

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Metode yang Digunakan

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif dengan pendekatan rumusan masalah deskriptif dan verifikatif. Metode kuantitatif menurut Sugiyono (2010:2) adalah suatu metode untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data bersifat kuantitatif dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Pengertian pendekatan deskriptif menurut Sugiyono (2010:53) adalah metode yang digunakan untuk mencari jawaban dari rumusan masalah yang berkenaan dengan pertanyaan terhadap kebenaran variabel baik hanya pada satu variabel atau lebih. Dalam penelitian ini metode deskriptif digunakan untuk mengetahui bagaimana Komunikasi Pemasaran dan Keputusan Tamu Menginap di Pomelotel Jakarta.

Pengertian metode pendekatan verifikatif menurut Sugiyono (2010:55) merupakan pertanyaan penelitian yang bersifat menanyakan antara dua variabel atau lebih. Berdasarkan pengertian di atas maka penelitian ini menggunakan metode verifikatif karena berladasan pada tujuan penelitian, yaitu untuk mengetahui pengaruh Komunikasi Pemasaran terhadap Keputusan Tamu Menginap di Pomelotel Jakarta.

3.2 Operasionalisasi Variabel

Dalam penelitian ini variabel-variabel operasional yang akan diteliti yaitu:

1. Variabel bebas: Komunikasi Pemasaran. Menurut Kotler (2012:172), komunikasi pemasaran (*marketing communication*) adalah sarana dimana para pelaku usaha berusaha menginformasikan, membujuk dan mengingatkan kembali konsumen tentang produk yang dijual.
2. Variabel terikat: Keputusan Tamu Menginap. Keputusan pembelian menurut Kotler dan Keller terjemahaan sabran (2012:192) keputusan pembelian merupakan niat untuk membeli berdasarkan lima pilihan dimensi yaitu merek, penyedia, jumlah, waktu dan cara pembayaran. sejalan

Tabel 3.2
Operasionalisasi Variabel

Variabel	Konsep	Indikator	Dimensi	Skala
Komunikasi Pemasaran (X)	Menurut Kotler (2012:172), komunikasi pemasaran (<i>marketing communication</i>) adalah sarana dimana para pelaku usaha berusaha menginformasikan, membujuk dan mengingatkan kembali konsumen tentang produk yang dijual.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Saluran komunikasi non personal, menyampaikan pesan tanpa melakukan interaksi pribadi 2. Saluran komunikasi personal, 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Perikalan Produk ▪ Promosi Produk ▪ Persentasi langsung kepada konsumen ▪ Pemasaran melalui email atau telepon 	Ordinal
Keputusan Tamu Menginap (Y)	Keputusan pembelian yang diungkapkan Kotler dan Keller terjemahaan sabran (2012:192) : “ <i>in executing a</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pemilihan Produk 2. Pemilihan merek 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Memilih produk berdasarkan kualitas ▪ Memilih produk berdasarkan keragaman ▪ Kepopuleran 	Ordinal

Variabel	Konsep	Indikator	Dimensi	Skala
	<p><i>purchase intention, the consumer may make up to five subdecisions : brands, dealer, quantity, timing, and payment method</i>” Dapat diartikan keputusan pembelian merupakan niat untuk membeli berdasarkan lima pilihan dimensi yaitu merek, penyedia, jumlah, waktu dan cara pembayaran. sejalan</p>	<p>3. Pemilihan penyaluran</p> <p>4. Pemilihan metode pembayaran</p>	<p>produk</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Kesesuaian dengan pelayanan yang diberikan ▪ Kemudahan akses ▪ Strategis <ul style="list-style-type: none"> ▪ Kemudahan saat melakukan pembayaran ▪ Keragaman jenis pembayaran 	

3.3 Sumber dan Cara Penentuan Data

3.3.1 Sumber Data

Sumber data penelitian ini adalah data primer. Data primer yang diperoleh melalui kuesioner kepada konsumen Pomelotel Jakarta. Berdasarkan jenisnya, data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kualitatif yang dikuantitatifkan. Data kualitatif ialah data yang tidak dapat di ukur dengan skala numerik (Kuncoro, 2011:145). Sedangkan Data kuantitatif adalah data dalam bentuk angka-angka (Priyanto 2010). Data kualitatif dalam penelitian ini adalah data yang diperoleh dari penyebar kuisisioner yang kemudian dikuantitatifkan dengan melakukan proses pembobotan selain itu ditransformasi menjadi data interval.

3.3.2 Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi adalah kelompok elemen lengkap yang biasanya berupa orang, objek, transaksi, atau kejadian, dimana penulis tertarik untuk mempelajarinya atau menjadikannya objek penelitian. Populasi yang peneliti ambil untuk penelitian ini adalah para konsumen Pomelotel Jakarta.

Sedangkan sampel adalah bagian dari populasi yang dapat merepresentasikan karakteristik populasi sesuai dengan tujuan penelitian. Jenis *sampling* yang digunakan adalah *non-probability sampling*.

Secara khusus, metode *sampling* yaitu *purposive sampling*. Sementara menurut Sugiyono (2010:79) menyatakan bahwa *Purposive sampling* dilakukan dengan mengambil sampel dari populasi berdasarkan suatu kriteria tertentu. Kriteria yang digunakan dapat berdasarkan pertimbangan (*judgement*) tertentu atau jatah (*quota*) tertentu. *Judgement sampling* adalah *purposive sampling* dengan kriteria berupa suatu pertimbangan tertentu.

Kriteria sampel dalam penelitian ini adalah individu yang merupakan konsumen di Pomelotel Jakarta dan bersedia mengisi kuesioner. Sampel tidak dibatasi oleh jenis kelamin dan kelompok usia. Sehingga, sampel ditetapkan sejumlah 50 orang, yang didapat melalui penyebaran kuesioner. Pemilihan metode *sampling* ini berkaitan dengan keterbatasan waktu dan biaya yang dimiliki oleh peneliti.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Adapun metode pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah:

1. Studi Pustaka, Teori yang diperoleh dari literatur, artikel, jurnal ilmiah dan penelitian terdahulu. Metode ini digunakan untuk mempelajari dan memahami literatur–literatur yang memuat pembahasan yang berkaitan dengan penelitian.
2. Penelitian Lapangan (*Field Research*)

Penelitian lapangan adalah penelitian dengan menggunakan metode survei, yaitu penelitian yang dilakukan langsung pada objek yang diteliti. Penelitian dilakukan dengan cara menyebarkan Kuisisioner, yaitu membuat daftar pertanyaan yang diajukan kepada konsumen. Penyebaran kuisisioner dilakukan dengan mendatangi satu persatu calon responden, mengecek apakah calon responden bersedia atau tidak untuk mengisi kuisisioner.

3.5 Rancangan Analisis dan Uji Hipotesis

3.5.1 Pengujian Validitas dan Reliabilitas

Metode uji validitas dalam penelitian kali ini adalah dengan menggunakan korelasi *Bivariate Pearson* (Produk Momen Pearson). Analisis ini dilakukan dengan cara mengkorelasikan masing-masing skor item dengan skor total (Priyatno, 2010:90). Koefisien korelasi item-total dengan *Bivariate Pearson* dapat dicari dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$r = \frac{n \sum XY - (\sum X) (\sum Y)}{\sqrt{[n \sum X^2 - (\sum X)^2] [n \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Keterangan :

r : koefisien korelasi antara variabel X dan variabel Y

n : jumlah subyek

ΣX : jumlah skor item

ΣY : jumlah skor total seluruh item

ΣXY : jumlah perkalian x dan y

X^2 : kuadrat dari x

Y^2 : kuadrat dari y

Untuk mempermudah pengujian data, pengolahan data dilakukan dengan menggunakan *software* SPSS. Pengujian dilakukan menggunakan uji dua sisi dengan taraf signifikansi 0,05. Jika r hitung $\geq r$ tabel, maka bisa disimpulkan bahwa item pertanyaan yang diuji valid, dan sebaliknya.

Reliabilitas merujuk suatu pengertian bahwa instrumen yang digunakan dalam penelitian untuk memperoleh informasi yang diinginkan dapat dipercaya (diandalkan) sebagai alat pengumpul data serta mampu mengungkap informasi yang sebenarnya di lapangan. Instrumen yang baik tidak bersifat tendensius atau mengarahkan responden untuk memilih jawaban tertentu. Instrumen yang reliabel akan menghasilkan data yang sesuai dengan kenyataan. Apabila datanya benar, maka meskipun dilakukan pengujian berulang kali, hasil yang diperoleh tetap sama.

Teknik pengukuran reliabilitas yang dipakai dalam penelitian kali ini adalah teknik Cronbach. Teknik ini biasa digunakan untuk mencari reliabilitas instrumen yang skornya memiliki rentangan antara beberapa nilai (bukan 0 atau 1

dan bukan ya atau tidak). Rentang nilai (skala) yang digunakan dalam penelitian kali ini adalah antara 1 sampai 5. Adapun rumus yang digunakan adalah sebagai berikut (Umar, 2013:90) :

$$r_{11} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[\frac{1 - \sum \sigma b^2}{\sigma t^2} \right]$$

Keterangan:

- r_{11} : reliabilitas instrumen
 $\sum \sigma b^2$: jumlah varian butir
 σt^2 : varian total
 k : banyaknya butir pertanyaan

Menurut Priyatno (2010: 98), reliabilitas kurang dari 0,6 adalah kurang baik, sedangkan 0,7 dapat diterima dan di atas 0,8 adalah baik.

3.5.2 Analisis Deskriptif

Data yang dideskripsikan merupakan variabel-variabel dependent dan independent dalam penelitian yaitu Komunikasi Pemasaran dan Keputusan Tamu Menginap pada Pomelotel Jakarta yang diperoleh berdasarkan tanggapan responden yang ada dalam kuesioner. Gambaran data tanggapan responden dapat digunakan untuk mengetahui bagaimana tanggapan responden terhadap setiap indikator variabel yang sedang diteliti. Agar lebih mudah menginterpretasikan variabel yang sedang diteliti, dilakukan kategorisasi terhadap skor tanggapan responden. Setelah data diperoleh, kemudian dilakukan analisis dengan langkah langkah sebagai berikut:

- a. *Editing*, yaitu pemeriksaan kuesioner yang telah di isi oleh responden dikumpulkan kembali untuk dilakukan pemeriksaan menyangkut pengisian kelengkapan angket menyeluruh.
- b. *Coding*, Yaitu pemberian kode atau skor untuk setiap item berdasarkan ketentuan yang ada untuk memudahkan menganalisa data.
- c. *Tabulating*, yaitu dalam hal ini hasil coding dituangkan ke dalam table rekapitulasi secara lengkap. Membuat tabulasi adalah dengan memasukan data kedalam tabel dan mengukur angka-angka sehingga dapat dihitung jumlah kasus dalam berbagai kategori.

Pengolahan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan perhitungan interval untuk menentukan panjang kelas interval. Menentukan panjang kelas interval digunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{Panjang Kelas Interval} = \frac{\text{Rentang}}{\text{BanyakKelas}}$$

Dimana :

P = Panjang kelas interval

Rentang = Data terbesar–data terkecil

Banyak Kelas = 5

Adapun kriteria skor yang telah ditetapkan adalah sebagai berikut:

Tabel 3.3
Kriteria Kategori Penilaian

Nilai Rata-rata Hitung	Kategori
1.00 – 1.80	Tidak Baik
1.81 – 2.60	Kurang Baik
2.61 – 3.40	Cukup
3.41 – 4.20	Baik
4.21 – 5.00	Sangat Baik

3.5.3 Analisis Regresi Sederhana

Data primer lain berupa kuesioner yang diisi oleh para responden akan diolah menggunakan Analisis Regresi Sederhana. Model regresi digunakan untuk mengasumsikan bahwa terdapat hubungan linear antara variabel komunikasi pemasaran dan keputusan tamu menginap. Adapun bentuk umum persamaan analisis regresi sederhana yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X + e$$

Dimana:

Y = Keputusan Tamu Menginap

β_0 = konstanta regresi

β_1 = koefisien regresi X

X = Komunikasi Pemasaran

e = faktor pengganggu

Sebelum dilakukan pengujian analisis regresi maka diperlukan pengujian asumsi klasik dengan model uji sebagai berikut :

3.5.3.1 Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mencari tahu apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual berdistribusi normal atau tidak (Ghozali, 2013:160). Uji normalitas dapat dilakukan dengan cara statistik melalui uji statistik non-parametrik *Kolmogorov-Smirnov* (K-S) dengan bantuan SPSS *Statistics 21 For Windows*. Jika nilai probabilitas signifikan K-S $\geq 5\%$ atau 0,05, maka data berdistribusi normal (Ghozali, 2013:164).

3.5.3.2 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual suatu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut Homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Ada beberapa cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas dengan melihat Grafik Plot antara nilai prediksi variabel terikat (dependen) yaitu ZPRED dengan residualnya SRESID. Deteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik scatterplot antara SRESID dan ZPRED dimana sumbu Y adalah Y yang telah diprediksi, dan sumbu X adalah residual ($Y \text{ prediksi} - Y \text{ sesungguhnya}$) yang telah di-*standardized*. Dasar Analisis:

1. Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.
2. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

3.5.3.3 Uji Linearitas

Uji linieritas bertujuan untuk menguji apakah keterkaitan antara dua variabel yang bersifat linier. Perhitungan linieritas digunakan untuk mengetahui prediktor data peubah bebas berhubungan secara linier atau tidak dengan peubah

terikat. Pengujian dapat dilakukan pada program SPSS (*Statistical Product and Service Solution*) for windows dengan menggunakan *test for linearity* pada taraf signifikansi 0,05. Kriteria pengujiannya adalah kelinieran dipenuhi oleh data jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau angka signifikansi yang diperoleh kurang dari 0,05 menunjukkan kelinieran terpenuhi.

3.5.3.2 Analisis Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) mengukur sejauh mana kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Cara menghitung koefisien determinasi yaitu dengan mengkuadratkan nilai koefisien korelasi (R) kemudian dikalikan 100%. Dalam output SPSS, koefisien determinasi dalam model regresi berganda dapat dilihat pada tabel *Model Summary* yaitu *Adjusted R Square*.

Nilai koefisien determinasi antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil atau mendekati nol menunjukkan kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Sedangkan nilai yang mendekati angka satu menunjukkan variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen (Ghozali, 2013:97).

3.5.3.3 Pengujian Hipotesis

Uji signifikansi atau uji statistik t menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Adapun rumus uji t adalah sebagai berikut:

$$t = \frac{\beta_i}{S\beta_i}$$

Sumber: Sugiyono (2010: 187)

Keterangan:

β_i : Koefisien Regresi

$S\beta_i$: Standar Deviasi dari Koefisien Regresi

Adapun ketentuan pengujiannya yaitu nilai t hitung dibandingkan dengan t tabel dengan taraf signifikansi 5%. Apabila nilai t hitung > nilai t tabel, maka H_0 ditolak dan H_a diterima atau variabel independen secara individual memengaruhi variabel dependen, apabila t hitung < t tabel, maka H_0 diterima dan H_a ditolak atau variabel independen secara individual tidak memengaruhi variabel dependen (Ghozali, 2013:99).

Dalam output SPSS, uji t dapat dilihat pada tabel *Coefficients*. Untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen dengan cara membandingkan nilai probabilitas pada kolom Sig. Kriteria pengujian untuk uji t adalah:

1. Jika nilai Sig. < 0,05 maka H_0 ditolak dan H_a diterima atau variabel independen tersebut memiliki pengaruh terhadap variabel dependen secara parsial.
2. Jika nilai Sig. > 0,05 maka H_0 diterima dan H_a ditolak atau variabel independen tersebut tidak memiliki pengaruh terhadap variabel dependen secara parsial.