

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Dalam menjalankan penelitian mengenai Pengaruh Produk Wisata terhadap Loyalitas Pelanggan Floating Market Lembang di Kab. Bandung Barat, peneliti memanfaatkan metode penelitian analisis deskriptif korelasional.

Penelitian yang dilakukan untuk mendapati nilai variabel mandiri, baik satu maupun lebih variabel tanpa menghubungkan dengan variabel lain atau melakukan perbandingan merupakan pengertian dari metode deskriptif menurut Sugiyono (2014) , dan menurut Andi Prastowo (2011) penelitian melalui upaya kerja meneliti secara deskriptif yang dilakukan dengan cara berkala atas suatu objek penelitian merupakan metode deskriptif. Sehingga dalam pemahaman penulis metode analisis deskriptif merupakan metode penelitian yang mendeskripsikan juga menjelaskan kondisi saat ini.

Metode penelitian yang didasari pada filsafat positivisme, dimanfaatkan untuk meneliti suatu sampel atau populasi tertentu, umumnya teknik pengambilan sampel dilakukan secara random, instrumen penelitian digunakan untuk pengumpulan data, analisis data berupa kuantitatif/statistik atas sasaran guna membuktikan hipotesis yang telah dibuat sebelumnya.

B. Obyek Penelitian

Di dalam penelitian ini diperlukan sebuah tempat lokus sebagai objek penelitian untuk memenuhi tujuan dari penelitian ini sendiri. Lalu terdapat variable penelitian yang dituju sebagai point dari penelitian. Penelitian ini memiliki objek penelitian yaitu *Floating Market* Lembang di Kab. Bandung Barat, dan juga terdapat dua kelompok responden untuk memenuhi penelitian ini.

Kelompok responden pertama merupakan pengelola tempat wisata dan pihak manajemen dari FML. Peneliti akan mencari informasi akan variable X yaitu produk wisata dari kelompok responden ini.

Selain itu, kelompok responden kedua yaitu para pelanggan yang telah mengunjungi *Floating Market* Lembang Bandung. Peneliti ingin mengetahui bagaimana variabel X (produk wisata) berpengaruh terhadap variabel Y (loyalitas pelanggan) dengan menggunakan dimensi juga indikator dari penelitian.

1. Sejarah FML

Pada awalnya, Situ Umar yang merupakan danau alami dijadikan ide untuk membuat *Floating Market* Lembang ini. Dengan mengambil konsep wisata berupa pasar apung tradisional seperti yang telah ada di Sungai Kuin, Kalimantan. Area ini telah dibuka pada tanggal 19 Desember 2012. Lokasi FML mempunyai lahan seluas 7,2 hektar dan akan terus dikembangkan selanjutnya. Buka di hari Jumat, Sabtu dan Minggu khusus untuk pusat oleh-oleh khas sunda dan *food court* yang dijual terapung. Sedangkan hari biasa akan tetap buka untuk taman bermain dan resto-resto yang tersedia.

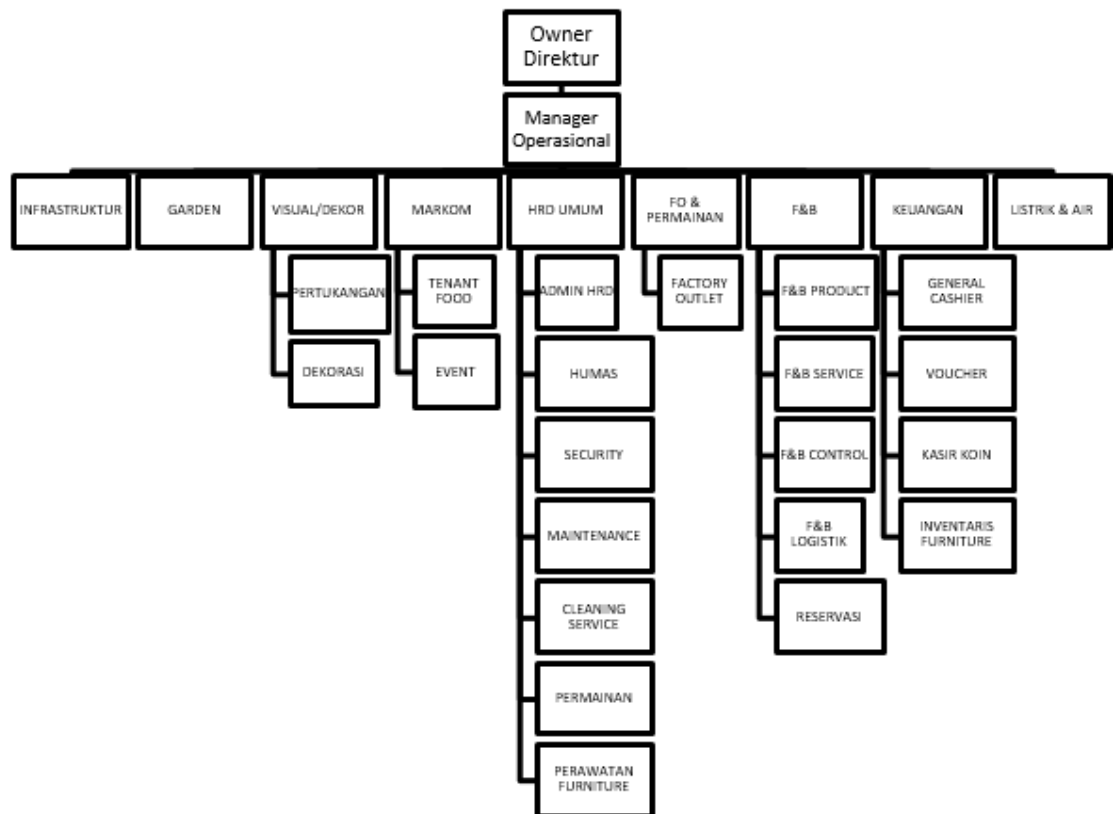
2. Fasilitas FML

FML memiliki beberapa fasilitas antara lain:

Musholla, Tempat foto, toilet, tempat kuliner nusantara, area bermain anak, jalan/trek untuk mengelilingi FML, lahan parkir, tempat membeli cinderamata, kolam renang dengan air hangat terdiri dari hijab *swimming pool* (*indoor*) *floating swimming pool* (*outdoor*) dan kolam anak (*outdoor*).

3. Struktur Organisasi FML

GAMBAR 1
STRUKTUR ORGANISASI FML



Sumber: Manajemen FML, 2020

C. Populasi dan Sampling

1. Populasi

Menurut Sugiyono (2018) subyek/obyek yang mempunyai karakteristik dan kualitas khusus yang dipastikan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya adalah populasi. Responden pada penelitian ini yaitu pelanggan yang pernah mengunjungi (minimal telah datang dua kali) ke *Floating Market* Lembang Bandung.

2. Sample

Sugiyono (2015) menyampaikan bahwa apabila populasi berjumlah besar sehingga peneliti tidak mungkin mempelajari semua dari jumlah populasi, dari populasi diambil sampel sebagai sumber data yang dapat mewakili seluruh populasi. Sampel merupakan komponen dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Sangadji (2010) mengatakan bahwa gunakan lah teknik dan aturan yang benar untuk pengambilan jumlah sampel dari populasi sehingga sampel dapat mewakili populasi, dan kesimpulan untuk sampel bisa digeneralisasikan menjadi kesimpulan populasi. Penelitian ini menggunakan *accidental sampling* yang anggota sampelnya diambil pada saat responden ada ditempat secara kebetulan dan bersedia untuk menjadi responden. Rumus slovin digunakan dalam penelitian ini guna menaksir jumlah sampel yang akan ditetapkan, sehingga peneliti memperoleh jumlah sample yang sesuai, berikut rumus yang digunakan pada penelitian ini:

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

Keterangan :

N = Jumlah kunjungan wisatawan

e = Toleransi error (e = 10% atau 0,1)

n = Jumlah sampel

$$n = \frac{1057626}{(1+1057626) \times 0,1^2}$$

$$n = \frac{1057626}{10576,27}$$

$$n = 100$$

Dari rumus yang sudah dipaparkan terdapat jumlah sampel wisatawan *Floating Market* Lembang pada penelitian ini berjumlah 100 orang.

D. Metode Pengumpulan Data

Telah ditemukan bermacam-macam sumber didalam teknik pengumpulan data yang peneliti akan lakukan demi mencapai tujuan penelitian. Dalam penelitian ini, untuk proses pengumpulan data yang diperlukan dilakukan menggunakan teknik penyebaran angket dengan alat kumpul data berupa kuesioner. Sugiyono (2007) menjelaskan bahwa teknik pengumpulan data yang dilaksanakan dengan cara membagikan responden beberapa pertanyaan tertulis untuk dijawab disebut kuesioner.

Susunan daftar pertanyaan yang dilakukan didalam penyebaran angket untuk penelitian ini diajukan kepada pelanggan yang telah berkunjung minimal 2 kali ke *Floating Market* Lembang.

E. Uji Validitas dan Reliabilitas

1. Uji Validitas

Cooper dan Schindler, dalam Zulganef (2006) menjelaskan suatu ukuran yang membuktikan bahwa variabel yang diukur memang sungguh-sungguh variabel yang hendak diteliti bersama peneliti merupakan validitas. Sedangkan menurut Ghozali (2009) dalam mengukur sah, maupun valid tidaknya suatu alat kumpul data kuesioner digunakanlah uji validitas. Apabila pertanyaan pada kuesioner dapat mengungkapkan materi yang akan diukur oleh kuesioner maka kuesioner tersebut dapat dikatakan valid.

Uji validitas dapat menggunakan korelasi Pearson (r) didalam penelitian kuantitatif. Dasar pengambilan uji validitas korelasi Pearson dengan cara membandingkan nilai r hitung dengan rtabel. Instrumen dapat dinyatakan valid apabila nilai r hitung > rtabel. Sedangkan instrumen dapat dinyatakan tidak valid apabila nilai r hitung < rtabel. Cara mencari nilai rtabel dengan N= 32 pada signifikansi 5% pada distribusi nilai rtabel statistik. Maka diperoleh nilai rtabel sebesar 0,349. Rumus korelasi Pearson dapat dilihat dibawah ini:

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

Y: Total skor seluruh pertanyaan kuesioner

X: Nilai skor suatu pertanyaan kuesioner

n: Jumlah data

Didalam pengolahan uji validitas, peneliti menggunakan SPSS versi 25. Uji validitas dalam penelitian ini dilakukan dalam menguji instrumen mengenai komponen produk wisata terhadap loyalitas pelanggan FML. Dari uji validitas peneliti mendapatkan hasil data sebagai berikut:

TABEL 1

UJI VALIDITAS

No	Item pertanyaan	rhitung	Rtabel	Keterangan
1	Pemandangan untuk berfoto yang baik	0,447	0,349	Valid
2	Mendapatkan pengalaman baru saat berkunjung	0,534	0,349	Valid
3	Kesesuaian harga tiket dan fasilitas yang didapatkan	0,704	0,349	Valid
4	Kondisi fisik objek wisata yang baik	0,660	0,349	Valid
5	Banyaknya variasi wahana sehingga tertarik berkunjung	0,567	0,349	Valid
6	Merasa puas setelah berkunjung	0,557	0,349	Valid
7	Mendapatkan ilmu pengetahuan yang positif setelah berkunjung	0,687	0,349	Valid
8	Kenyamanan yang didapatkan	0,611	0,349	Valid
9	Uniknya objek wisata di <i>Floating Market</i> Lembang	0,552	0,349	Valid
10	Rapihnya tata letak wahana maupun fasilitas	0,575	0,349	Valid
11	Bersihnya lingkungan sekitar	0,519	0,349	Valid
12	Toilet umum sudah bersih	0,581	0,349	Valid

13	Nyaman nya musholla yang disediakan	0,633	0,349	Valid
14	Nyaman nya tempat untuk membeli cinderamata	0,611	0,349	Valid
15	Tersedia nya lahan untuk tempat paker	0,431	0,349	Valid
16	Tersedia nya fasilitas keamanan bagi pengunjung (P3K, life vest)	0,521	0,349	Valid
17	Tersedia nya sarana informasi yang baik	0,709	0,349	Valid
18	Tersedia nya wifi/internet dapat diakses dengan mudah	0,420	0,349	Valid
19	Penyajian dalam menu makanan sudah sangat baik	0,398	0,349	Valid
20	Beragam nya variasi makanan	0,435	0,349	Valid
21	Kesesuaian harga dengan makanan yang disajikan	0,564	0,349	Valid
22	Tingkat kemudahan dalam mencapai lokasi	0,455	0,349	Valid
23	Sedianya transportasi umum menuju daya tarik wisata	0,455	0,349	Valid
24	Kondisi jalan menuju daya tarik wisata yang baik	0,470	0,349	Valid
25	Adanya papan penunjuk arah menuju lokasi	0,628	0,349	Valid
26	Seringnya berkunjung ke <i>Floating Market</i> Lembang	0,586	0,349	Valid
27	Saya menolak untuk mengunjungi atraksi wisata lain selain <i>Floating Market</i> Lembang	0,586	0,349	Valid
28	Saya merekomendasikan <i>Floating Market</i> Lembang kepada orang lain	0,658	0,349	Valid

Sumber: Hasil output data SPSS 2020

Berdasarkan tabel 5 dapat dijelaskan bahwa semua pertanyaan dalam kuesioner memiliki nilai r hitung $>$ r tabel. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semua pertanyaan dalam kuesioner tersebut dinyatakan valid. Dan pada tabel diatas, ada beberapa pertanyaan yang telah di hapus dari MOV karena tidak valid.

2. Uji Reliabilitas

Sarmanu (2017) menjelaskan bahwa untuk menguji kekonsistenan suatu kuesioner atau instrumen penelitian dibutuhkan uji reliabilitas. Uji reliabilitas bertujuan untuk melihat apakah kuesioner mempunyai konsistensi/kestabilan apabila pengukuran dengan kuesioner tersebut dicoba secara berulang, dan terbebas dari kesalahan pengukuran. Menurut Wiratna Sujerweni (2014) dasar pengambilan uji reliabilitas adalah dalam penelitian kuantitatif adalah alfa cronbach. Kuesioner dapat dikatakan reliable apabila nilai cronbach alpha >0,6. metode α -Brown digunakan dalam uji reliabilitas dalam penelitian ini dan terdapat α -Brown formula berikut:

$$\alpha = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum S_2j}{S^2} \right)$$

Setelah itu dihitung koefisien reliabilitas melalui rumus sebagai berikut:

$$r = \left(\frac{1 + \alpha}{2\alpha} \right)$$

Uji reliabilitas dalam penelitian ini diolah menggunakan SPSS versi 25.

Dalam penelitian ini dilakukan uji reliabilitas untuk menguji instrument mengenai komponen produk wisata terhadap loyalitas pelanggan FML.

Berikut merupakan hasil data uji reliabilitas:

TABEL 2

UJI RELIABILITAS

Cronbach's Alpha	Rtabel	<i>N of items</i>
------------------	--------	-------------------

0,911	0,6	32
Keterangan		Reliabel

Berdasarkan data tersebut dapat dijelaskan bahwa hasil uji reliabilitas terhadap instrument yaitu reliabel.

F. Matriks Operasional Variabel

Penelitian ini menggunakan matriks operasional variable yang bersumber pada kerangka pemikiran yang sudah dipaparkan sebelumnya. Matriks operasional variable pun menjadi landasan untuk menyusun kuesioner dengan tujuan untuk mengetahui tanggapan responden, yaitu pelanggan *Floating Market* Lembang Bandung, terhadap setiap variabel yang ditanyakan. Pada penelitian ini terdapat variabel (X) yaitu produk wisata dan variabel terikat (Y) yaitu loyalitas pelanggan.

TABEL 3

MATRIKS OPERASIONAL VARIABLE

Konsep	Variable	Dimensi	Indikator		No. item kuesioner
Muljadi (2012)		Atraksi wisata	Keindahan alam/buata	Pemandangan untuk berfoto	1

<p>pernah mengemukakan beberapa dimensi didalam produk wisata sehingga wisatawan melakukan kunjungan wisata, yaitu Atraksi wisata, Amenitas, Aksesibilitas (3A).</p>	<p>Produk wisata (X)</p>		<p>n objek wisata</p>	Iklim dan cuaca	2
				Pengalaman baru yang di dapatkan	3
				Kesesuaian harga dengan fasilitas yang di dapatkan	4
				Kondisi fisik objek wisata	5
				Variasi wahana	6
				Kepuasan setelah berkunjung	7
				Mendapatkan ilmu pengetahuan yang positif setelah berkunjung	8
				<i>Uniqueness</i> objek wisata	Kenyamanan yang didapatkan
				Tingkat keunikan objek wisata	10
			<i>Cleanliness</i> objek wisata	Rapihnya tata letak	11
				Tingkat kebersihan lingkungan	12

		Amenitas	Kenyamanan fasilitas umum	Tingkat kebersihan toilet	13
				Tingkat kenyamanan musholla	14
				Tingkat kenyamanan tempat belanja cinderamata	15
				Tingkat keinginan dalam mencoba kuliner/makanan yang ditawarkan	16
			Lokasi persediaan	Tingkat ketersediaan tempat parkir	17
				Tingkat ketersediaan tempat menginap	18
				Tingkat ketersediaan fasilitas keamanan bagi pengunjung (P3K, life vest)	19
				Tingkat ketersediaan sarana informasi yang baik	20

				Tingkat ketersediaan wifi/internet dapat diakses dengan mudah	21
			Tempat makan dan minum	Kebaikan penyajian dalam menu makanan	22
				Keberagaman variasi makanan	23
				Kesesuaian harga dengan makanan yang disajikan	24
				Kehigienisan makanan	25
		Aksesibilitas	Kemudahan dalam mencapai lokasi	Tingkat kemudahan dalam mencapai lokasi	26
				Ketersediaan transportasi umum menuju daya tarik wisata	
			Kondisi jalan	Kondisi jalan menuju daya tarik wisata baik	27

			Petunjuk arah	Adanya papan penunjuk arah menuju lokasi	28
				Adanya titik lokasi digital sehingga mudah diakses melalui peta <i>online</i>	29
Kotler dan Keller (2009) Mengemukakan bahwa loyalitas pelanggan memiliki beberapa indikator, meliputi kesetiaan terhadap pembelian produk, ketahanan terhadap pengaruh yang negatif mengenai perusahaan, mereferensikan secara total esistensi perusahaan.	Loyalitas Pelanggan (Y)	Pembelian secara teratur (<i>Repeat Purchase</i>)	Frekuensi kunjungan wisatawan	Tingkat kunjungan wisatawan	30
		Ketahanan terhadap pengaruh yang negatif mengenai perusahaan (<i>Retention</i>)	Penolakan terhadap kunjungan atraksi wisata yang lain	Tingkat penolakan wisatawan terhadap atraksi lain	31
		Mereferensikan secara total esistensi perusahaan (<i>Referalls</i>)	Merekomendasikan tempat wisata kepada orang lain	Tingkat rekomendasi atraksi wisata kepada orang lain	32

Sumber: Mujadi (2012), Kotler dan Keller (2009)

G. Analisis Data

Brannen (2009) menjelaskan bahwa analisis data merupakan rangkaian aktivitas pengelompokan, penafsiran, dan verifikasi data supaya sebuah fenomena mempunyai nilai akademis, ilmiah dan social. Didalam tahap ini, data dapat diolah sedemikian rupa sehingga peneliti dapat merumuskan hasil yang akan digunakan untuk menjawab permasalahan yang ada dalam penelitian.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik analisis data kuantitatif deskriptif, setelah semua data terkumpul, lalu diolah dan dianalisis menggunakan system SPSS. Dan metode pengumpulan data yang digunakan adalah dengan modifikasi skala Likert.

Tujuan dari modifikasi skala Likert menurut Hertanto, E (2017), yaitu untuk menghilangkan kelemahan yang terdapat pada skala Likert lima tingkat dengan alasan jika disediakan jawaban di tengah maka akan menghilangkan banyak data informasi dari responden dan jawaban yang ditengah memiliki arti ganda yaitu ragu-ragu antara setuju dan tidak setuju

Skor untuk bobot nilainya sebagai berikut:

TABEL 4

SKOR BOBOT NILAI KUESIONER

BOBOT NILAI	KUESIONER
1	Sangat Setuju
2	Setuju
3	Tidak Setuju

4	Sangat Tidak Setuju
---	---------------------

Peneliti hanya menggunakan 4 kategori jawaban yaitu Sangat Setuju, Setuju, Tidak Setuju, dan Sangat Tidak Setuju untuk menghindari keraguan atau belum dapat memutuskan jawaban, sehingga adanya jawaban ditengah menimbulkan adanya kecenderungan hanya memilih jawaban di tengah saja.

1. Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif dipakai untuk menganalisis data dengan memberikan gambaran serta deskripsi yang sudah ada sesuai dengan kenyataannya (Sugiyono, 2017). Penyajian data statistik deskriptif dapat berupa diagram, tabel, grafik, mean, modus, median, dan lain sebagainya. Data yang menggunakan metode statistik deskriptif untuk dianalisis yaitu wisatawan minimal sudah datang dua kali ke FML Bandung yang menjadi responden penelitian.

2. Uji Asumsi Klasik

Pada dasarnya hal ini digunakan sebagai langkah awal jika memakai metode analisis regresi linear berganda. Pada uji asumsi klasik ini terbagi menjadi beberapa bagian, yakni:

a) Uji Normalitas

Menurut Priyatno (2012) uji normalitas digunakan dalam mencari hasil dari nilai residual yang memiliki distribusi normal ataupun tidak normal. Jika hasilnya baik maka berdistribusi normal.

b) Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas mempunyai tujuan dalam mencari apakah ada atau tidak korelasi diantara variabel independen (Ghozali, 2013). Jika tidak ada korelasi diantara variabel independen maka dapat dikatakan memiliki regresi yang baik, tetapi jika ada korelasi maka dapat disebut dengan nilai variabel independen ialah nol. Hal yang dapat dilakukan untuk mengetahui ada atau tidaknya korelasi diantara variabel independen yaitu bisa dilihat dari besarnya nilai pada VIF. Bila tolerance value lebih besar dari 0,1 dan VIF lebih kecil dari 10 berarti tidak ada korelasi antar variabel.

c) Uji Heteroskedastisitas

Pengujian tersebut dimaksudkan jika ingin mengetahui adakah varian yang tidak sama dalam regresi pada residual dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain (Ghozali, 2013).

d) Koefisien Determinasi

Koefisien Determinasi adalah alat untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variable dependent menurut (Ghozali, 2012). Nilai dari koefisien determinasi adalah antara nol atau satu.

e) Uji Hipotesis

1. Uji t (Pengaruh Parsial)

Uji parsial merupakan uji pengaruh pada setiap variabel (X) secara individual terhadap variasi variabel (Y) (Sugiyono, 2011).

Pengujian ini bermaksud agar mengetahui adakah pengaruh diantara variabel X terhadap variabel Y secara individual berdasarkan asumsi konstan pada variabel lainnya. Uji tersebut diukur signifikan secara parsial dengan $\alpha = 0,05$, berikut merupakan cara uji t :

- i. Nilai sig. < 0.05 berarti H1 dapat diterima dan H0 tidak dapat diterima.
- ii. Nilai sig. > 0.05 berarti H1 tidak dapat diterima dan H0 dapat diterima.

Lalu pengukuran perbandingan thitung dengan ttabel ialah:

- i. Bila thitung $<$ ttabel berarti H1 tidak dapat diterima dan H0 dapat diterima.
- ii. Tetapi apabila thitung $>$ ttabel berarti H1 dapat diterima dan H0 tidak dapat diterima.

$$ttabel = t (\alpha/2 ; n-k-1)$$

α = tingkat kepercayaan 0.05

n = total sampel

k = total variabel independen (X)

2. Uji f (Pengaruh Simultan)

Uji parsial dilaksanakan untuk mengetahui apakah ada pengaruh yang signifikan dari variabel bebas terhadap variabel terikat. Menurut Sugiyono

(2011) uji parsial digunakan untuk melihat adakah pengaruh keseluruhan variabel bebas bagi variabel terikat dengan $\alpha = 0,05$ memakai cara dibawah ini:

- i. Bila sig. $< 0,05$ berarti H1 dapat diterima dan H0 tidak dapat diterima.
- ii. Bila sig. $> 0,05$ berarti H1 tidak dapat diterima dan H0 dapat diterima.

Lalu untuk mengukur perbandingan thitung dengan ttabel sebagai berikut :

- i. Fhitung $<$ Ftabel berarti H1 tidak dapat diterima dan H0 dapat diterima, itu berarti variabel bebas berpengaruh bagi variabel terikat.
- ii. Apabila Fhitung $>$ Ftabel berarti H1 dapat diterima dan H0 tidak dapat diterima.

$$F_{\text{tabel}} = F(k; n-k)$$

n = total sampel

k = total variabel bebas

3. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis linier berganda dilakukan apabila memiliki variabel bebas lebih dari dua (Sugiyono, 2017). Regresi linier berganda yakni analisis yang digunakan untuk membuktikan seberapa besar pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat (Sunyoto, 2013). Penghitungan analisis regresi berganda menurut Sugiyono (2017), ialah :

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

Keterangan :

X = Variabel bebas

Y = Variabel terikat

a = Konstanta

b = Koefisien Regresi

H. Jadwal Penelitian

TABEL 5
JADWAL PENELITIAN

NO	KEGIATAN	BULAN						
		JAN	FEB	MAR	APR	MEI	JUN	JUL
1	Observasi							
2	Pengurusan Administrasi dan Perizinan							
3	Penyusunan Usulan Penelitian							
4	Seminar Usulan Penelitian							
5	Revisi Usulan Penelitian							
6	Pengumpulan Data							
7	Penyusunan Laporan Akhir							
8	Pengumpulan Laporan Akhir							
9	Sidang Skripsi							

