

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Lokasi dan Waktu Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Dalam melakukan sebuah penelitian diperlukan data yang diambil dari lokasi tempat peneliti meneliti. Dalam penelitian juga harus mencantumkan dimana peneliti melakukan penelitian, karena setiap lokasi meskipun dengan penelitian yang sama tidak akan mendapatkan hasil yang sama pula. Lokasi penelitian yang diambil oleh peneliti di kantor PT. Transkuala Travel Medan Jalan Bilal Ujung Nomor 147 Medan.

2. Waktu Penelitian

Waktu yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 3.1
Jadwal Penelitian

No.	Jenis Kegiatan	Juli 2019	Agustus 2019	September 2019	Oktober 2019	Nopember 2019	Desember 2019
1.	Pengolahan data	■					
2.	Pengumpulan data		■				
3.	Penyusunan skripsi			■			
4.	Bimbingan skripsi			■			
5.	Perbaikan skripsi				■		
6.	Pengesahan skripsi					■	
7.	Sidang Meja Hijau						■

3.2. Jenis dan Sumber Data

Jenis dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Data primer, data yang belum diolah yang diperoleh langsung dari objek penelitian. Data primer data yang diperoleh langsung dari sumber atau tempat dimana penelitian dilakukan secara langsung.

Menurut Umar (2014:42) menyatakan bahwa “Data primer merupakan data yang didapat dari sumber pertama baik dari individu ataupun perseorangan seperti hasil wawancara atau hasil pengisian kuisisioner yang biasa dilakukan oleh peneliti”.

2. Data sekunder, data yang sudah tersedia sehingga peneliti tinggal mencari dan mengumpulkan data sekunder dapat diperoleh dengan lebih mudah dan cepat karena sudah tersedia, misalnya di perpustakaan, perusahaan-perusahaan, buku-buku ilmiah, literatur dan bahan-bahan kuliah yang sesuai dengan judul skripsi ini sehingga diperoleh data sekunder.

3.3. Populasi dan Sampel

Menurut Sugiyono (2011:61) menyatakan bahwa: ”Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”.

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi merupakan kumpulan dari individu, atau unit, atau unsur yang dijadikan obyek atau sasaran

penelitian yang memiliki karakteristik yang sama. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen PT. Transkuala Travel Medan sebanyak 200 orang dengan menyebarkan angket pertanyaan.

Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut, ataupun bagian kecil dari anggota populasi yang diambil menurut prosedur tertentu sehingga dapat mewakili populasinya. Jika populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari seluruh yang ada di populasi, hal seperti ini dikarenakan adanya keterbatasan dana atau biaya, tenaga dan waktu, maka oleh sebab itu peneliti dapat memakai sampel yang diambil dari populasi.

Menurut Sugiyono (2011:118) menyatakan bahwa: “Sampel adalah bagian dan jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut”. Dalam penelitian ini subjek yang dijadikan penelitian sebanyak 200 konsumen PT. Transkuala Travel Medan.

Sampel dengan menggunakan rumus Slovin (Umar, 2014:78), yaitu:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Dimana:

n = Ukuran Sampel

N = Ukuran Populasi

e = Taraf Kesalahan (error) sebesar 0.10 (10%)

$$n = \frac{200}{1 + 200 (0.10)^2}$$

$$n = \frac{200}{3}$$

$$n = 66,66 = 67$$

Jumlah responden yang diperoleh 66,66 dibulatkan menjadi 67 responden

3.4. Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data baik data primer dan data sekunder, peneliti menggunakan berbagai teknik pengumpulan data, yakni:

1. Kuesioner (angket) yaitu tehnik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawab, dengan menggunakan skala *Likert*, di mana setiap pertanyaan mempunyai 5 (lima) opsi yaitu:

Tabel 3.2
Skala Likert

Pertanyaan	Bobot
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Kurang Setuju (KS)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber: Sugiyono (2010:133)

2. Studi dokumentasi dilakukan dengan memperoleh data di kantor PT. Transkuala Travel Medan yang berhubungan dengan masalah diteliti seperti sejarah singkat perusahaan, struktur organisasi dan wewenang serta tugas-tugas karyawan.

3.5. Definisi Operasional Variabel

Menurut Sugiyono (2010:58) menyatakan bahwa: “Variabel penelitian pada dasarnya adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya”. Dalam penelitian ini menggunakan 2 (dua)

variabel bebas dan 1 (satu) variabel terikat. Variabel bebas terdiri dari penawaran harga (X_1) dan kenyamanan (X_2) serta variabel terikat, yakni pembelian konsumen (Y).

Tabel 3.2
Defenisi Operasional Variabel

Variabel	Deskripsi	Indikator	Skala
Penawaran Harga (X_1)	Semakin murah harga maka jumlah barang yang ditawarkan akan semakin sedikit dan semakin mahal harga, maka jumlah barang yang ditawarkan semakin banyak. Apabila jumlah konsumen atau produsen bertambah maka semakin banyak penawaran harga terhadap suatu barang atau produk. Sesuai dengan perkembangan teknologi saat ini para konsumen dapat melihat harga suatu produk yang ditawarkan oleh perusahaan. Banyak konsumen menggunakan harga sebagai indikator kualitas. Penetapan harga pencitraan sangat efektif untuk produk yang ditawarkan kepada konsumen. Perusahaan melakukan strategi harga yang menentukan harga awal yang rendah serendah-rendahnya atau murah dengan tujuan untuk penetrasi pasar dengan cepat dan juga membangun loyalitas merek dari pada konsumen.	1. Harga Barang 2. Jumlah konsumen 3. Teknologi 4. Harga Kualitas 5. Harga murah	Likert
Kenyamanan (X_2)	Jika tempat wisata dekat dengan tempat pembuangan sampah maka bau yang tidak sedap akan tercium oleh orang yang melaluinya. Hal tersebut dapat diatasi dengan memindahkan sumber bau tersebut dan ditempatkan pada area yang tertutup dari pandangan visual serta dihalangi oleh tanaman pepohonan atau semak ataupun dengan peninggian muka tanah. Sesuatu yang bersih selain menambah daya tarik lokasi, juga menambah rasa	1. Aroma 2. Kebersihan 3. Keindahan 4. Penerangan 5. Keamanan	Likert

	<p>nyaman karena bebas dari kotoran sampah ataupun bau-bauan yang tidak sedap. Pada daerah tertentu yang menuntut kebersihan tinggi, pemilihan jenis pohon dan semak harus memperhatikan kekuatan daya rontok daun dan buah. Keindahan merupakan hal yang perlu diperhatikan untuk memperoleh kenyamanan karena mencakup masalah kepuasan batin dan panca indera. Untuk menilai keindahan cukup sulit karena setiap orang memiliki persepsi yang berbeda untuk menyatakan sesuatu itu adalah indah. dalam hal kenyamanan, keindahan dapat diperoleh dari segi bentuk ataupun warna. Untuk mendapatkan penerangan yang baik dalam lokasi wisata perlu memperhatikan beberapa hal yaitu cahaya alami, kuat penerangan, kualitas cahaya, daya penerangan, pemilihan dan perletakan lampu. Pencahayaan alami disini dapat membantu penerangan buatan dalam batas-batas tertentu, baik dan kualitasnya maupun jarak jangkauan dalam ruangan. Keamanan merupakan masalah terpenting karena ini dapat mengganggu dan menghambat aktivitas yang akan dilakukan. Keamanan bukan saja berarti dari segi kejahatan (kriminal), tapi juga termasuk kekuatan konstruksi, bentuk ruang, dan kejelasan fungsi.</p>		
<p>Pembelian Konsumen (Y)</p>	<p>Proses pembelian dimulai dengan pengenalan masalah atau kebutuhan. Jika kebutuhan diketahui maka konsumen akan serta memahami kebutuhan yang belum perlu segera dipenuhi atau masalah dapat ditunda pemenuhannya, serta kebutuhan yang sama-sama harus segera dipenuhi. Konsumen mungkin</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kebutuhan 2. Informasi 3. Penilaian 4. Keputusan 5. Perilaku 	<p>Likert</p>

	<p>melakukan pencarian lebih banyak atau segera aktif mencari informasi yang mendasari kebutuhan. Setelah melakukan pencarian informasi sebanyak mungkin, konsumen menggunakan informasi untuk mengevaluasi beberapa merek alternatif dalam satu susunan pilihan. Keputusan yang diambil adalah membeli, maka pembeli akan menjumpai serangkaian keputusan yang menyangkut jenis pembelian, waktu pembelian, dan cara pembelian. Konsumen akan mengalami beberapa tingkatan kepuasan atau ketidakpuasan yang dirasakan saat membeli produk.</p>		
--	---	--	--

3.6. Teknik Analisa Data

Untuk menguji apakah instrumen angket yang dipakai cukup layak digunakan sehingga mampu menghasilkan data yang akurat sesuai dengan tujuan pengukuran maka dilakukan uji validitas konstruksi.

1. Uji Validitas

Suatu alat ukur disebut memiliki validitas bilamana alat ukur tersebut isinya layak mengukur obyek yang seharusnya diukur dan sesuai dengan kriteria tertentu uji validitas dapat dilakukan dengan menggunakan *korelasi pearson*. Mengkorelasikan setiap pertanyaan dengan nilai total pertanyaan. Uji validitas digunakan untuk mengetahui sah atau tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dinyatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur kuesioner tersebut. Untuk mengukur validitas, digunakan dengan teknik *corelation producttmoment* dengan cara mengkolerasikan skor butir dengan skor

total. Dalam melakukan uji validitas ini, peneliti menggunakan sebanyak 67 responden dan taraf signifikansi 5% dengan bantuan program SPSS versi 19.0. Pengujian validitas, yaitu : Apabila $r\text{-hitung} > r\text{-tabel}$, artinya terdapat korelasi antara variabel x dengan variabel y dan dikatakan valid. Apabila $r\text{-hitung} < r\text{-tabel}$, artinya tidak terdapat korelasi antara variabel x dengan variabel y dan dikatakan tidak valid.

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari suatu variabel. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Data dikatakan reliabel adalah memiliki nilai *cronbach alpha* lebih besar dari 0,60. Uji reliabilitas dapat menggunakan teknik *Cronboach Aplha*, jika nilai *Aplha* lebih besar dari 0.60 dinyatakan reliable. Dalam pengujian ini, uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan koefisien alpha. Perhitungan koefisien alpha memanfaatkan bantuan SPSS 19.0 dan batas kritis untuk nilai alpha untuk mengindikasikan kuesioner yang reliable adalah 0,60. Jadi nilai koefisien alpha $> 0,60$ merupakan indikator bahwa kuesioner tersebut reliabel.

3. Uji asumi klasik

Uji asumsi klasik digunakan untuk mengetahui apakah hasil analisis regresi linier berganda yang digunakan untuk menganalisis dalam penelitian ini terbebas dari penyimpangan asumsi klasik yang meliputi uji normalitas,

multikolinieritas, heteroskedastisitas dan Determinasi. Adapun masing-masing pengujian tersebut dapat dijabarkan sebagai berikut:

a. Uji normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel dependen dan independen keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Uji normalitas data dalam penelitian ini menggunakan aplikasi *SPSS for Windows 19* untuk pengujian terhadap data sampel tiap variabel. Untuk mendeteksi normalitas data melalui *output* grafik kurva normal *p-p plot*. Suatu variabel dikatakan normal jika gambar distribusi dengan titik-titik data yang menyebar di sekitar garis diagonal, dan penyebaran titik-titik data searah mengikuti garis diagonal. Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal⁷. Seperti diketahui bahwa uji t dan F mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Kalau asumsi ini dilanggar maka uji statistik menjadi tidak valid untuk sejumlah sampel kecil. Ada dua cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan analisis grafik dan uji statistik.

b. Uji Multikolinearitas

Uji ini dimaksudkan untuk mendeteksi gejala korelasi antara variabel bebas yang satu dengan variabel bebas yang lain. Asumsi

multikolinearitas menyatakan bahwa variabel independen harus terbebas dari gejala multikolinearitas. Gejala multikolinearitas adalah gejala korelasi antar variabel independen. Gejala ini ditunjukkan dengan korelasi yang signifikan antar variabel independen. Uji Multikolinieritas dapat dilakukan dengan dua cara yaitu dengan melihat VIF (*Variance Inflation Factors*) dan nilai tolerance. Jika $VIF > 10$ dan nilai tolerance $< 0,10$ maka tidak terjadi gejala multikolinieritas. Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan korelasi antara variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Jika variabel independen saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel independen yang nilai korelasi antar sesama variabel independent sama dengan nol. Multikolinieritas dapat dideteksi dengan menganalisis matrik korelasi variabel-variabel independen atau dengan menggunakan perhitungan nilai multikolonieritas dapat juga dilihat dari :

- 1) Nilai *tolerance* atau lawannya.
- 2) *Variance inflation factor* (VIF).

Kedua ukuran ini menunjukkan setiap variabel independen manakah yang dijelaskan oleh independen lainnya. Dalam pengertian sederhana setiap variabel independen (terikat) dan diregresi terhadap variabel independen lainnya.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Jika variance dari residual satu pengamatan yang lain. jika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap maka disebut Homoskedastisitas dan jika berbeda disebut Heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah Homoskedastisitas atau tidak terjadi Heteroskedastisitas. Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut Homoskedastisitas dan jika berbeda disebut Heteroskedastisitas.

d. Uji Determinasi

Uji determinasi atau Pengujian R^2 digunakan untuk mengukur proporsi atau presentase sumbangan variabel independen yang diteliti terhadap variasi naik turunnya variabel dependen. R^2 berkisar antara 0 sampai 1 ($0 \leq R^2 \leq 1$). Apabila R^2 sama dengan 0, hal ini menunjukkan bahwa tidak adanya pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen, dan bila R^2 semakin kecil mendekati 0, maka dapat dikatakan bahwa pengaruh variabel independen semakin kecil terhadap variabel dependen. Apabila R^2 semakin besar mendekati 1, hal ini menunjukkan semakin kuatnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

e. Regresi linear berganda

Untuk mengetahui penawaran harga dan kenyamanan terhadap konsistensi pembelian konsumen dengan regresi linear berganda adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Dimana:

Y = Konsistensi Pembelian Konsumen

X₁ = Penawaran Harga

X₂ = Kenyamanan

a = Konstanta

b₁. b₂. = Koefisien regresi

e = Variabel pengganggu/error

4. Pengujian Hipotesis

Pengujian ini ditujukan untuk menguji ada tidaknya pengaruh dari variabel independen secara keseluruhan terhadap variabel dependen. Pengujian hipotesis dilakukan melalui model regresi linier berganda, dimana tingkat signifikansi yang digunakan dalam penelitian ini adalah $\alpha = 5\%$.

a. Uji Signifikansi Parsial (Uji t)

Uji hipotesis dengan t-test ini bertujuan untuk mengetahui besarnya pengaruh masing-masing variabel independen secara individual (parsial) terhadap variabel dependen. Pengambilan keputusan ini dapat dilihat sebagai berikut : Jika $t\text{-hitung} < t\text{-tabel}$, maka H_0 alternatif ditolak. Jadi tidak ada pengaruh antara variabel-variabel independent terhadap variabel dependen. Jika $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$, maka H_0 alternatif

diterima. Jadi ada pengaruh antara variabel dependen dan variabel independen. Taraf nyata (α) adalah 5%.

b. Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah secara bersama-sama variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat. Apabila secara bersama-sama variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat yang ditunjukkan dengan nilai signifikansi $F < 0,05$, maka model regresi dikatakan bagus, sebaliknya apabila secara bersama-sama variabel bebas tidak berpengaruh terhadap variabel terikat yang ditunjukkan dengan nilai signifikansi $F > 0,05$, maka model regresi adalah tidak baik.

