

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

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

Penelitian adalah sebuah sekumpulan langkah yang dilakukan untuk mendapatkan sebuah fakta yang prosesnya dilaksanakan dengan sistematis dan objektif (Kusmayadi dan Sugiyarto, 2000). Berdasarkan pendapat Sugiyono (2017), metode penelitian adalah proses ilmiah yang dikerjakan untuk mendapatkan data dengan maksud dan manfaat spesifik. Penelitian ini dilakukan menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan teknik analisis deskriptif. Menurut Sugiyono (2017), metode penelitian kuantitatif merupakan sebuah metode yang dilakukan dengan landasan filsafat positivisme yang biasanya digunakan peneliti untuk mengidentifikasi populasi dan sampel tertentu memakai berbagai instrument penelitian dalam pengambilan datanya. Analisis data dari metode penelitian ini akan memiliki sifat statistik atau kuantitatif yang memiliki maksud untuk menggambarkan dan menguji anggapan-anggapan (hipotesis) yang telah ditetapkan peneliti sebelumnya.

Penelitian ini dilakukan memakai metode deskriptif dengan pendekatan kuantitatif karena informasi maupun data yang dihasilkan dari penelitian ini adalah informasi dan data statistik yang ditampilkan menggunakan tabel, grafik, maupun kurva yang harus dideskripsikan dengan jelas kepada pembaca seperti yang diungkapkan oleh McCombes (2019) bahwa penelitian deskriptif bertujuan untuk mendeskripsikan sebuah populasi, situasi, maupun fenomena secara akurat dan sistematis. Metode deskriptif dapat menjawab pertanyaan-pertanyaan

mengenai apa, kapan, di mana, dan bagaimana, tetapi tidak bisa menjawab pertanyaan mengapa, karena untuk bisa menjawab pertanyaan tersebut, diperlukan sebuah penelitian dengan pendekatan kualitatif. Dengan metode deskriptif, peneliti dapat mengidentifikasi karakteristik, frekuensi, tren, korelasi, dan kategori dari topik yang ditelitinya.

Selain itu, Sugiyono (2017) mendefinisikan deskriptif sebagai statistik yang dipakai untuk menganalisa data atau hasil penelitian dengan mendeskripsikan dan menggambarkan hasil yang telah diterima apa adanya tanpa ada maksud untuk memunculkan kesimpulan baru secara umum atau secara general. Unit analisis pada penelitian ini adalah keputusan konsumen dalam membeli paket wisata *outbound* di TX Travel Bogor.

## **B. Obyek Penelitian**

Objek yang digunakan dalam penelitian ini ialah TX Travel Bogor. Sugiyono (2017) mengutarakan pengertian dari objek penelitian yaitu sebuah tujuan atau sasaran ilmiah yang digunakan demi memperoleh data dengan maksud dan fungsi tertentu mengenai suatu hal yang sifatnya objektif, valid, reliabel mengenai hal yang sedang diteliti oleh peneliti.

Arikunto (2010) juga berpendapat, dalam sebuah penelitian terdapat subjek penelitian yang memiliki pengertian sebagai suatu benda, hal, orang, maupun tempat yang menjadi sumber pencarian data dalam sebuah penelitian. Subjek dalam hal ini adalah konsumen yang membeli paket wisata *outbound* di TX Travel Bogor.

### **1. Profil Perusahaan**

Obyek dari penelitian ini adalah TX Travel Bogor. TX Travel adalah Biro Perjalanan Wisata yang berdiri sejak tahun 1991 dan mempunyai sistem *franchise* (waralaba) sejak tahun 2004 dengan konsep *Full Service Travel Agent*. Kantor pusat dari TX Travel sendiri terletak di Kompleks Ruko Atap Merah Blok D No. 10-11 (Hotel RedTop), Jalan Pecenongan No. 72 Jakarta Pusat, dengan jumlah kantor cabang lebih dari 200 *outlet* yang tersebar di 54 kota di Indonesia. TX Travel Bogor merupakan salah satu kantor yang sudah berdiri sejak tahun 2005 dan bersifat waralaba, sama dengan seluruh cabang TX Travel lainnya di Indonesia.

## 2. Produk

TX Travel Bogor menjual berbagai macam produk, antara lain: paket wisata *international/ outbound*, domestic, kapal pesiar (*cruise*), tiket pesawat, dan voucher hotel.

## 3. Visi dan Misi

TX Travel Bogor memiliki visi yaitu “Hadir untuk Melayani” dan beberapa misi sebagai berikut:

- a. Berdiri sebagai penyedia *travel service* yang menyediakan pelayanan terdepan.
- b. Menjual dan memasarkan produk dan jasa yang terbaik dan inovatif.
- c. Menjual dan memasarkan produk dan jasa yang mengikuti perkembangan jaman.
- d. Memiliki koneksi dan distribusi yang luas.

## **C. Populasi dan Sampling**

### 1. Populasi

Menurut Hanlon dan Larget (2011), populasi adalah keseluruhan individu dari sebuah aspek yang diteliti. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang menggunakan produk dan jasa di TX Travel Bogor, yaitu sejumlah 892 orang selama tahun 2019.

## 2. Sampel dan Teknik *Sampling*

Sugiyono (2017) mengemukakan bahwa sampel merupakan satu bagian kecil dari jumlah dan sifat yang dimiliki oleh keseluruhan populasi. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik sampling non-probabilitas berupa sampel purposif (*purposive sampling*), dimana sampel diambil dari jumlah responden yang merupakan konsumen yang membeli paket wisata *outbound* di TX Travel Bogor. Untuk menentukan sampel, peneliti menggunakan rumus Slovin sesuai dengan teori yang dikemukakan dalam Kusmayadi dan Sugiarto (2000) dengan tingkat kesalahan 10% sebagai berikut:

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

n : besaran sampel

N : besaran populasi

e : nilai kritis (batas ketelitian) yang diinginkan (10%)

Berdasarkan rumus di atas, didapatkan hasil perhitungan sebagai berikut:

$$n = \frac{892}{1 + 892 (0,1)^2}$$

$$n = 89,91$$

$$n = 90 \text{ (pembulatan)}$$

Jika total populasi dari konsumen yang membeli paket wisata *outbound* di TX Travel Bogor selama tahun 2019 adalah sebanyak 892 orang, berdasarkan pada rumus Slovin, maka peneliti harus mengumpulkan minimal 90 orang yang bersedia untuk menjadi responden penelitian ini. Setelah melakukan penelitian, peneliti berhasil mendapatkan responden sejumlah 100 orang.

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

##### 1. Teknik Kumpul Data

###### a. Kuesioner/ Angket

Dalam penelitian ini, peneliti akan menggunakan penyebaran kuesioner sebagai teknik pengumpulan data penelitian. Sugiyono (2017) berpendapat bahwa kuesioner merupakan salah satu pengumpulan data yang prosesnya dikerjakan dengan cara memberi sejumlah pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada sampel penelitian (responden) untuk dijawab dan dikumpulkan hasilnya.

###### b. Studi Kepustakaan

Studi kepustakaan menurut Septiani (2010) adalah pengumpulan data melalui membaca serta mempelajari literatur antara lain buku, jurnal, dan sumber tertulis lainnya yang berhubungan dengan topik penelitian. Peneliti menggunakan studi kepustakaan dalam penelitian ini sebagai salah satu metode penelitian dengan tujuan untuk mendapatkan data-data maupun informasi penelitian secara teoritis dan terperinci melalui buku-buku, jurnal, artikel, dan referensi lain yang memiliki topik yang sesuai dengan penelitian ini.

## 2. Alat Kumpul Data

### a. Kuesioner/ Angket

Peneliti akan menggunakan kuesioner untuk mendapatkan data yang diperlukan dalam penelitian ini. Kuesioner akan dibagikan menggunakan Google Form kepada responden penelitian, yaitu konsumen yang membeli paket wisata *outbound* di TX Travel Bogor.

Penelitian ini dilakukan menggunakan skala ordinal dan pengukuran variabelnya diukur menggunakan skala likert. Menurut Sugiyono (2010), skala likert adalah suatu skala psikometrik yang pada umumnya digunakan dalam kuesioner. Dalam proses penelitian, skala likert merupakan salah satu skala yang paling umum digunakan oleh banyak peneliti. Skala likert membagi tingkatan menjadi lima interval, yaitu:

**TABEL 6**  
**SKALA LIKERT**

Pilihan Jawaban	Singkatan	Skor
Sangat Setuju	SS	5
Setuju	S	4
Cukup Setuju	CS	3
Tidak Setuju	TS	2
Sangat Tidak Setuju	STS	1

Sumber: Sugiyono (2010)

### **E. Definisi Operasional Variabel**

Definisi Operasional Variabel adalah sebuah proses penentuan topik atau hal yang dibahas dan diteliti dalam sebuah penelitian yang berdampak pada adanya variabel-variabel yang dapat diukur. Definisi operasional variabel menjabarkan cara-cara dan langkah-langkah tertentu yang diterapkan peneliti

dalam melakukan penelitian dan menjalankan penelitian sesuai topik yang ada, sehingga memudahkan peneliti lain untuk melakukan penelitian dengan cara maupun langkah yang sama, bahkan dapat melanjutkan dan memperluas cara pengukuran topik yang lebih baik dari peneliti sebelumnya (Sugiyono, 2014). Sejalan dengan pengertian tersebut, Nazir (2005) menyatakan bahwa definisi operasional variabel adalah sebuah arti yang diambil dari satu atau beberapa variabel atau topik dengan menyediakan pengertian, membuat penjelasan spesifik dalam sebuah kegiatan, atau menyediakan operasional variabel yang diperlukan dalam pengukuran sebuah topik atau variabel.

Tujuan dari sebuah operasional variabel adalah demi memperjelas pengertian variabel yang ada dalam penelitian ke dalam sebuah konsep, dimensi, indikator, maupun pengukuran yang diurutkan demi mendapatkan nilai dari variabel lainnya. Tujuan lain dari penyusunan sebuah operasional variabel adalah demi mempermudah pembaca dalam memahami sebuah konsep dan menjauhkan adanya perbedaan pendapat atau pemikiran dalam penelitian ini. Variabel dan dimensi yang dipakai dalam penelitian ini adalah:

- a. Variabel faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian seseorang yang dikemukakan oleh Kotler (2005).
- b. Sub-variabel dari faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian seseorang (Kotler, 2005) yaitu faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi, dan faktor psikologis.
- c. Dimensi dari sub-variabel yang mencakup budaya, sub-budaya, kelas sosial, kelompok acuan, keluarga, peran dan status, usia dan tahap siklus hidup,

pekerjaan dan keadaan ekonomi, daya hidup, kepribadian dan konsep diri, motivasi, persepsi, pembelajaran, keyakinan, dan sikap.

Berikut ini adalah matriks operasional variabel (MOV) yang digunakan dalam penelitian ini:

**TABEL 7**  
**MATRIKS OPERASIONAL VARIABEL (MOV)**

Variabel	Sub Variabel	Dimensi	Indikator
Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian (Kotler, 2016)	Faktor Budaya	Budaya	Wilayah Geografis
		Sub-budaya	
		Kelas Sosial	Kebiasaan
	Faktor Sosial	Kelompok Acuan	Pengaruh Rekan/ Kerabat
		Keluarga	Pengaruh Keluarga
		Peran dan Status	Pengaruh Lingkungan
	Faktor Pribadi	Usia dan Tahap Siklus Hidup	Usia
		Pekerjaan dan Keadaan Ekonomi	Keadaan Ekonomi/ Daya Beli
		Gaya Hidup	Gaya Hidup
		Kepribadian dan Konsep Diri	
	Faktor Psikologis	Motivasi	Motivasi Kebutuhan
		Persepsi	Pengetahuan tentang Produk
		Pembelajaran	Keyakinan terhadap Merek
Keyakinan dan Sikap			

Sumber: Peneliti (2020)

## **F. Analisis Data**

### 1. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah satu kegiatan yang harus dilakukan setelah data dari semua responden dan berbagai sumber lainnya yang sudah dikumpulkan. Dalam penelitian ini, peneliti memakai teknik analisis statistik deskriptif untuk mengolah data yang sudah didapatkan. Analisis statistik deskriptif

pengertiannya ialah statistik yang digunakan dalam proses analisa data dengan cara dengan menjabarkan deskripsi atau menggambarkan data penelitian secara apa adanya tanpa ada tujuan untuk membentuk sebuah hasil yang berlaku untuk khalayak luas atau yang dikenal dengan sebutan generalisasi (Sugiyono, 2009). Karakteristik dari analisis statistik deskriptif adalah pemaparan datanya ditampilkan menggunakan skor paling rendah, skor paling tinggi, rentang, rata-rata, data terbanyak, standar deviasi dan varian, juga nilai tengahnya. Hal-hal tersebut dilengkapi dengan tabel yang berisi penyebaran frekuensi beserta histogramnya (Widodo, 2017).

## 2. Alat Analisis Data

Penelitian ini dianalisis menggunakan Microsoft Excel dan sebuah *software* komputer yaitu *Statistical Product and Service Solutions* (SPSS) sebagai alat untuk menganalisa data yang didapatkan dari hasil penelitian.

## 3. Uji Validitas dan Reliabilitas

### a. Uji Validitas

Validitas menurut Ghozali (2006) adalah keadaan dimana alat ukur yang digunakan dalam sebuah penelitian mampu mengukur yang seharusnya diukur. Dalam kata lain, validitas adalah tingkatan kemampuan sebuah alat dalam mengukur hal atau benda yang ingin diukur.

Uji validitas dilaksanakan demi mendapatkan hasil atas absah/ tepat/ cermat tidaknya suatu pertanyaan dari indikator-indikator dalam sebuah penelitian yang sedang dilakukan untuk mengukur keseluruhan variabel yang sedang diteliti (Kurniawan dan Puspitaningtyas, 2012). Dalam sebuah penelitian, uji validitas umumnya dilakukan kepada minimal 30

orang yang bersedia menjadi penguji dalam uji validitas yang dilakukan. Dalam melakukan perhitungan dan pengujian validitas penelitian ini, peneliti memakai aplikasi komputer SPSS dengan menggunakan teknik korelasi. Adapun rumus yang digunakan untuk menguji tingkat validitas penelitian ini adalah:

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

Keterangan:

- $r_{xy}$  = Korelasi antara X dan Y
- X = Skor butir
- Y = Skor total yang diperoleh
- N = Banyaknya subjek
- $\sum X^2$  = Total kuadrat nilai X
- $\sum Y^2$  = Total kuadrat nilai Y

**TABEL 8**  
**HASIL UJI VALIDITAS**  
**(n = 30)**

ITEM	TINGKAT KESETUJUAN	
	R HITUNG	KETERANGAN
1	0,782	Valid
2	0,706	Valid
3	0,737	Valid
4	0,459	Valid
5	0,800	Valid
6	0,593	Valid
7	0,376	Valid
8	0,514	Valid
9	0,754	Valid
10	0,659	Valid
11	0,752	Valid
12	0,745	Valid
13	0,611	Valid

14	0,620	Valid
15	0,706	Valid
16	0,68	Valid
17	0,459	Valid

Sumber: Hasil Olahan Peneliti (2020)

Kriteria uji validitas yang valid adalah jika seluruh pertanyaan yang dimasukkan ke dalam kuesioner memiliki  $r$  hitung yang lebih besar dari  $r$  tabel. Sedangkan, jika  $r$  hitung lebih kecil dari  $r$  tabel, maka pertanyaan-pertanyaan tersebut dinyatakan tidak valid. Berdasarkan Tabel 8 di atas, diketahui bahwa hasil dari uji validitas yang dilakukan terhadap 17 butir pertanyaan pada kuesioner penelitian peneliti seluruhnya dinyatakan valid. Hal ini dibuktikan oleh keseluruhan nilai  $r$  hitung yang lebih besar dari pada  $r$  tabel yang memiliki nilai 0,361.

b. Uji reliabilitas

Menurut Ghazali (2006), reliabilitas dapat diartikan sebagai sebuah ukuran yang dipakai untuk melakukan pengukuran pada sebuah instrumen penelitian yang menjadi indikator dari variabel atau konstruk yang sedang diteliti. Sebuah instrumen penelitian dapat dikatakan mempunyai status yang reliabel apabila jawaban orang-orang terhadap instrumen penelitian konstan atau stabil dari waktu ke waktu. Reliabilitas sebuah instrumen penelitian dapat membuktikan bahwa instrumen tersebut telah disusun tanpa kesalahan apapun, oleh karena itu instrumen penelitian tersebut mempunyai tanggungan konsistensi pengukuran yang stabil di waktu apapun dan di titik manapun. Penelitian ini membuktikan reliabilitasnya menggunakan uji konsistensi dan stabilitas yang dihitung menggunakan rumus *alpha cronbach*. Rumus *alpha cronbach* adalah rumus yang dipakai

untuk mengukur koefisien kestabilan untuk membuktikan seberapa baik seluruh butir pertanyaan yang ada dalam sebuah instrumen penelitian dan korelasinya antar butir pertanyaan. *Alpha cronbach* juga mengukur rata-rata korelasi antar butir pertanyaan yang dapat mengukur atau menghitung konsep secara keseluruhan (Sekaran dan Bougie, 2017).

Menurut Sugiyono (2012), uji reliabilitas adalah sebuah langkah dalam menguku ketepatan maupun konsistensi dari sebuah instrument penelitian. Dalam penelitian ini, rumus yang digunakan untuk menguji reliabilitas adalah *Cronbach's Alpha*, yaitu:

$$r_{11} = \left[ \frac{k}{k-1} \right] - \left[ \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_1^2} \right]$$

Keterangan:

$r_{11}$  = Reliabilitas instrumen

$k$  = Jumlah pertanyaan

$\sum \sigma_b^2$  = Jumlah varian skor tiap pertanyaan

$\sigma_1^2$  = Varian total

Suatu instrumen dinyatakan reliabel jika koefisien reliabilitas nya memiliki nilai minimal 0,60. Berdasarkan pernyataan tersebut, jika nilai *alpha* suatu instrumen lebih besar sama dengan 0,60 maka pertanyaan tersebut dapat dinyatakan reliabel. Sedangkan jika nilai *alpha* suatu instrumen lebih kecil dari 0,60 maka pertanyaan tersebut dinyatakan tidak reliabel (Sugiyono 2014). Berdasarkan dengan hasil uji reliabilitas yang telah dilakukan, didapatkan hasil pengujian sebesar 0,907 sehingga

instrumen penelitian yang digunakan dalam penelitian ini dapat dinyatakan sudah reliabel.

**TABEL 9**  
**HASIL UJI RELIABILITAS**  
**(n = 30)**

Cronbach's Alpha	N of Items
0,907	17

Sumber: Hasil Olahan Peneliti (2020)

### **G. Jadwal Penelitian**

**TABEL 10**  
**JADWAL PENELITIAN**

NO.	KEGIATAN	TAHUN 2020									
		FEB	MAR	APR	MEI	JUN	JUL	AGU	SEPT	OKT	NOV
1	Pengajuan TOR Usulan Penelitian										
2	Penyusunan Usulan Penelitian										
3	Seminar Usulan Penelitian										
4	Penelitian/ Observasi Lapangan										
5	Penyusunan Proyek Akhir										
6	Sidang Proyek Akhir										

Sumber: Peneliti (2020)

