

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Desain Penelitian

Mengenai topik yang diangkat dalam penelitian ini, teknik analisa yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisa deskriptif pendekatan kuantitatif. Penelitian kuantitatif yang dimaksud merupakan penelitian yang dilandaskan dengan ilmu secara filsafat positifisme. Poulasi dan sampel menjadikan instrumen penelitian dengan guna sebagai alat pengumpulan data dan analisis data yang bersifat statistif. Dengan maksud tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan oleh peneliti. Penelitian kuantitatif memiliki sifat kausal dengan artian memiliki hubungan yang terjadi karena sebab akibat, sehingga penelitiannya terdapat variabel bebas dan variabel terikat (Sugiyono,2017).

Penelitian ini termasuk dalam jenis penelitian deskriptif. Penelitian deskriptif merupakan observasi yang dilakukan dengan mendeskripsikan atau ekspalanis objek yang diteliti berdasarkan data dari sampel yang diperoleh sebagaimana adanya tanpa mengonklusikan hal yang lazim. (Sugiyono,2017). Metode penelitian yang digunakan diharapkan mendapatkan hasil dari rumusan masalah dalam penelitian ini. Diantaranya mengenai gambaran mengenai ekuitas merek di Arion Swiss-Belhotel Bandung, gambaran mengenai keputusan menginap di Arion Swiss-Belhotel Bandung serta gambaran mengenai pengaruh ekuitas merek terhadap keputusan pembelian di Arion Swiss-Belhotel Bandung.

B. Objek Penelitian

Dijelaskan bahwa objek penelitian sebagai suatu karakteristik dengan memiliki sifat atau nilai yang beragam dengan tertentu dan telah ditentukan oleh peneliti untuk dipelajari hingga selanjutnya dapat disimpulkan konklusinya, objek penelitian juga merupakan sebuah target atau tujuan yang ingin dicapai oleh peneliti. (Sugiyono,2017).

Objek penelitian ini adalah Arion Swiss-Belhotel Bandung yang berlokasi di Jalan Otto Iskandar Dinata No.16, Pasir Kaliki, Kecamatan Sumur Bandung, Kota Bandung, Jawa Barat. Arion Swiss-Belhotel sebagai *boutique* hotel bintang 4 ini didirikan pada 27 Juni 2005, mengusung konsep nuansa dan tradisi etnik ada Sunda yang berkaitan dengan Kota Bandung. Konsep dapat dirasakan dan dilihat terdapat pada fasilitas yang terdiri dari *lobby*, *restaurant*, kamar, ukiran patung, lukisan disetiap sudut hotel dan pakaian seragam pekerja hotel yang mengusung tradisional Sunda. Fasilitas yang ditawarkan Arion Swiss-Belhotel Bandung dengan pelayanan standar internasional, fasilitas tersebut diantaranya adalah 108 kamar dengan tipe (*deluxe room*, *business room*, *business suite*, *the family suite*, *junior suite*, dan *presidential suite*), graha utama sebagai *grand ballroom* yang dimiliki, ruang rapat didukung oleh teknologi tinggi, *swimming pool*, *café*, *restaurant*, dan sebagainya.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi merupakan bagian yang secara generalisasi didalam objek atau subjek dengan kualitas dan karakter tertentu yang ditetapkan seorang peneliti untuk diteliti kemudian di konklusikan. (Sugiyono,2017). Tidak hanya mempertimbangkan objek dan benda lainnya, tetapi meliputi kualitas atau karakter yang terdapat dalam objek atau subjek tersebut. Populasi pun bukan hanya sekedar jumlah yang ada pada objek atau subjek yang dipelajari, tetapi meliputi karakteristik yang dimiliki.

Populasi dalam penelitian ini adalah tamu sebagai pengambil keputusan untuk menginap di Arion Swiss-Belhotel Bandung sejumlah 12.363 berdasarkan realisasi tingkat huni tamu tahun 2020.

2. Sampel

Jumlah dan karakteristik terdapat dalam populasi, apabila populasi dengan jumlah besar, peneliti tidak memiliki waktu yang lebih dalam mempelajari hal terkait pada populasi, faktor yang mempengaruhi dikarenakan adanya keterbatasan pada dana serta tenaga yang dikeluarkan. Dengan begitu adanya sampel, pengambilan bagian jumlah dari populasi, dengan itu sampel yang di ambil harus representatif (Sugiyono,2017).

Responden penelitian ini adalah tamu yang sudah menginap di Arion Swiss-Belhotel Bandung. Pengambilan sampel dilakukan dengan cara *purposive*

sampling, yang merupakan teknik sampel atas dasar pertimbangan oleh peneliti atas dasar tujuan tertentu (Sugiyono,2017).

Ukuran sampel yang digunakan untuk menentukan jumlah sampel dengan menggunakan rumus Slovin, sebagai berikut:

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

Keterangan :

n = Ukuran sampel yang dibutuhkan

N = Ukuran populasi

e = Tingkat kesalahan (*error*) sebesar 10 persen (0,1)

Rumus slovin yang telah dipaparkan diatas. Maka berdasarkan populasi yang memiliki jumlah 12.363 orang, maka dapat dihitung sampel seperti berikut ini:

$$\begin{aligned}n &= \frac{12.363}{1 + 12.363 (0.1)^2} \\ &= 98.40 \geq 100\end{aligned}$$

Pengambilan sampel dalam penelitian ini dibulatkan menjadi 100 sampe. Dengan guna mengambil sebagian objek yang mewakili penelitian ini.

D. Metode Pengumpulan Data

Penelitian dibutuhkan pengumpulan data guna memperoleh informasi yang dibutuhkan berdasarkan tujuan penelitian hingga tercapai. Pengumpulan data dapat dilakukan dalam berbagai pengaturan, berbagai sumber dan berbagai cara. Terdapat teknik untuk pengumpulan data dengan dilakukannya wawancara, angket atau kuesioner, observasi atau pengamatan dan kegiatan dari ketiganya (Sugiyono,2017).

Berikut teknik perolehan data yang akan digunakan oleh peneliti dengan guna memperoleh data yang diperlukan, informasi yang berkaitan dan keterangan. Dapat dijelaskan sebagai berikut teknik pengumpulan data yang digunakan:

a) Wawancara

Teknik pengumpulan data dapat menggunakan wawancara apabila penelitin akan melakukan studi pendahuluan guna menemukan permasalahan yang harus diteliti dan mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit/kecil. (Sugiyono,2017). Dalam hal ini penulis melakukan wawancara kepada pihak manajemen Arion Swiss-Belhotel Bandung untuk menanyakan informasi terkait yang dibutuhkan penulis mengenai ekuitas merek.

b) Kuesioner

Kuesioner merupakan alat dalam pengumpulan data dengan mengajukan pertanyaan secara tertulis atau pilihan dalam kolom jawaban berdasarkan

dengan hipotesis yang telah ditentukan oleh penulis yang hingga nantinya akan diberikan kepada responden. (Sugiyono,2017). Penggunaan kuesioner diharapkan dapat memperoleh terkait informasi berkaitan dengan variabel penelitian. Kuesioner yang akan diberikan menggunakan skala likert. Skala likert merupakan pengukuran mengenai pendapat, sikap, serta perilaku responden. (Sugiyono,2017).

c) Dokumentasi

Dokumentasi merupakan data yang diperoleh dan didokumentasikan sebagai alat dukung penulis dalam melakukan penelitian ini. Dokumentasi terkait dengan data yang relevan dengan hasil penelitian.

E. Matriks Operasional Variabel (MOV)

Variabel penelitian, yang merupakan sebagai dasar bentuk telah ditetapkan oleh peneliti untuk dapat dipelajari sehingga mendapatkan perolehan informasi terkait penelitian, hingga dapat ditarik kesimpulannya. (Sugiyono,2016). Penelitian ini akan dijelaskan tabel berikut ini

TABEL 1**MATRIKS OPERASIONALISASI VARIABEL (MOV)**

Variabel	Sub Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
Ekuitas Merek Ekuitas merek yang kuat dapat diindikasikan dengan Kesadaran Merek (<i>Brand Awareness</i>), Asosiasi Merek (<i>Brand Association</i>), Presepsi Kualitas (<i>Perceived Quality</i>) dan Loyalitas Merek (<i>Brand Loyalty</i>). (Firmansyah,2019)	Kesadaran Merek	Menyadari Merek	Mengetahui merek Arion Swiss-Belhotel Bandung sebagai <i>boutque hotel</i> bintang 4.	Likert 1-5
		Pengenalan Merek	Mengenali merek Arion Swiss-Belhotel Bandung hanya dengan mengenal jenis hotel yang ditawarkan.	Likert 1-5
		Mengingat Merek	Mudah mengenali merek Arion Swiss-Belhotel Bandung	Likert 1-5
		Memikirkan Merek	Mengingat merek Arion Swiss-Belhotel Bandung lebih dulu dibandingkan dengan merek butik hotel bintang 4 lainnya.	Likert 1-5

Variabel	Sub Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
	Asosiasi Merek	Karakteristik Produk	Simbol merek Arion Swiss-Belhotel Bandung mampu mencerminkan kualitas produk dan jasa yang dimiliki	Likert 1-5
		Kualitas komunikasi	Kepercayaan tamu terhadap jasa pelayanan merek Arion Swiss-Belhotel Bandung	Likert 1-5
		Manfaat bagi tamu	Merek Arion Swiss-Belhotel Bandung mampu memberikan manfaat kepada tamu atas produk dan jasa yang diterima	Likert 1-5
		Kelas Produk	Posisi merek kelas produk Arion Swiss-Belhotel Bandung mampu mengingatkan kembali tamu	Likert 1-5
	Presepsi Kualitas	Kinerja	Kinerja karyawan Arion Swiss-Belhotel Bandung	Likert 1-5
		Ketahanan	Merek Arion Swiss-Belhotel Bandung yang bertahan dengan karakteristiknya.	Likert 1-5
		Kehandalan	Merek Arion Swiss-Belhotel Bandung mampu memberikan tamu jasa pelayanan yang terpercaya.	Likert 1-5
		Karakteristik Produk	Merek Arion Swiss-Belhotel Bandung memiliki kualitas yang lebih baik dibandingkan dengan merek butik hotel lainnya.	Likert 1-5

			merek butik hotel lainnya.	
	Loyalitas Merek	<i>Switcher guest</i>	Tamu yang berpindah-pindah merek hotel	Likert 1-5
		<i>Habitual guest</i>	Tamu yang terbiasas dengan pelayanan yang diberikan merek Arion Swiss-Belhotel Bandung	Likert 1-5
		<i>Satisfied guest</i>	Tamu yang puas dengan pelayanan yang diberikan merek Arion Swiss-Belhotel Bandung	Likert 1-5
		<i>Likes the brand</i>	Tamu yang menyukai merek Arion Swiss-Belhotel Bandung	Likert 1-5
		<i>Committed guest</i>	Tamu yang mempunyai komitmen untuk terus menggunakan jasa Arion Swiss-Belhotel Bandung	Likert 1-5

Variabel	Sub Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
Keputusan Pembelian (Y) Proses keputusan pembelian menurut (Kotler & Keller, 2015), terdiri lima tahap, yaitu: pengenalan		Pengenalan Masalah	Arion Swiss-Belhotel Bandung pertama yang ada dibenak tamu untuk menginap	Likert 1-5
			Arion Swiss-Belhotel Bandung sesuai dengan keinginan tamu	Likert 1-5

masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian dan perilaku setelah pembelian		Arion Swiss-Belhotel Bandung sesuai dengan kebutuhan tamu	Likert 1-5
	Pencarian Informasi	Ketersediaan berbagai sumber informasi	Likert 1-5
		Sumber informasi dapat mempengaruhi tamu dalam pembelian	Likert 1-5
	Penilaian Alternatif	Arion Swiss-Belhotel Bandung menyediakan media informasi dengan jelas	Likert 1-5
		Promosi yang dilakukan Arion Swiss-Belhotel Bandung membuat tamu tertarik menginap	Likert 1-5
		Penilaian pada Arion Swiss-Belhotel Bandung menjadikan keputusan tamu untuk menginap	Likert 1-5
		Tamu melakukan pembelian berdasarkan merek yang dimiliki Arion Swiss-Bel Hotel Bandung	Likert 1-5
	Keputusan Pembelian	Kemudahan dalam melakukan pembelian produk Arion Swiss-Belhotel Bandung	Likert 1-5
		Pada fasilitas yang ditawarkan di Arion Swiss Belhotel-Bandung sesuai dengan kebutuhan tamu	Likert 1-5

			Memiliki kepercayaan dalam membeli produk Arion Swiss-Belhotel Bandung	Likert 1-5
		Perilaku Setelah Pembelian	Tamu merasa puas telah menginap di Arion Swiss-Belhotel Bandung	Likert 1-5
			Tamu akan menginap kembali di Arion Swiss-Belhotel Bandung	Likert 1-5

F. Analisis Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif merupakan matematis secara statistik digunakan dalam menganalisis data sehingga data diolah dengan cara mendeskripsikan hasil data yang telah terkumpul, dengan tujuan mengetahui kesimpulan yang didapat. (Sugiyono,2017). Data yang akan diperoleh berbentuk dalam rangking. Berikut bentuk jawaban dalam skala likert:

TABEL 2
SKOR SKALA LIKERT

<u>Pernyataan</u>	
<u>Jawaban</u>	Skor
<u>Sangat Setuju</u>	5
<u>Setuju</u>	4
Ragu – Ragu	3
<u>Tidak Setuju</u>	2
<u>Sangat Tidak Setuju</u>	1

Sumber : Sugiyono,2017

Berikut merupakan rumus guna mengetahui hasil dari tingkatan pencapaian responden (TCR) guna mengetahui pencapaian responden dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$TCR = \frac{\text{rata - rata skor} \times 100}{\text{skor minimum}}$$

Berikut kriteria mengenai persentase pencapaian responden dapat dilihat sebagai berikut:

TABEL 3
KLASIFIKASI TCR

<u>Persentase Pencapaian</u>	<u>Kriteria</u>
85% - 100%	Sangat Baik
66% - 84%	Baik
51% - 65%	<u>Cukup</u>
36% - 50%	Kurang Baik
0% - 35%	Tidak Baik

Sumber: Sugiyono, 2017

G. Metode Analisis

1. Uji Validitas

Uji validitas merupakan pengujian untuk mendapatkan hasil daripada data.

Uji validitas ini merupakan cara mengukur sebagaimana tingkat akurasi dan

kecermatan suatu alat ukur ketika di uji. Validias diuji dengan membandingkan dengan mengetahui sebagai mana adanya persamaan antara kriteria yang terdapat dalam instrumen dibandingkan dengan fakta empiris yang ada di lapangan. (Sugiyono,2017). Dalam penelitian ini penulis melakukan uji validitas dengan menggunakan rumus korelasi *product moment* seperti di bawah ini:

$$r_{xy} = \frac{N\Sigma XY - \Sigma XEY}{\sqrt{[n\Sigma X^2 - (\Sigma X)^2][n\Sigma Y^2 - (\Sigma Y)^2]}}$$

Keterangan :

r_{xy} = Koefisien item validitas yang dicari

n = Banyaknya data

x = variabel bebas / variabel pertama

y = variabel terikat / variabel kedua

Σx = Total skor yang diperoleh dari X

$\sum y$ = Total skor yang diperoleh dari Y

$\sum x^2$ = Kuadrat dari total skor variabel X

$\sum y^2$ = Kuadrat dari total skor variabel Y

$\sum xy$ = Hasil perkalian dari total jumlah variabel X dan variabel Y

Pengujian validitas pada penelitian ini, penulis akan menggunakan aplikasi pengolah data yaitu SPSS dengan menguji variabel X dan Y dari hasil nilai total dari setiap responden berdasarkan nilai pernyataan. Korelasi *pearson product name* digunakan untuk mengetahui bagaimana hubungan antara dua variabel atau lebih.

Dengan mengetahui hasil uji validitas kepada responden peneliti, digunakannya taraf signifikansi sebagai berikut:

- a) Jika nilai $r_{hitung} > \text{nilai } r_{tabel}$ maka instrumen dianggap valid.
- b) Jika nilai $r_{hitung} < \text{nilai } r_{tabel}$ maka instrumen dianggap tidak valid.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah pengujian yang dilakukan setelah uji validitas. Uji reliabilitas merupakan pengujian berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan dalam uji validitas terkait suatu instrumen, dengan tujuan mengetahui pengujian dapat dipercaya atau belum setelah terbukti keabsahannya. Reliabilitas dilakukan dengan melakukan uji coba instrumen dengan sekali

percobaan, kemudian data yang diperoleh dianalisis dengan teknik tertentu. Maka dari itu hasil analisis dapat digunakan untuk memprediksi reliabilitas instrumen (Sugiyono,2017)

Alpha Cronbach digunakan oleh peneliti guna menguji reliabilitas instrumen, sebagai berikut:

$$r_i \frac{k}{k-1} \times \left\{ 1 - \frac{M(K-M)}{k S_t^2} \right\}$$

Keterangan:

r_i = Nilai reliabilitas

S_t^2 = Jumlah varian skor tiap item

M = Varian Total

k = Jumlah item

$$r_i = \frac{2r_b}{1 + r_b}$$

Selanjutnya menghitung Koefisien Reliabilitas:

Keterangan:

R_i = Reliabilitas yang dicari

R_b = Koefisien *Pearson Product Moment* antar belah

H. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan model dalam regresi yang digunakan guna menguji dan mengetahui nilai residual yang dihasilkan dari regresi sehingga dapat dinyatakan terdistribusi secara normal atau tidak (Sunjoyo,2013). Model

regresi dapat dikatakan baik apabila memiliki nilai residual yang terdistribusi secara normal. Pengujian normalitas dalam penelitian ini menggunakan uji normal P Plot. Dasat pengambilan keputusan dilakukan berdasarkan probabilitas (*asymptotic significance*) :

- a) Jika probabilitas $> 0,05$ maka data distriusi normal.
- b) Jika probabilitas $< 0,05$ maka data tidak berdistribusi normal.

2. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas merupakan keadaan, dimana model dalam regresi yang ditemukan adanya korelasi yang sempurna atau mendekati sempurna antar variabel bebas (Ghozali,2016). Penelitian ini tidak terjadi adanya multikolinieritas apabila (Ghozali, 2016):

- a) Nilai *tolerance* $> 0,100$
- b) nilai Variance Inflation Factor (VIF) $< 10,00$

I. Analisis Regresi Berganda

Penelitian menggunakan teknik analisis data berbentuk teknik analisis regresi berganda atau dua atau lebih prediktor. Regresi berganda ini guna mengetahui ukuran kekuatan antara hubungan dua variabel atau lebih. Analisis ini menunjukkan hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat. (Ghozali,2016). Penelitian guna mengetahui sebaga mana pengaruh dalam kesadaran merek, asosiasi merek,

persepsi kualitas dan loyalitas merek terhadap keputusan pembelian di Arion Swiss-Belhotel Bandung.

Berikut persamaan rumus regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = a + b_1.X_1 + b_2.X_2 + b_3.X_3 + b_4.X_4 + e$$

Keterangan:

Y = Keputusan meningap tamu

a = Konstanta

b1 = Koefisien regresi dari kesadaran merek

b2 = Koefisien regresi asosiasi merek

b3 = Koefisien regresi persepsi kualitas

b4 = Koefisien regresi loyalitas merek

X₁ = kesadaran merek

X₂ = asosiasi merek

X₃ = persepsi kualitas

X₄ = loyaltass merek

e = Faktor *error*

J. Pengujian Model

1. Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien determinasi adalah gambaran terhadap nilai yang dihasilkan sehingga dapat dilihat sebagaimana pengaruh besar perubahan atau variasi dari variabel dependen. Dengan artian analisis ini untuk mengukur proposi variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y). dengan mengetahui besar dan kecilnya variabel (X) terhadap variabel terikat (Y). dapat ditentukan dengan rumus koefisien determinan sebagai berikut (Ghozali,2016):

$$KD = R^2 \times 100\%$$

Keterangan:

KD = Koefisien determinasi

R = Koefisien korelasi variabel bebas dengan variabel terikat

Berikut nilai koefisien determinasi secara matematis :

- Jika nilai *adjusted R²* negatif, maka nilai *adjusted R²* dianggap bernilai nol.

Jika nilai $R^2 = 1$ maka *adjusted R²* = 1.

- Jika $R^2 = 0$, maka $adjusted\ R^2 = (1-k) (n-k)$.
- Jika $k > 1$, maka $adjusted\ R^2$ akan bernilai negatif.

Kriteria pengambilan keputusannya adalah sebagai berikut (Sugiyono, 2017):

- 1) 0,00 – 0,199 = Sangat Rendah
- 2) 0,20 – 0,399 = Rendah
- 3) 0,40 – 0,599 = Sedang
- 4) 0,60 – 0,799 = Kuat
- 5) 0,80 – 1,00 = Sangat kuat.

2. Uji Simultan (Uji F)

Uji F dilakukan guna mengetahui sebagaimana pengaruh variabel bebas secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel terikat (Ghozali,2016). F_{hitung} dibandingkan dengan F_{tabel} dengan taraf signifikansi 5% ($\alpha = 0,05$). Berikut rumus uji simultan dapat dilihat sebagai berikut:

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

Keterangan :

R = Koefisien korelasi ganda

K = Jumlah variabel bebas

N = Jumlah anggota sampel

3. Uji Parsial (Uji t)

Uji t dilakukan guna untuk menguji secara masing-masing variabel, dengan membandingkan antara nilai t_{hitung} dengan nilai t_{tabel} dengan signifikan 0,05 (Sugiyono,2017). Ketentuan sebagai berikut ini:

- 1) Apabila nilai $t_{hitung} > 0,05$. Maka H_a ditolak, artinya pada variabel bebas tersendiri tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat.
- 2) Apabila nilai $t_{hitung} < 0,05$. Maka H_a di terima, artinya pada variabel bebas tersendiri memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel terikat.

Uji-t mengetahui ada atau tidak ada pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y). Kriteria pengujian sebagai berikut:

- $H_o : b_1 = 0$, artinya variabel X_1 secara individual tidak berpengaruh terhadap variabel Y.
- $H_a : b_1 \neq 0$, artinya variabel X_1 secara individual berpengaruh terhadap variabel Y.
- $H_o : b_2 = 0$, artinya variabel X_2 secara individual tidak berpengaruh terhadap variabel Y.
- $H_a : b_2 \neq 0$, artinya variabel X_2 secara individual berpengaruh terhadap variabel Y.
- $H_o : b_3 = 0$, artinya variabel X_3 secara individual tidak berpengaruh terhadap variabel Y.

- $H_a : b_3 \neq 0$, artinya variabel X_3 secara individual berpengaruh terhadap variabel Y.
- $H_o : b_4 = 0$, artinya variabel X_4 secara individual tidak berpengaruh terhadap variabel Y.
- $H_a : b_4 \neq 0$, artinya variabel X_4 secara individual berpengaruh terhadap variabel Y.

K. Jadwal Penelitian

Penyusunan jadwal penelitian dimulai dari pengumpulan TOR sampai dengan sidang skripsi. Berikut jadwal mengenai penelitian :

TABEL 4
JADWAL PENELITIAN

Kegiatan	Bulan					
	FEB	MAR	APR	MEI	JUNI	JULI
Penyusunan Term Of Reference						
Pengajuan Usulan Penelitian						
Seminar Usulan Penelitian						
Revisi Usulan Penelitian						
Pengumpulan Data						
Penyusunan Analisis dan Pembahasan						
Pengumpulan Skripsi						
Sidang Skripsi						

mber: Data olahan penulis, 2021

Su