

BAB III

METODE PENELITIAN

1.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

1.1.1 Variabel Penelitian

Variabel Bebas

Variabel bebas adalah variable yang mempengaruhi variable terikat baik yang pengaruhnya positif maupun yang pengaruhnya variable (Ferdinand, 2006). Variabel bebas yang diteliti dalam penelitian ini meliputi:

Sense

Sense berkaitan dengan gaya (*styles*) dan variabel-simbol verbal dan visual yang mampu menciptakan keutuhan sebuah kesan (Andreani, 2007).

Feel

Feel berkaitan dengan suasana hati dan emosi jiwa yang mampu membangkitkan kebahagiaan atau bahkan kesedihan (Andreani, 2007).

Think

Think berkaitan dengan informasi-informasi variabel dari perusahaan yang mendorong konsumen untuk melakukan *problem-solving experiences* (Andreani, 2007).

Act

Tindakan (act) berkaitan dengan keseluruhan individu (pikiran dan tubuh) untuk meningkatkan hidup dan gaya hidupnya (Andreani, 2007).

Relate

Relate berkaitan dengan budaya seseorang dan kelompok referensinya yang dapat menciptakan identitas Zariab (Andreani, 2007).

Variabel Terikat (*Dependent Variable*)

Variabel terikat adalah 2variable yang menjadi pusat perhatian utama peneliti. Hakekat sebuah masalah mudah terlihat dengan mengenali berbagai 2variable terikat yang digunakan dalam sebuah model. Variabilitas dari atau atas faktor inilah yang berusaha untuk dijelaskan oleh seorang peneliti (Ferdinand, 2006). Variabel terikat yang diteliti dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian. Keputusan pembelian merupakan serangkaian proses yang dilalui konsumen dalam memutuskan tindakan pembelian (Kotler, 2005).

1.1.2 Definisi Operasional

Dalam penelitian ini yang menjadi variabel dependen adalah keputusan pembelian pada hunian kamar di Hotel Bintang 4 Kota Semarang dan variabel independen yaitu *sense, feel, think, act, relate*.

Tabel 3.1

Variabel	Definisi	Indikator
Variabel Independen 1. <i>sense</i>	Aspek-aspek yang berwujud dan dapat dirasakan dari suatu produk yang dapat ditangkap oleh kelima indera manusia, meliputi pandangan, suara, bau, rasa, dan sentuhan. Rini (2009).	• Desain eksterior Hotel yang menarik • Kebersihan di setiap ruangan Hotel • Desain interior Hotel yang menarik

2. <i>feel</i>	Schmitt (1999) menyatakan <i>feel experience</i> dapat ditampilkan melalui reputasi akan pelayanan terhadap pelanggan.	• Kenyamanan hunian kamar • Keamanan hunian kamar • Kepuasan hunian kamar
3. <i>think</i>	Think adalah suatu usaha dari perusahaan untuk menantang konsumen, dengan cara memberikan <i>problem-solving experience</i> , dan mendorong pelanggan untuk berinteraksi secara kognitif atau secara kreatif dengan perusahaan atau produk. Rini (2009).	• Promosi penjualan hunian kamar • Iklan yang berkesan • Memberikan sesuatu lebih dari harapan konsumen
4. <i>act</i>	Andreani (2007) menyatakan bahwa <i>act</i> adalah perilaku yang nyata dan gaya hidup seseorang.	• Kesesuaian gaya hidup • Menyediakan pilihan untuk tingkat harga • Pembelian hunian kamar pengaruh dari dalam diri konsumen
5. <i>relate</i>	Andreani (2009) berpendapat bahwa <i>relate</i> adalah budaya seseorang dan kelompok referensinya yang dapat menciptakan identitas Social.	• Hubungan antar konsumen dan karyawan • Merekomendasikan ke orang lain • Budaya yang dirasakan konsumen
<i>Variabel Dependen</i> Keputusan Pembelian	Pengambilan keputusan konsumen adalah proses pengintegrasian yang mengkombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternative dan memilih salah satu diantaranya.	• Melakukan pemesanan kamar hunian • Memilih tipe kamar hunian • Melakukan pembayaran kamar hunian

1.2 Populasi dan Sampel

1.2.1 Populasi

Sugiyono (2010 : 115) mengemukakan bahwa populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek, yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen yang sudah pernah menginap di Hotel Bintang 4 Kota Semarang.

1.2.2 Sampel

Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2007). Jadi sampel merupakan bagian dari populasi yang diambil melalui cara-cara tertentu yang juga memiliki karakteristik tertentu, jelas dan lengkap yang dianggap bisa mewakili populasi. Ukuran populasi penelitian ini tidak teridentifikasi, maka untuk menentukan ukuran sampel penelitian dari populasi tersebut dapat digunakan rumus Slovin, yaitu:

$$n = \frac{Z^2}{4\mu^2} \quad (1)$$

Keterangan :

n = ukuran sampel

Z = tingkat keyakinan sampel yang dibutuhkan dalam penelitian, pada α = 5% (derajat keyakinan ditentukan 95%) maka $Z = 1,96$

μ = *margin of error*, tingkat kesalahan yang dapat ditolerir (ditentukan 10%)

Dengan menggunakan rumus (1) diatas, maka diperoleh perhitungan sebagai berikut :

$$n = \frac{Z^2}{4\mu^2}$$
$$n = \frac{1,96^2}{4(0,1)^2}$$

$$n = 96,4 \approx 100 \text{ responden}$$

Dari hasil perhitungan tersebut maka diketahui besar sampel yang diperlukan adalah 100 responden yang datang menginap di Hotel Bintang 4 Kota Semarang.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *purposive sampling* yaitu teknik untuk menentukan sampel penelitian dengan beberapa pertimbangan tertentu yang bertujuan agar data yang diperoleh nantinya bias lebih representative Sugiyono (2010). Sampel yang akan kita cari yaitu orang-orang yang sudah pernah menginap di sebuah hotel Bintang 4 lebih dari satu atau dua kali karna dibutuhkan sampel yang sudah memiliki pengalaman yang lebih dibandingkan orang yang baru pertama kali menginap di hotel Bintang 4.

1.3 Jenis dan Sumber Data

a. Data Primer

Data primer mengacu pada informasi yang diperoleh dari tangan pertama oleh peneliti yang berkaitan dengan Variable minat untuk tujuan spesifik penelitian. Data primer yang diperoleh dalam penelitian ini adalah

data tentang persepsi responden terhadap 6 variabel sense, feel, think, act, relate, dan keputusan pembelian.

b. Data sekunder

Data sekunder mengacu pada informasi yang dikumpulkan dari sumber yang telah ada. Data sekunder yang diperoleh dalam penelitian ini adalah data tentang gambaran umum Hotel Bintang 4 Kota Semarang.

1.4 Metode Pengumpulan Data

Untuk mengumpulkan data penelitian, kuesioner dipilih sebagai metode pengumpulan data dalam penelitian ini. Kuesioner adalah daftar pertanyaan tertulis yang telah dirumuskan sebelumnya yang akan dijawab oleh responden. Kuesioner dipilih karena merupakan suatu mekanisme pengumpulan data yang efisien untuk mengetahui dengan tepat apa yang diperlukan dan bagaimana mengukur variabel penelitian (Sekaran, 2006).

Jenis skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala ordinal (ordinal scale). Menurut Sarjono dan Julianita (2011), skala ordinal merupakan skala yang menyatakan kategori sekaligus peringkat, dimana peringkat tersebut menunjukkan suatu urutan penilaian. Sekaran (2006, dalam Sarjono dan Julianita, 2011) menyebutkan bahwa skala ordinal tidak hanya mengkategorikan variabel-variabel untuk menunjukkan perbedaan di antara berbagai kategori, tetapi juga mengurutkannya ke dalam beberapa cara. Pada ketiga variabel dalam penelitian ini, yaitu variabel independen (X = Dimensi rasa (sense), X_1 = Dimensi perasaan (feel), X_2 = Dimensi berpikir (think), X_3 = Dimensi sikap (act), X_4 = Dimensi berhubungan (relate), X_5 = Brand Image), dan

variabel multivariat dependen (Y = Keputusan Pembelian) menggunakan tipe skala pengukuran skala Likert Riduwan (2013) juga mengemukakan bahwa setiap jawaban dihubungkan dengan bentuk pernyataan atau dukungan sikap yang diungkapkan dengan kata-kata, salah satunya adalah pernyataan positif.

Sangat Setuju (SS) = 5

Setuju (S) = 4

Netral (N) = 3

Tidak Setuju (TS) = 2

Sangat Tidak Setuju (STS) = 1

Bentuk pernyataan inilah yang akan digunakan oleh peneliti dalam menyusun kuesioner berdasarkan ketiga variabel yang akan diteliti. Tetapi, untuk mempermudah pengisian kuesioner oleh responden nantinya, peneliti memutuskan untuk tidak menggunakan angka seperti 1,2,3,4,5 tetapi langsung dengan menggunakan SS, S, N, TS, STS.

1.5 Metode Analisis

1.5.1 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi (Sugiyono, 2010). Analisis deskriptif merupakan pernyataan skala *Likert* dari pertanyaan yang diberikan kepada responden, yaitu (Sugiyono, 2005):

- a) Untuk jawaban “STS” sangat tidak setuju diberi nilai = 1
- b) Untuk jawaban “TS” tidak setuju diberi nilai = 2

- c) Untuk jawaban “N” netral diberi nilai = 3
- d) Untuk jawaban “S” setuju diberi nilai = 4
- e) Untuk jawaban “SS” sangat setuju diberi nilai = 5

Analisis deskriptif tersebut dijabarkan ke dalam Rentang Skala (RS) sebagai berikut (Simamora, 2005).

$$RS = \frac{m-n}{b}$$

Keterangan:

m = skor tertinggi pada skala

n = skor terendah dalam skala

b = jumlah kelas atau kategori yang dibuat

1.5.2 Analisis Kuantitatif

Analisis kuantitatif merupakan metode analisis dengan angka-angka yang dapat dihitung maupun diukur. Analisis kuantitatif ini dimaksudkan untuk memperkirakan besarnya pengaruh secara kuantitatif dari perubahan satu atau beberapa kejadian lainnya dengan menggunakan alat analisis statistik. Pengolahan data dengan analisis kuantitatif melalui beberapa tahap.

a) Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya satu kuesioner (Ghozali, 2001). Satu kuesioner dinyatakan valid jika pertanyaan pada pertanyaan kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Tingkat validitas dapat diukur dengan cara melihat hasil dari signifikansi variable, yaitu:

Bila: signifikansi > 0.05 , berarti pernyataan tersebut dinyatakan tidak valid.

Signifikansi $< 0,05$, berarti pernyataan tersebut dinyatakan valid

b) Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika masing-masing pertanyaan dijawab responden secara konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Suatu kuesioner dikatakan handal jika nilai *Cronbach Alpha* lebih besar dari 0,700 (Ghozali, 2011).

c) Uji Asumsi Klasik

Untuk menguji apakah persamaan garis regresi yang diperoleh linier dan bisa dipergunakan untuk melakukan peramalan, maka harus dilakukan uji asumsi klasik yaitu :

1) Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi, variabel terikat dan variabel bebas memiliki distribusi yang normal atau tidak, karena model regresi yang baik memiliki distribusi data yang normal atau mendekati normal. Pembuktian apakah data tersebut memiliki distribusi normal atau tidak dapat dilihat pada bentuk distribusi datanya, yaitu pada histogram maupun *normal probability plot*. Pada histogram, data dikatakan memiliki distribusi yang normal jika data tersebut berbentuk seperti lonceng. Sedangkan pada *normal probability plot*, data dikatakan normal jika ada penyebaran titik-titik disekitar garis

diagonal dan penyebarannya mengikuti arah garis diagonal. Ghozali (2001) menyebutkan jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.

2) Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas merupakan hubungan linier yang sempurna antara beberapa atau semua variabel bebas. Pengujian multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Dalam model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas (Ghozali, 2001).

Multikolinearitas dapat dideteksi dengan menganalisis matrik korelasi variabel-variabel independen atau dengan menggunakan perhitungan nilai *Tolerance* dan VIF. Jika antar variabel independen ada korelasi yang cukup tinggi (lebih dari 0,900) maka hal ini menunjukkan adanya multikolinearitas atau jika nilai *Tolerance* kurang dari 0,100 atau nilai VIF lebih dari 10, maka hal ini menunjukkan adanya multikolinearitas (Ghozali, 2001).

3) Uji Heteroskedastisitas

Tujuan pengujian ini adalah untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap maka disebut homokedastisitas, namun jika berbeda disebut dengan

heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah homokedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas.

Salah satu cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas adalah dengan melihat grafik plot antar prediksi variabel dependen (ZPRED) dengan residualnya (SRESID). Deteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan dengan melihat ada tidaknya pola titik pada grafik *scatterplot* antara SRESID dan ZPRED, dimana sumbu Y adalah Y yang telah diprediksi dan sumbu X adalah residual yang telah di-*standarized* (Ghozali, 2001). Dasar analisisnya sebagai berikut:

- Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk suatu pola yang teratur (bergelombang melebar kemudian menyempit) maka terjadi heteroskedastisitas.
- Jika tidak ada pola yang jelas seperti titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka hal ini mengindikasikan tidak terjadi heteroskedastisitas.

1.5.3 Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi berganda digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas yaitu : *sense* (X1), *feel* (X2), *think* (X3), *act* (X4), *relate* (X5) terhadap keputusan pembelian (Y) konsumen dalam keputusan pembelian jasa penginapan. Adapun bentuk persamaan regresi linier berganda yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut :

$$Y = b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5$$

Keterangan :

Y = Keputusan Pembelian

b1,b2,b3,b4,b5 = Koefisien regresi

X1 = *sense*

X2 = *feel*

X3 = *think*

X4 = *act*

X5 = *relate*

d) Uji *Goodness of Fit* (Uji F dan R)

Uji *goodness of fit* dilakukan untuk mengukur ketepatan fungsi regresi sampel dalam menaksir nilai aktual (Ghozali, 2001). Secara statistik dapat diukur dengan menggunakan :

1. Uji F (Uji Simultan)

Uji F bertujuan untuk menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan ke dalam model secara simultan atau bersama-sama mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen (Ghozali, 2001).

a) Membuat hipotesis untuk kasus pengujian F-test di atas, yaitu:

- $H_0 : b_1=b_2=b_3=0$

Artinya: tidak ada pengaruh yang signifikan dari variabel independen yaitu *sense* (X1), *feel* (X2), *think* (X3), *act* (X4), *relate* (X5) secara simultan terhadap variabel dependen yaitu keputusan pembelian (Y).

- $H_a : b_1 - b_3 > 0$

Artinya: ada pengaruh yang signifikan dari variabel independen yaitu *sense* (X1), *feel* (X2), *think* (X3), *act* (X4), *relate* (X5) secara simultan terhadap variabel dependen yaitu keputusan pembelian (Y).

b) Menentukan F tabel dan F hitung dengan tingkat kepercayaan sebesar 95 % atau taraf signifikansi sebesar 5 %, maka :

- Jika F hitung $>$ F tabel, maka H_0 ditolak, berarti masing-masing variabel bebas secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat.
- Jika F hitung $<$ F tabel, maka H_0 diterima, berarti masing-masing variabel bebas secara bersama-sama tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat.

2. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah $0 < R^2 < 1$. Koefisien determinasi yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen. Penggunaan *R square* adalah bias terhadap jumlah variabel independen yang dimasukkan ke dalam model. Setiap tambahan variabel independen ke dalam model, maka *R square* pasti meningkat tidak peduli apakah variabel independen tersebut berpengaruh secara signifikan atau tidak. Tidak seperti *R square*, nilai *adjusted R square* dapat naik atau turun

apabila terdapat tambahan variabel independen kedalam model. Oleh karena itu sebaiknya digunakan nilai *adjusted R square* untuk mengevaluasi model regresi terbaik (Ghozali, 2001).

e) Uji Hipotesis (Uji t)

Uji t digunakan untuk menunjukkan apakah suatu variabel independen secara individual mempengaruhi variabel dependen (Ghozali, 2001). Hipotesis yang dipakai adalah :

- $H_0: b_i = 0$, artinya suatu variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.
- $H_a : b_i > 0$, artinya suatu variabel independen berpengaruh positif terhadap variabel dependen.

Kriteria pengujian dengan tingkat signifikansi (α) = 0,05 ditentukan sebagai berikut :

- Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima
- Apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak