

## BAB III

### METEDOLOGI PENELITIAN

#### A. Pendekatan Penelitian

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Dengan menggunakan metode penelitian ini, penulis mengharapkan agar mengetahui apakah penelitian ini sesuai dengan pendekatan tersebut sehingga dapat menjadi parameter pengukuran validitas terkait produk atau jasa pada *venue* resepsi pernikahan sebagai referensi baru yang diberikan kepada calon konsumen.

Definisi metode penelitian deskriptif menurut Sugiyono (2011: 29), menyatakan bahwa metode penelitian deskriptif ialah metode yang difungsikan untuk memberikan deskripsi atau gambaran kepada suatu objek yang diteliti melalui data atau sample yang telah terkumpul tanpa melakukan analisis dan membuat kesimpulan yang umum.

Definisi metode penelitian kuantitatif menurut Sugiyono (2011: 8), menyatakan bahwa metode penelitian kuantitatif adalah suatu metode penelitian yang berlandaskan kepada filsafat *positivisme* yang digunakan untuk meneliti terhadap populasi atau sample tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data yang bersifat kuantitatif/statistic yang bertujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

## **B. Objek Penelitian**

Objek penelitian merupakan suatu target maupun sasaran dengan tujuan untuk mendapatkan suatu data yang bermanfaat. Objek penelitian yang penulis teliti yaitu motivasi konsumen memilih *venue* dalam melaksanakan resepsi pernikahan di masa *new normal* berdasarkan faktor pendorong/*push factor* dan faktor penarik/*pull factor*. Responden dalam penelitian ini yaitu klien yang menggunakan Auditorium Universitas Negeri Padang sebagai tempat melaksanakan resepsi pernikahan mereka selama masa *new normal* pandemi Covid-19.

## **C. Populasi dan Sampling**

### 1. Populasi

Menurut Sugiyono (2011: 61), populasi adalah suatu wilayah yang generalisasinya terdiri dari objek/subjek yang mempunyai karakteristik dan kualitas yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Populasi yang penulis pilih pada penelitian ini adalah klien Auditorium Universitas Negeri Padang selama masa *new normal* pandemi Covid-19 di masa *new normal* pada tahun 2020 tepatnya dibulan maret sampai dengan tahun 2021 sejumlah 15 orang.

### 2. Sampling

Menurut Sugiyono (2011: 62), sampling merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Dengan

demikian, sampel yang diambil dari populasi tersebut harus benar-benar *representative* (mewakili).

### 3. Teknik Sampling

Teknik sampling adalah suatu teknik pengambilan sampel yang tujuannya digunakan untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian.

Teknik pengambilan sampel yang penulis gunakan yaitu teknik *probability sampling* dengan penentuan sampel jenuh. *Probability sampling* adalah suatu cara pengambilan sampel yang memberikan suatu kesempatan yang sama untuk diambil oleh setiap elemen pada suatu populasi. Sedangkan sampel jenuh adalah teknik penentuan sampel dimana semua anggota populasi digunakan menjadi sampel (Sugiyono, 2017:85). Hal ini sering dilakukan bila jumlah populasinya relatif kecil, kurang dari 30 orang.

Sehingga sampel pada penelitian ini ialah klien yang menggunakan Auditorium Universitas Negeri Padang untuk melaksanakan resepsi pernikahan mereka pada masa *new normal* pada tahun 2020 yang dimulai dari bulan maret sampai dengan tahun 2021 sejumlah 15 orang.

#### **D. Metode Pengumpulan Data**

##### 1. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah suatu langkah yang paling strategis dalam suatu penelitian yang tujuan utamanya adalah untuk mendapatkan data (Sugiyono, 2017: 224)

Untuk pengumpulan data mengenai penelitian ini, peneliti menggunakan metode sebagai berikut:

##### a. Penyebaran Kuesioner/Angket

Kuesioner atau angket adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan tertulis atau pernyataan kepada responden agar dijawab (Sugiyono, 2017: 142). Penyebaran kuesioner atau angket merupakan salah satu teknik pengumpulan data yang efisien apabila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden itu sendiri. Pada penelitian ini, penulis menyebarkan angket berupa *google form* kepada klien di Auditorium Universitas Negeri Padang.

##### b. Wawancara

Wawancara ialah pertemuan antara dua orang yang bertujuan untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga maknanya dapat dikonstruksikan dalam topik tertentu (Sugiyono, 2017: 317). Wawancara merupakan suatu proses interaksi dan komunikasi yang banyak di antaranya memegang peranan penting, karena unsur-unsur tersebut dapat mempengaruhi

dan menentukan hasil wawancara. Komponen-komponen tersebut antara lain: a) pewawancara, b) narasumber, c) materi wawancara, dan d) hubungan antara pewawancara dan narasumber.

Pada penelitian ini penulis melakukan wawancara kepada pihak bagian Rumah Tangga Auditorium Universitas Negeri Padang untuk mendapatkan informasi dan data yang akurat sesuai dengan yang dibutuhkan peneliti pada penelitian ini.

#### c. Studi Dokumentasi

Adapula studi dokumentasi yang merupakan salah satu cara untuk mengumpulkan, mengkaji, menggali, dan mempelajari sumber tertulis yang ada dan telah terdokumentasikan baik berupa tulisan: makalah, laporan penelitian, jurnal, laporan akhir, maupun yang berbentuk suara yaitu: video, film, suara, dan lainnya (Arikunto, 2009: 244).

Oleh karena itu dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknologi dokumen untuk memperkaya, mengembangkan dan menambah informasi guna menyempurnakan data yang diolah dan memanfaatkannya sebagai hasil penelitian.

### 2. Alat Pengumpulan Data

#### a. Kuesioner

Kuesioner (angket) adalah salah satu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan tertulis kepada responden untuk diberikan jawabannya (Sugiyono, 2017: 142). Jenis angket yang digunakan pada penelitian

ini menggunakan angket tertutup yang dimana jawabannya sudah disediakan sehingga responden hanya tinggal memilih. Angket dalam penelitian ini berisikan tentang pertanyaan-pertanyaan mengenai alasan-alasan yang memotivasi para konsumen dalam memilih *venue* resepsi pernikahan di Auditorium Universitas Negeri Padang terhadap *push factor* dan *pull factor*.

Saat menganalisis dan mengukur hasil kuesioner yang terkumpul pada penelitian ini, peneliti akan menggunakan alat ukur yaitu skala *likert*. Skala *likert* digunakan untuk mengukur suatu sikap, pendapat dan persepsi individu atau kelompok tentang fenomena sosial (Sugiyono, 2017: 133). Dengan menggunakan alat ukur skala likert, peneliti akan mampu membuat data interval. Untuk setiap butir instrumen jawaban yang akan dihasilkan pada skala *likert* memiliki skala dari 1 sampai 5, mulai dari sangat tidak setuju hingga sangat setuju, seperti terlihat pada tabel berikut:

**TABLE 1.4**  
**BOBOT PENILAIAN SKALA *LIKERT***

<b>No.</b>	<b>Alternatif Jawaban</b>	<b>Bobot Nilai</b>
1	Sangat Setuju/Sangat Baik	5
2	Setuju/Baik	4
3	Netral/Sedang	3
4	Tidak Setuju/Tidak Baik	2
5	Sangat Tidak Setuju/Sangat Tidak Baik	1

Sumber: Sugiyono (2017)

b. Pedoman Wawancara

Saat melakukan wawancara, pedoman wawancara yang peneliti gunakan ialah bersifat terstruktur karena peneliti telah menyiapkan beberapa pertanyaan yang akan ditanyakan kepada narasumber untuk memperoleh suatu data dan informasi yang akurat yang peneliti butuhkan. Pada penelitian ini penulis memberikan pertanyaan kepada pihak Rumah Tangga Auditorium Universitas Negeri Padang yang berkaitan dengan informasi dan data yang akurat sesuai dengan yang dibutuhkan peneliti pada penelitian ini.

**E. Defenisi Operasional Variabel**

Pada penelitian ini peneliti menggunakan operasional variabel *push factor* motivasi dan *pull factor* motivasi.

1. *Push Factor*

Teori *push factor* mengacu kepada kekuatan pendorong yang berasal dari dalam diri seseorang yang mempengaruhi motivasi konsumen dalam pemilihan *venue* resepsi pernikahan (Crompton, 1979). Teori ini terdiri dari 4 (empat) indikator *push factor* diantaranya: 1) pengetahuan/*knowledge*, 2) rutinitas/*routine*, 3) otoritas/*authority*, 4) sosial/*social*.

2. *Pull Factor*

Teori *pull factor* mengacu pada kekuatan pendorong yang berasal dari lingkungan luar yang mempengaruhi motivasi konsumen dalam pemilihan *venue* resepsi pernikahan (Crompton, 1979). Teori ini terdiri

dari 4 (empat) indikator *pull factor* diantaranya: 1) *atmosphere/suasana*, 2) *service and quality* Layanan dan kualitas, 3) *transportation/* transportasi, dan 6) *facilities/fasilitas*.

Berdasarkan uraian di atas, untuk mengukur keberhasilan suatu penelitian, penulis telah menurunkan MOV (*Measurable Organization Value*), yang dapat dipahami secara detail pada tabel di bawah ini.

**TABEL 1.5**  
**MOV VARIABEL *PUSH FACTORS* & *PULL FACTORS***

VARIABEL	DIMENSI	INDIKATOR	ITEM PERTANYAAN	SKALA
Motivasi konsumen adalah faktor penggerak kearah tujuan yang ingin dicapai yaitu dalam bentuk suatu faktor pendorongan yang muncul dari dalam atau luar diri seseorang tersebut	<i>Push Factors</i>	<i>Seeking Relaxation and Knowledge/Mencari Relaksasi dan Pengetahuan</i>	Berdekatan dengan tempat ibadah dan menerapkan protokol kesehatan yang telah ditetapkan oleh pemerintah	Ordinal
			Merasakan tradisi resepsi pernikahan yang berbeda	
			Memilih <i>venue</i> untuk melaksanakan resepsi pernikahan dari pada rumah	
			Memanjakan diri dalam kemewahan	
		<i>Escaping From Daily Routine/Melarikan Diri dari Rutinitas Harian</i>	Mengunjungi <i>venue</i> yang belum pernah dikunjungi sebelumnya	Ordinal
			Memuaskan keinginan untuk berada di tempat lain	
	<i>Fulfilling Prestige/Memenuhi Prestise</i>	Untuk meningkatkan status sosial	Ordinal	
		Untuk merayakan pernikahan di tempat yang akan mengesankan teman dan keluarga		
	<i>Social Networking/Jaringan Sosial</i>	Memilih <i>venue</i> yang teman-teman saya pilih	Ordinal	
		Bersosialisasi dengan kerabat dan teman		
	<i>Pull Factors</i>	<i>Atmosphere/Suasana</i>	Ketersediaan barang	Ordinal
			Kualitas peralatan audio	
Kualitas dekorasi				
		Tingkat kebersihan	Ordinal	

		<i>Service and Quality</i> /Layanan dan Kualitas	Keramah-tamahan/pelayanan karyawan	
		<i>Transportation</i> / Transportasi	Aksesibilitas menuju <i>venue</i>	Ordinal
			Ketersediaan lahan parkir	
		<i>Facilities/</i> Fasilitas	Kualitas pencahayaan	Ordinal
			Ukuran <i>venue</i> untuk menampung tamu undangan	

Sumber: (Guan, Luo, & Tang, 2015)

#### F. Analisis Data

Setelah data terkumpul, data tersebut kemudian dianalisis dengan menggunakan teknologi pengolahan data. Analisis data yang digunakan penulis dalam penelitian ini dirancang untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan yang tercantum dalam pertanyaan identifikasi. Metode analisis data yang digunakan adalah metode analisis statistik dengan menggunakan *software IBM SPSS Statistics 25*.

Definisi analisis data menurut Sugiyono (2017: 244), menyatakan bahwa analisis data merupakan suatu kegiatan setelah data yang diperoleh dari seluruh responden terkumpul. Kegiatan dalam analisis data ini ialah mengelompokkan data tersebut berdasarkan jenis responden dan variabel, menstabilasi data berdasarkan variabel dari keseluruhan responden, menyajikan data setiap variabel yang diteliti, serta melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang diajukan.

Pada penelitian ini penulis juga menggunakan analisis data menggunakan analisis data ordinal yang merupakan skala pengukuran yang

tidak hanya menetapkan kategori saja, tetapi juga menyatakan peringkat *construct* yang diukur. Contoh data ordinal penelitian ini ialah motivasi konsumen pada variabel *push factors and pull factors*. *Push factors* dikategorikan menjadi 5 (lima) kelompok: Sangat Setuju, Setuju, Netral, Tidak Setuju, Sangat Tidak Setuju, sedangkan *pull factors* dikategorikan menjadi 5 (lima) kelompok juga: Sangat Baik Sekali, Sangat Baik, Sedang, Buruk, Buruk Sekali.

Adapun analisis data yang penulis lakukan sebagai berikut:

#### 1. Uji Validitas

Uji validitas adalah pengujian yang menunjukkan derajat ketepatan antara data yang sebenarnya terjadi terhadap suatu objek dengan data yang peneliti kumpulkan untuk mencari validitas suatu item (Sugiyono: 2016: 177). Pengujian ini bertujuan untuk mengukur sah atau tidaknya hasil pengisian atau jawaban terhadap kuesioner yang telah disebarkan. Pengujian ini merupakan suatu alat ukur yang efektif dan dapat menjalankan fungsi pengukurannya dengan tepat juga memiliki keakuratan yang tinggi.

Oleh karena itu, penulis menggunakan rumus korelasi pearson dalam penelitian ini yang memiliki rumus 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 : Koefisien Validitas

N : Banyak Subjek

X : Nilai Pembanding

Y : Nilai Instrumen

Untuk pengujian validitas ini pada pertanyaan 1 sampai 19 merupakan suatu pertanyaan yang diberikan kepada 35 responden sebagai percobaan. Nilai r table validitas untuk 35 responden dengan taraf 5% dengan nilai taraf signifikannya yaitu 0,334 (Sugiyono, 2016). Berikut table hasil uji validitas dengan menggunakan IBM SPSS *Statistics 25* pada penelitian ini:

**TABLE 1.6**  
**HASIL UJI VALIDITAS**

No	r Hitung	r Tabel	Keterangan
Q1	0,650	0,334	VALID
Q2	0,700	0,334	VALID
Q3	0,588	0,334	VALID
Q4	0,543	0,334	VALID
Q5	0,600	0,334	VALID
Q6	0,599	0,334	VALID
Q7	0,419	0,334	VALID
Q8	0,588	0,334	VALID
Q9	0,703	0,334	VALID
Q10	0,871	0,334	VALID
Q11	0,786	0,334	VALID
Q12	0,644	0,334	VALID
Q13	0,750	0,334	VALID
Q14	0,753	0,334	VALID
Q15	0,691	0,334	VALID
Q16	0,748	0,334	VALID
Q17	0,663	0,334	VALID
Q18	0,728	0,334	VALID
Q19	0,732	0,334	VALID

Sumber: Data Olahan Peneliti, 2021

Dari data **Tabel 1.6** di atas, pernyataan nomor 1 sampai dengan 19 sesuai dengan hasil perhitungan maka dapat dinyatakan jika seluruh

pertanyaan yang ada sudah valid dikarenakan nilai yang diuji validitasnya lebih besar dari nilai r table.

## 2. Uji Reliabilitas

Uji reabilitas ialah pengujian sejauh mana hasil suatu pengukuran dengan menggunakan objek yang sama yang akan menghasilkan data yang sama (Sugiyono, 2012: 177). Oleh karena itu pengujian ini digunakan untuk memeriksa sejauh mana hasil pengukuran bersifat tetap dan terhindar dari *measurement error*. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan rumus *Alpha Cronbach* sebagai berikut:

$$\alpha = \frac{k}{k-1} \left( 1 - \frac{\sum \sigma^2_{XL}}{\sigma^2_X} \right)$$

Keterangan:

$\alpha$  : Cronbach Coefficient Alpha

K : Jumlah Pertanyaan

$\sum \sigma^2_{XL}$  : Total dari Varian Masing-masing Pecahan

$\sigma^2_X$  : Varian dari Total Skor

Untuk pengujian reliabilitas ini, apabila nilai alpha ( $\alpha$ ) > 0.7 artinya bahwa reliabilitas mencakupi (*sufficient reliability*) dan jika alpha ( $\alpha$ ) > 0.80 artinya menyatakan bahwa seluruh item yang ada reliabel dan seluruh tes secara konsisten memiliki reliabilitas yang kuat.

Berikut table hasil uji reliabilitas terhadap 35 responden dengan menggunakan metode Cronbach Alpha dan dengan alat bantu IBM SPSS *Statistics 25* pada penelitian ini:

**TABLE 1.7**  
**HASIL UJI RELIABILITAS**

<i>Reliability Statistics</i>	
Cronbach Alpha	N of Items
0,940	19

Sumber: Data Olahan Penulis, 2021

Dari data **Tabel 1.7** di atas, instrument penelitian dinyatakan reliabel dikarenakan hasil perhitungan cronbach alpha lebih besar dari 0,80 yaitu 0,940.

### 3. Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif adalah suatu statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang dikumpulkan, tanpa bermaksud membuat kesimpulan atau generalisasi secara umum (Sugiyono: 2015). Statistik deskriptif meliputi data yang diwakili oleh tabel, grafik, diagram lingkaran, piktogram, perhitungan pola, median, mean (ukuran tendensi sentral), desil, persentil, dan deviasi standar melalui perhitungan perhitungan distribusi data, persentase.

Peneliti menggunakan teknis analisis statistik pada penelitian ini karena metode ini akan digunakan untuk mendeskripsikan atau menggambarkan kondisi dari data yang sudah didapat dan penyajiannya

berupa uraian-uraian singkat dan terbatas dalam bentuk sebagaimana yang telah disebutkan diatas.

### G. Jadwal Penelitian

**TABLE 1.8**  
**JADWAL PENELITIAN**

No	Kegiatan	2021															
		Maret				April				Mei				Juni			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Menentukan Lokus	■	■	■	■												
2	Menentukan Topik	■															
3	Perizinan Penelitian				■												
4	Pra-Survey				■												
5	Proses Bimbingan	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
6	Penyebaran Kuisisioner								■	■	■	■	■				
7	Penyelesaian Laporan															■	
8	Pengumpulan Laporan																■

Sumber: Data Olahan Penulis