

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Pendekatan Penelitian**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Penelitian menggunakan metode kuantitatif yang merupakan pendekatan yang bersifat objektif, mencakup pengumpulan dan analisis data kuantitatif serta menggunakan metode pengujian statistik (Fatihudin, 2015:28). Data dapat dari hasil survei dengan membagikan kuesioner kepada responden yang menjadi objek penelitian. Dalam penelitian ini penulis menganalisis pengaruh kualitas layanan dan promosi terhadap kepuasan pengunjung pada obyek wisata Taman Hiburan Pantai (THP) Kenjeran Kota Surabaya.

#### **B. Identifikasi Variabel**

Menurut Sugiyono (2017:38), menyatakan bahwa variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti sehingga diperoleh dan kemudian ditarik kesimpulan. Menurut Sugiyono (2017:39), berdasarkan variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

##### 1. Variabel bebas (*independent variabel*)

Variabel bebas merupakan variabel yang memengaruhi atau menjadi sebab timbulnya atau berubahnya variabel terikat (*dependent variabel*). Dalam penelitian ini yang merupakan variabel bebas adalah kualitas pelayanan ( $X_1$ ) dan promosi ( $X_2$ ) pada obyek wisata Taman Hiburan Pantai (THP) Kenjeran Kota Surabaya.

## 2. Variabel terikat (*dependent variabel*)

Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas (*independent variabel*). Dalam penelitian ini yang merupakan variabel terikatnya adalah kepuasan pelanggan (Y) pada obyek wisata Taman Hiburan Pantai (THP) Kenjeran Kota Surabaya.

### **C. Definisi Operasional Variabel**

Definisi operasional variabel merupakan petunjuk tentang bagaimana suatu variabel diukur, sehingga peneliti mengukur variabel tersebut. Adapun definisi operasional dalam penelitian ini adalah:

#### 1. Kualitas Layanan ( $X_2$ )

Menurut Tjiptono (2014) yang dikutip oleh Fatihudin dan Firmansyah (2019:195) mendefinisikan, “Kualitas jasa adalah suatu tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan”. Indikator-indikator variabel diatas antara lain:

1. Keandalan (*reliability*) yaitu kemampuan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan janji yang ditawarkan.
2. Daya Tanggap (*responsiveness*) yaitu respons atau kesigapan karyawan dalam membantu pelanggan dan memberikan pelayanan yang cepat dan tanggap, yaitu : kesigapan karyawan dalam melayani pelanggan, kecepatan karyawan dalam menangani transaksi, dan penanganan keluhan pelanggan.

3. Jaminan (*assurance*) yaitu kemampuan karyawan atas pengetahuan terhadap produk secara tepat, kualitas keramahtamahan, perhatian dan kesopanan dalam memberi pelayanan, keterampilan dalam memberikan informasi, kemampuan dalam memberikan keamanan di dalam memanfaatkan jasa yang ditawarkan, dan kemampuan dalam menanamkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan. Dimensi kepastian atau jaminan ini merupakan gabungan dari dimensi:
  - a. Kompetensi (*competence*), keterampilan dan pengetahuan yang dimiliki oleh para karyawan untuk melakukan pelayanan.
  - b. Kesopanan (*courtesy*), yang meliputi keramahan, perhatian dan sikap para karyawan.
  - c. Kredibilitas (*credibility*), meliputi hal-hal yang berhubungan dengan kepercayaan kepada perusahaan, seperti reputasi, prestasi dan sebagainya.
4. Empati (*empathy*) yaitu perhatian secara individual yang diberikan perusahaan jasa kepada pelanggan dalam hal ini seperti kemudahan untuk menghubungi perusahaan jasa, kemampuan karyawan untuk berkomunikasi dengan pelanggan, dan usaha perusahaan jasa untuk memahami keinginan dan kebutuhan pelanggannya.
5. Bukti fisik (*tangibles*) yaitu berkenaan dengan daya tarik fasilitas fisik, perlengkapan, dan material yang digunakan perusahaan, serta penampilan karyawan.

## 2. Promosi (X<sub>2</sub>)

Menurut Hurriyati (2008) dikutip dalam Fatihudin dan Firmansyah (2019:183) mendefinisikan, “Promosi adalah salah satu penentu faktor keberhasilan suatu program pemasaran dengan kualitasnya suatu produk, bila konsumen belum pernah mendengarnya dan tidak yakin bahwa produk tersebut akan berguna, maka mereka tidak akan pernah membelinya atau penggunaan jasa sesuai dengan kebutuhan”. Indikator-indikator variabel diatas antara lain:

1. Periklanan (*advertising*) seperti iklan koran, iklan tv, spanduk, dan pamflet, serta media lain baik media cetak maupun media elektronik.
2. Penjualan personal (*personal selling*) yaitu penjualan perusahaan untuk tujuan membuat penjualan dan hubungan pelanggan.
3. Promosi Penjualan (*sales promotion*) mengikuti pameran dalam jangka pendek untuk mendorong pembelian atau penjualan produk atau jasa.
4. Hubungan Masyarakat (*public relation*) mengupayakan produk tersebut diterima dikalangan masyarakat.
5. informasi dari mulut kemulut (*word of mouth*) dengan memaksimalkan informasi hal yang positif.
6. Pemasaran Langsung (*direct marketing*) tatap muka langsung kepada konsumen dengan tujuan untuk mendapatkan tanggapan langsung dengan pelanggan.
7. Publikasi yaitu menyampaikan informasi pada pelanggan dengan tujuan informasi tersebut dapat tersampaikan pada orang yang dituju.

### 3. Kepuasan Pengunjung (Y)

Menurut Fatihudin dan Firmansyah (2019:206), “kepuasan pelanggan adalah pengukuran atau indikator sejauh mana pelanggan atau pengguna produk perusahaan atau jasa sangat senang dengan produk-produk atau jasa yang diterima”. Hawkins dan Lonney dikutip dalam Fandy Tjiptono (2014:101) indikator pembentuk kepuasan konsumen terdiri dari :

- a. Kesesuaian Harapan adalah tingkat kesesuaian antara kinerja jasa yang diharapkan dan dirasakan oleh konsumen.
- b. Minat Berkunjung Kembali adalah kesediaan konsumen untuk berkunjung kembali.
- c. Kesediaan Merekomendasi adalah kesediaan konsumen untuk melakukan merekomendasikan jasa yang telah dirasakan kepada teman atau keluarga.

Indikator-indikator di atas diukur dengan menggunakan skala likert antara 1 sampai dengan 5, yaitu sangat tidak setuju (1), tidak setuju (2), ragu-ragu (3), setuju (4), dan sangat setuju (5).

### **D. Teknik Pengumpulan Data**

Teknik terdapat dua cara untuk mengumpulkan data dalam penelitian ini, sebagai berikut:

#### a. Pengumpulan Data Primer

Data primer yaitu data yang peneliti peroleh dari pertemuan langsung dengan obyek yang akan diteliti serta dengan menyebarkan kuesioner yang akan diisi oleh responden. Data primer tersebut bersumber dari hasil

pengumpulan data berupa kuesioner dan dokumentasi kepada responden pada Obyek Wisata Taman Hiburan Pantai (THP) Kenjeran Kota Surabaya yang telah ditetapkan oleh peneliti sebagai objek penelitian.

**b. Pengumpulan Data Sekunder**

Data sekunder diperoleh melalui peneliti dari dokumen perusahaan seperti data-data pengunjung dan data sejarah perusahaan di Obyek Wisata Taman Hiburan Pantai (THP) Kenjeran Kota Surabaya.

**E. Populasi dan Sampel**

**a. Populasi**

Menurut Sudjana (1993) dalam Fatihudin (2015:64), menyatakan bahwa “Populasi adalah totalitas semua nilai yang mungkin, hasil menghitung atau pengukuran, kuantitatif atau kualitatif dari pada karakteristik tertentu mengenai sekumpulan obyek yang lengkap dan jelas yang ingin dipelajari sifat-sifatnya”.

Menurut Sugiyono (2017:80), “populasi adalah wilayah generalisasi objek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti agar untuk bisa dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”.

Dalam penelitian yang menjadi populasi adalah kualitas pelayanan dan promosi pada kepuasan pengunjung di THP Kenjeran Kota Surabaya maka jumlah populasi sebanyak 490.152 orang wisatawan selama periode satu tahun terakhir atau tepatnya pada Januari 2018 sampai dengan Desember 2018.

**Tabel 3.1**  
**Data Pengunjung di UPTD THP Kenjeran**  
**TAHUN 2018**

| NO   | BULAN    | DATA PENGUNJUNG | NO  | BULAN     | DATA PENGUNJUNG |
|--|----------|-----------------|-----|-----------|-----------------|
| 1.   | Januari  | 53.968          | 7.  | Juli      | 57.959          |
| 2.   | Februari | 38.235          | 8.  | Agustus   | 30.991          |
| 3.   | Maret    | 37.102          | 9.  | September | 26.877          |
| 4.   | April    | 43.458          | 10. | Oktober   | 35.997          |
| 5.   | Mei      | 20.330          | 11. | Nopember  | 30.308          |
| 6.   | Juni     | 63.905          | 12. | Desember  | 51.042          |
| Total pengunjung 2018 sebanyak 490.152 orang |          |                 |     |           |                 |

Sumber : Data Pengunjung 2018

### **b. Sampel**

Menurut Fatihudin (2015:66) sampel adalah bagian dari populasi. Penelitian sampel (*sampling study*) dilakukan karena pertimbangan efisiensi biaya, waktu dan tenaga disamping bermaksud mereduksi obyek penelitiannya serta melakukan generalisasi. Sampel harus mewakili sebanyak mungkin karakteristik populasi. Sedangkan menurut Sugiyono (2017:81), “sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang diambil dari populasi tersebut”. Pengambilan sampel ini harus dilakukan sedemikian rupa sehingga diperoleh sampel yang benar-benar dapat berfungsi atau dapat menggambarkan keadaan populasi yang sebenarnya. Selain itu juga diperhatikan bahwa sampel yang diambil harus representatif (benar-benar mewakili).

Untuk menentukan jumlah sampel dalam penelitian ini ukuran sampel ditentukan dengan menggunakan rumus Slovin, sebagai berikut :

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

Dimana:

n = Ukuran sampel

$N$  = Ukuran Populasi

$e$  = Taraf kesalahan atau nilai kritis

pengambilan sampel ini dilakukan pada tingkat kepercayaan 90% atau nilai kritis 10% sehingga perhitungan ukuran sampel adalah:

$$n = \frac{N}{1 + N e^2} = \frac{490.152}{1 + 490.152 \times (0,01)^2} = \frac{490.152}{4.91152} = 99.79 = \mathbf{100 \text{ responden}}$$

Berdasarkan perhitungan tersebut maka sampel yang diambil dibulatkan menjadi sebanyak 100 responden wisatawan.

### c. Teknik Sampling

Sampling adalah suatu cara pengumpulan data yang sifatnya tidak menyeluruh, yaitu mencakup seluruh objek penelitian (populasi) akan tetapi sebagian saja dari populasi.

Menurut Sugiyono (2014:116), Teknik sampling adalah teknik pengambilan sampel. Untuk menentukan sampel yang akan digunakan. Dalam penelitian ini penulis menggunakan *probability sampling* dengan jenis *simple random sampling*.

Menurut Sugiyono (2014:118), Probability sampling adalah teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi sampel. Teknik sampel ini meliputi, *simple random sampling*, *proportionate stratified random sampling*, *disproportionate stratified random*, *sampling area (cluster) sampling* menurut daerah. Jenis probability sampling yang digunakan dalam pengambilan sampel pada penelitian ini adalah *simple random sampling*.

Menurut Sugiyono (2014:118), dikatakan simple (sederhana) karena pengambilan anggota sample dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu. Cara demikian dilakukan bila anggota populasi dianggap homogen, pada penelitian ini dilakukan teknik pengambilan sampel dengan menggunakan *simple random sampling*, hal ini dilakukan karena anggota populasi yakni para pengunjung yang mengunjungi Taman Hiburan Pantai (THP) Kenjeran Kota Surabaya memiliki peluang yang sama untuk dipilih menjadi sampel.

#### **F. Teknik Pengolahan Data**

Teknik pengolahan data dalam suatu penelitian adalah langkah berikutnya setelah pengumpulan data dilakukan. Tentu saja data yang dihimpun tersebut adalah data yang sudah matang, siap diolah, hasil seleksi yang ketat dari peneliti tentang kebenaran, ketepatan dan kesahihannya, apakah sudah sesuai dengan yang dikehendaki dalam peneliti tersebut (Fatihudin, 2019:133-134).

Pengolahan data merupakan proses penerimaan data sebagai masukan (input) kemudian diproses oleh suatu program tertentu dan mengeluarkan hasil proses data dengan komputer yang dikenal dengan EDP (*Electric Data Processing*). Model statistik yang digunakan adalah model regresi linier berganda. Pengolahan data yang dilakukan dalam penelitian ini menggunakan program SPSS (*Statistical Product and Service Solution*) versi 23, sehingga pemrosesan data ini menggunakan komputer maka dapat berjalan secara otomatis dan kemudian diinterpretasikan hasilnya.

## G. Pengujian Instrumen Penelitian

### 1. Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2017:125) “Validitas adalah derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek penelitian dengan data yang dapat dikumpulkan oleh peneliti. Untuk menguji validitas tiap-tiap item, dengan mengkorelasikan skor item dengan total item-item tersebut. Jika koefisien antara item dengan total item sama atau diatas 0,3 maka item tersebut dinyatakan *valid*, tetapi jika nilai korelasinya dibawah 0,3 maka item tersebut dinyatakan tidak *valid*. Uji validitas dapat menggunakan rumus korelasi berdasarkan *Pearson Product Moment* adalah sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{n(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{(n\sum X^2) - (\sum X)^2\}\{n(\sum Y^2) - (\sum Y)^2\}}}$$

Keterangan:

$r_{xy}$  = koefesien korelasi

n = jumlah responden uji coba

X = skor tiap item

Y = skor seluruh item responden uji coba

### 2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas untuk mengetahui apakah kuisisioner yang digunakan dalam penelitian ini menunjukkan tingkat ketetapan, keakuratan, dan konsistensi meskipun kuisisioner ini digunakan dua kali atau lebih pada lain waktu terhadap item pernyataan dalam kuisisioner yang telah dinyatakan valid.

Nilai reliabilitas dinyatakan koefisien *Alpha Cronbach* dengan menggunakan koefisien *Cronbach Alpha* dengan menggunakan fasilitas SPSS. Kriteria batas terendah reliabilitas adalah 0,6 bila kriteria pengujian terpenuhi maka kuisisioner dinyatakan *reliable* jika alat ini dalam mengukur suatu gejala pada suatu waktu yang berlainan senantiasa menunjukkan hasil relatif sama.

## **H. Uji Asumsi Klasik**

Pengujian asumsi klasik untuk mengetahui kondisi data yang ada agar dapat menentukan model analisis yang tepat untuk menguji kelayakan model regresi yang digunakan.

### **1. Uji Normalitas**

Menurut Ghazali (2016:154), uji normalitas berguna untuk mengetahui apakah dalam model regresi variabel independen dan variabel dependen atau keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Apabila variabel tidak berdistribusi secara normal maka hasil uji statistik akan mengalami penurunan. Pengujian ini *one sample kolmogorof smirnov* dengan menggunakan taraf signifikan 0,05 maka data terdistribusi normal jika signifikan dibawah 0,05 maka data tidak berdistribusi normal.

### **2. Uji Multikolinieritas**

Menurut Ghazali (2016:103), uji multikolinieritas digunakan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen), yaitu pengujian yang mempunyai tujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas. Dalam

penelitian menggunakan metode *variance inflation factor* (VIF) dan *tolerance*. Jika nilai VIF < 10, maka dapat disimpulkan data bebas dari gejala multikolinieritas dan jika *tolerance* > 0,1 dapat disimpulkan data bebas dari gejala multikolinieritas .

### 3. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2016:134), uji untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dan residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Salah satu cara untuk mengetahui ada tidaknya heteroskedastisitas dalam suatu model regresi linier berganda dengan melihat grafik scatterplot atau nilai prediksi variabel terikat yaitu SRESID dengan residual eror yaitu ZPRED. Jika titik-titik membentuk pola tertentu dan tidak menyebar diatas dan dibawah angka nol dan sumbu y, maka model yang baik adalah tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

## I. Teknik Analisis Data

Analisis data digunakan untuk mengetahui variabel bebas yaitu kualitas layanan ( $X_1$ ) dan promosi ( $X_2$ ) terhadap variabel terikat yaitu Kepuasan pengunjung (Y) analisis data penelitian ini menggunakan yaitu:

### 1. Analisis regresi linier berganda

Menurut Sugiyono (2014:277), yaitu regresi yang memiliki satu variabel dependen dan dua atau lebih variabel independen. Jadi analisis regresi berganda akan dilakukan bila jumlah variabel independennya minimal 2, persamaan regresi berganda dapat dirumuskan sebagai berikut:

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

Keterangan:

Y = Variabel dependen

a = Konstanta

$b_1$  = Koefisien regresi pertama

$b_2$  = Koefisien regresi kedua

$X_1$  = Variabel independen pertama (Kualitas layanan)

$X_2$  = Variabel independen kedua (Promosi)

$e$  = Nilai standart eror

## 2. Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dimaksudkan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh yang signifikan antara variabel independen kepada dependen.

### a. Uji F (uji simultan)

Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat. Melalui uji statistik dengan langkah-langkah sebagai berikut:

1.  $H_0: \beta_1, \beta_2 = 0$  artinya secara bersama-sama Kualitas Pelayanan dan Promosi tidak terdapat pengaruh terhadap Kepuasan Pengunjung.
2.  $H_a: \beta_1, \beta_2 \neq 0$  artinya secara bersama-sama Kualitas Pelayanan dan Promosi Terdapat pengaruh terhadap Kepuasan Pengunjung.

Pengujian hipotesis menurut Sugiyono (2014:192) dapat digunakan rumus signifikan korelasi ganda sebagai berikut:

$$F_h = \frac{R^2 / k}{(1 - R^2) / (n - k - 1)}$$

Keterangan:

R = Koefisien korelasi ganda

k = Jumlah variabel independen

n = Jumlah anggota sampel

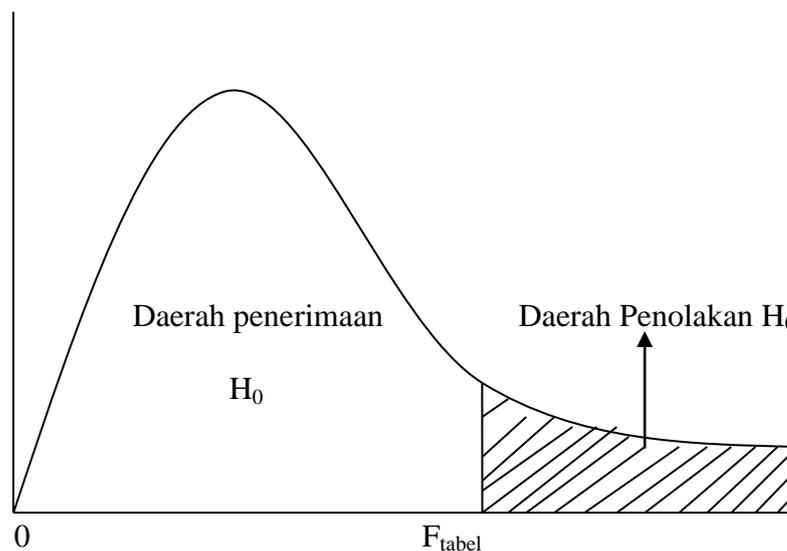
dk = (n-k-1) derajat kebebasan

Pengujian dengan membandingkan  $F_{hitung}$  dengan  $F_{tabel}$  dengan ketentuan yaitu:

a.  $F_{hitung} > F_{tabel}$  berarti  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima (berpengaruh).

b.  $F_{hitung} < F_{tabel}$  berarti  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak (tidak berpengaruh).

**Gambar 3.2**  
**Daerah penolakan dan penerimaan  $H_0$  untuk uji-F pihak kanan**



### b. Uji t (Uji Parsial)

Uji statistik t disebut juga uji hipotesis parsial adalah suatu metode statistik yang digunakan untuk menguji tingkat kepercayaan dari koefisien regresi. Uji ini menunjukkan seberapa jauh pengaruh variabel independen

secara parsial terhadap variabel dependen. Pengolahan data akan dilakukan dengan menggunakan alat bantu aplikasi *software IBM SPSS Statisticsts*

23. Bentuk pengujiannya adalah sebagai berikut:

1. Ho:  $\beta_1 = 0$  artinya Kualitas Pelayanan tidak berpengaruh terhadap Kepuasan Pengunjung.
2. Ha:  $\beta_1 \neq 0$  artinya Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan Pengunjung.
3. Ho:  $\beta_2 = 0$  artinya Promosi tidak berpengaruh terhadap Kepuasan Pengunjung.
4. Ha:  $\beta_2 \neq 0$  artinya Promosi berpengaruh terhadap Kepuasan Pengunjung.

Adapun Rumus yang digunakan menurut Sugiyono (2014:184) dalam menguji hipotesis uji t penelitian ini adalah:

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Keterangan :

r = Korelasi

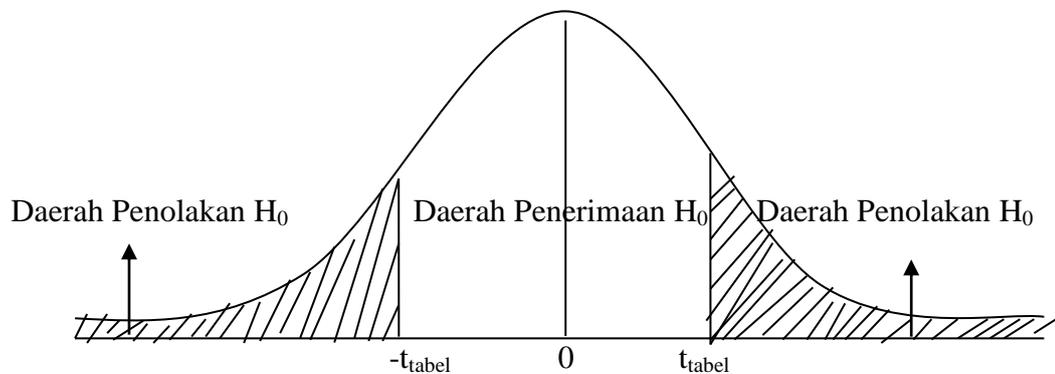
n = Banyaknya sampel

t = Tingkat signifikan  $t_{hitung}$  yang selanjutnya dibandingkan dengan  $t_{tabel}$

Hasil hipotesis  $t_{hitung}$  dibandingkan dengan  $t_{tabel}$  dengan kriteria uji sebagai berikut:

- a. Ho : diterima jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  pada  $\alpha = 5\%$  (berpengaruh).
- b. Ha : ditolak Jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$  pada  $\alpha = 5\%$  (tidak berpengaruh).

**Gambar 3.3**  
**Daerah Penolakan dan Penerimaan  $H_0$  untuk uji-t dua pihak**



### 3. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variabel-variabel independen. Nilai koefisien determinasi adalah 0 dan 1. Nilai  $R^2 = 0$  berarti variabel bebas tidak memiliki kemampuan dalam menjelaskan variasi variabel terikat. Nilai  $R^2 = 1$  berarti variabel independen memiliki kemampuan untuk menjelaskan variabel dependen. Menurut Sugiyono (2012:257) Rumus yang digunakan untuk Koefisien Determinasi (KD) adalah sebagai berikut:

$$Kd = r^2 \times 100\%$$

Keterangan:

Kd = Koefisien determinasi

$r^2$  = Koefisien korelasi yang dikuadratkan