert* untuk Instrumen Penelitian

| No. | Skala | Keterangan | Skor |
|-----|-------|---------------------|------|
| 1 | SS | Sangat Setuju | 4 |
| 2 | S | Setuju | 3 |
| 3 | TS | Tidak Setuju | 2 |
| 4 | STS | Sangat Tidak Setuju | 1 |

Sumber : Sugiyono (2017: 93)

Dalam penelitian ini terdapat tiga variabel bebas yaitu *word of mouth*, fasilitas, dan motivasi serta satu variabel terikat yaitu keputusan berkunjung. Variabel tersebut lalu diukur dan dijabarkan ke beberapa indikator variabel. Masing-masing indikator variabel mempunyai sub indikator tertentu, dan selanjutnya sub indikator tersebut dijadikan sebagai dasar untuk membuat pertanyaan atau pernyataan dalam kuesioner penelitian. Adapun indikator variabel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

Tabel 3.2. Indikator Variabel *Word of Mouth*

| No. | Indikator | Sub Indikator | No. Item |
|-----|------------------|--|----------|
| 1 | Membicarakan | Memberikan informasi mengenai suatu produk kepada orang lain | 1 |
| | | Memberikan informasi mengenai kepuasan terhadap suatu produk kepada orang lain | 2 |
| 2 | Merekomendasikan | Memiliki keunggulan sehingga dapat direkomendasikan kepada orang lain | 3 |
| 3 | Mendorong | Dorongan terhadap teman untuk melakukan transaksi atas produk atau jasa. | 4 |

Sumber : Priansa (2017: 348)

Tabel 3.3. Indikator Variabel Fasilitas

| No. | Indikator | Sub Indikator | No. Item |
|-----|--|--|----------|
| 1 | Pertimbangan/ Perencanaan Spasial | Lokasi mudah dijangkau pengunjung | 5 |
| | | Penempatan loket memudahkan pengunjung dalam membeli tiket | 6 |
| | | Akses antar wahana mudah dijangkau pengunjung | 7 |
| 2 | Perencanaan Ruang | Ruang tunggu yang nyaman | 8 |
| 3 | Perlengkapan/ Perabotan | Ketersediaan bangku yang memadai sehingga dapat digunakan pengunjung untuk bersantai dan beristirahat | 9 |
| 4 | Tata Cahaya dan Warna | Perpaduan warna bangunan dan wahana permainan yang memberikan rasa nyaman bagi pengunjung | 10 |
| 5 | Pesan-pesan yang Disampaikan secara Grafis | Tersedianya papan informasi jadwal pertunjukan wahana permainan | 11 |
| 6 | Unsur Pendukung | Ketersediaan tempat ibadah, kantin, toilet, ruang menyusui, tempat parkir sudah layak digunakan pengunjung | 12 |

Sumber : Tjiptono (2014: 320)

Tabel 3.4. Indikator Variabel Motivasi

| No. | Indikator | Sub Indikator | No. Item |
|-----|--|---|----------|
| 1 | <i>Novelty Seeking</i> (Pencarian Baru) | Tingkat keinginan untuk mendapatkan pengalaman baru ketika berkunjung di destinasi baru | 13 |
| 2 | <i>Stress Busting/Fun</i> (Penghilang Stres/Kesenangan) | Tingkat keinginan untuk melepas penat dari rutinitas bekerja sehari-hari | 14 |
| | | Tingkat keinginan menikmati kegiatan menyenangkan bersama teman | 15 |
| 3 | <i>Achievement</i> (Prestasi) | Tingkat keinginan untuk berkunjung ke tempat wisata yang belum pernah dikunjungi teman | 16 |
| 4 | <i>Family Oriented/Education</i> (Berorientasi Keluarga/ Pendidikan) | Tingkat keinginan untuk menikmati waktu liburan bersama keluarga | 17 |

Sumber : Utama (2014: 122)

Tabel 3.5. Indikator Variabel Keputusan Berkunjung

| No. | Indikator | Sub Indikator | No. Item |
|-----|--------------------------|---|----------|
| 1 | Pengenalan Kebutuhan | Jasa pariwisata menjadi suatu kebutuhan | 18 |
| 2 | Pencarian Informasi | Perolehan informasi dari iklan | 19 |
| | | Perolehan informasi dari teman | 20 |
| 3 | Evaluasi Alternatif | Membandingkan kelebihan antar satu objek wisata dengan objek wisata yang lain | 21 |
| 4 | Keputusan Pembelian | Keputusan berwisata berdasarkan pilihan yang tepat dan sesuai kebutuhan | 22 |
| 5 | Perilaku Pasca Pembelian | Merasa puas terhadap objek wisata | 23 |
| | | Merekomendasikan objek wisata kepada orang lain | 24 |

Sumber : Kotler dan Keller (2016: 176)

Agar kuesioner dapat digunakan untuk mengumpulkan data primer maka sebelum digunakan harus dilakukan pengujian terlebih dahulu, yaitu uji validitas dan uji reliabilitas.

(1) Uji Validitas

Validitas menunjukkan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek dengan data yang dapat dikumpulkan oleh peneliti (Sugiyono, 2017: 121). Uji validitas untuk mengetahui apakah setiap item valid atau tidak. Dengan demikian instrumen (kuesioner) yang diberikan harus valid dalam arti instrumen yang benar-benar tepat untuk mengukur apa yang hendak diukur.

Uji validitas berguna untuk mengetahui apakah ada pertanyaan atau pernyataan pada kuesioner yang harus dihilangkan atau diganti karena dianggap tidak relevan. Uji validitas sering digunakan untuk mengukur ketepatan suatu item dalam kuesioner, apakah item pada kuesioner tersebut sudah tepat dalam mengukur apa yang ingin diukur (Sugiyono, 2017: 123). Instrumen penelitian dikatakan valid untuk penelitian jika memiliki nilai validitas (r_{hitung}) lebih besar dari 0,30 (r_{kritis}). Uji validitas dapat dilakukan

dengan menghitung korelasi Pearson antara skor item dengan skor total instrumen. Rumus koefisien korelasi Pearson yang biasa disebut dengan *Pearson Product Moment* (Sugiyono, 2017: 125):

$$r_{hitung} = \frac{n\sum X_i Y_i - (\sum X_i)(\sum Y_i)}{\sqrt{(n\sum X_i^2 - (\sum X_i)^2) - (n\sum Y_i^2 - (\sum Y_i)^2)}} \dots \dots \dots (3.2)$$

Keterangan :

- r_{hitung} = Koefisien korelasi antara variabel X dengan Y
- n = Jumlah responden
- X_i = Skor pernyataan setiap nomor
- Y_i = Skor total yang diperoleh subjek dari seluruh item

(2) Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui apakah jawaban yang diberikan dapat dipercaya atau dapat diandalkan atau hasil pengukuran konsisten bila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap obyek dan alat pengukuran yang sama. Sugiyono (2017: 130) menyatakan bahwa instrumen penelitian dikatakan reliabel apabila *cronbach's alpha* sebesar 0,60 atau lebih. Hasil *cronbach's alpha* diperoleh menggunakan bantuan program SPSS versi 24.0.

2. Pengumpulan data sekunder

Metoda untuk mengumpulkan data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan dokumentasi. Teknik dokumentasi adalah cara pengumpulan data yang bersumber dari perusahaan atau pihak-pihak yang bersangkutan dalam penelitian ini dan juga *website* serta jurnal. Dalam penelitian ini data sekunder yang diperoleh berasal dari dokumen-dokumen perusahaan.

3.4. Operasionalisasi Variabel

Dalam penelitian ini, terdapat tiga variabel bebas dan satu variabel terikat. Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab

perubahannya atau timbulnya variabel terikat (Sugiyono, 2017: 39). Dalam penelitian ini yang menjadi variabel bebas yaitu *word of mouth* (X_1), fasilitas (X_2), dan motivasi (X_3). Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas (Sugiyono, 2017: 39). Dalam penelitian ini yang menjadi variabel terikat yaitu keputusan berkunjung (Y). Adapun kedua variabel yang dimaksud adalah :

1. Variabel bebas dalam penelitian ini yaitu :

(1) *Word of mouth* (X_1)

Word of mouth merupakan komunikasi mulut ke mulut mengenai pengalaman konsumen dalam mendapatkan suatu pelayanan produk yang kemudian disampaikan kepada konsumen lain. Variabel ini diukur berdasarkan 3 (tiga) indikator yang terdiri dari membicarakan, merekomendasikan, dan mendorong.

(2) Fasilitas (X_2)

Fasilitas merupakan bentuk sarana dan prasarana yang disediakan oleh perusahaan untuk menunjang kebutuhan para konsumen. Variabel ini diukur berdasarkan 6 (enam) indikator yang terdiri dari pertimbangan/perencanaan spasial, perencanaan ruang, perlengkapan/perabotan, tata cahaya dan warna, pesan-pesan yang disampaikan secara grafis, dan unsur pendukung.

(3) Motivasi (X_3)

Motivasi merupakan dorongan dari dalam diri konsumen maupun dari luar yang menjadi tolak ukur dalam menentukan suatu keputusan. Variabel ini diukur berdasarkan 4 (empat) indikator yang terdiri dari *novelty seeking* (pencarian baru), *stress busting/fun* (penghilang stres/kesenangan), *achievement* (prestasi), dan *family oriented/education* (berorientasi keluarga/pendidikan).

2. Variabel terikat dalam penelitian ini yaitu keputusan berkunjung (Y)

Keputusan berkunjung merupakan sikap keputusan konsumen dalam menentukan suatu pilihan produk yang ingin dibeli untuk mencapai kepuasan dan keinginan yang didapat setelah melakukan pembelian produk tersebut.

Variabel ini diukur berdasarkan 5 (lima) indikator yang terdiri dari pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan perilaku pasca pembelian.

3.5. Metoda Analisis Data

3.5.1. Cara pengolahan dan penyajian data

Pengolahan data yaitu dengan menggunakan bantuan SPSS versi 24.0. Hal ini dilakukan dengan harapan tidak terjadi tingkat kesalahan yang besar. Setelah data diolah, kemudian diperoleh hasil atau *output* SPSS. Hasil pengolahan data akan disajikan dalam bentuk tabel agar lebih rapi, dapat dibaca dengan mudah dan dapat cepat dipahami.

3.5.2. Analisis statistik data

Metoda analisis statistik data dipilih dan disesuaikan dengan tujuan penelitian. Analisis statistik data yang digunakan dalam penelitian ini adalah koefisien determinasi (parsial dan berganda) serta pengujian hipotesis (parsial dan simultan).

1. Analisis koefisien determinasi

Menurut Ghozali (2014: 97) koefisien determinasi (KD) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerapkan variasi variabel dependen. Nilai KD adalah dari nol sampai satu. Nilai KD yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

Untuk mengukur besarnya pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial maupun berganda, maka digunakan KD dengan rumus :

(1) KD parsial X_1 terhadap Y (X_2 dan X_3 konstan)

$$KD_{1.23} = (r_{Y1.23})^2 \times 100\% \dots \dots \dots (3.3)$$

- (2) KD parsial X_2 terhadap Y (X_1 dan X_3 konstan)

$$KD_{2.13} = (r_{Y2.13})^2 \times 100\% \dots\dots\dots(3.4)$$

- (3) KD parsial X_3 terhadap Y (X_1 dan X_2 konstan)

$$KD_{3.12} = (r_{Y3.12})^2 \times 100\% \dots\dots\dots(3.5)$$

- (4) KD berganda X_1 , X_2 , dan X_3 terhadap Y

$$KD_{123} = (r_{Y123})^2 \times 100\% \dots\dots\dots(3.6)$$

Keterangan :

$r_{Y1.23}$ = Koefisien korelasi parsial X_1 dengan Y (X_2 , X_3 konstan)

$r_{Y2.13}$ = Koefisien korelasi parsial X_2 dengan Y (X_1 , X_3 konstan)

$r_{Y3.12}$ = Koefisien korelasi parsial X_3 dengan Y (X_1 , X_2 konstan)

r_{Y123} = Koefisien korelasi berganda X_1 , X_2 , dan X_3 dengan Y

2. Pengujian hipotesis

Pengujian hipotesis bertujuan untuk mengetahui signifikan pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial maupun secara simultan. Dalam penelitian ini, pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat dilihat dari KD. Nilai KD merupakan kuadrat dari nilai koefisien korelasi (r). Dalam pengujian hipotesis secara statistik tidak ada pengujian hipotesis terhadap KD. Oleh karena itu, dalam pengujian hipotesis ini dilakukan pengujian terhadap koefisien korelasi populasi (ρ).

(1) Pengujian hipotesis secara parsial

- a. *Word of mouth* (X_1) terhadap keputusan berkunjung (Y)

$H_0 : \rho_{1.23} = 0$ (secara parsial *word of mouth* tidak signifikan terhadap keputusan berkunjung)

$H_a : \rho_{1.23} \neq 0$ (secara parsial *word of mouth* signifikan terhadap keputusan berkunjung)

- b. Fasilitas (X_2) terhadap keputusan berkunjung (Y)

$H_0 : \rho_{2.13} = 0$ (secara parsial fasilitas tidak signifikan terhadap keputusan berkunjung)

$H_a : \rho_{2.13} \neq 0$ (secara parsial fasilitas signifikan terhadap keputusan berkunjung)

c. Motivasi (X_3) terhadap keputusan berkunjung (Y)

$H_0 : \rho_{3.12} = 0$ (secara parsial motivasi tidak signifikan terhadap keputusan berkunjung)

$H_a : \rho_{3.12} \neq 0$ (secara parsial motivasi signifikan terhadap keputusan berkunjung)

Untuk menguji signifikansi variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial, dapat dilihat dari nilai *significance t* dibandingkan dengan α ($5\% = 0,05$) dengan kriteria, sebagai berikut :

H_0 ditolak, jika *significance t* $< 0,05$

H_0 diterima, jika *significance t* $\geq 0,05$

(2) Pengujian hipotesis secara simultan

$H_0 : \rho_{123} = 0$ (secara simultan *word of mouth*, fasilitas, dan motivasi tidak signifikan terhadap keputusan berkunjung)

$H_a : \rho_{123} \neq 0$ (secara simultan *word of mouth*, fasilitas, dan motivasi signifikan terhadap keputusan berkunjung)

Untuk menguji pengaruh perubahan variabel terikat secara simultan, dapat dilihat dari nilai *significance F* dibandingkan dengan α ($5\% = 0,05$) dengan kriteria, sebagai berikut :

H_0 ditolak, jika *significance F* $< 0,05$

H_0 diterima, jika *significance F* $\geq 0,05$

Jika hasil pengujian hipotesis, baik secara parsial maupun simultan, H_0 ditolak dan H_a diterima maka nilai KD dapat dipakai untuk menjelaskan kontribusi pengaruh perubahan variabel bebas terhadap variabel terikat.