

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yaitu penelitian yang menuntut penggunaan angka, mulai dari pengumpulan data, penafsiran terhadap data tersebut, serta penampilan dari hasilnya. Penelitian ini merupakan penelitian *one shot* atau *cross-sectional studies*. Penelitian *cross-sectional* merupakan sebuah penelitian yang dapat dilakukan dengan mengumpulkan data satu kali, mungkin melalui periode waktu dalam beberapa hari atau beberapa minggu atau beberapa bulan untuk menjawab pertanyaan dalam sebuah riset (Sekaran dan Bougie,2013)

Berhubungan dengan itu, metode penelitian yang akan penulis gunakan adalah survei dengan kuesioner. Metode ini merupakan metode pengumpulan data dari sebuah sampel yang diambil dari sebuah populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat (instrument) pengumpulan data.

3.2. Sumber Data

3.2.1 Data Primer

Data yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Menurut Sekaran dan Bougie (2013), data primer merupakan data yang lebih mengacu pada informasi yang didapatkan dari sumber utama (*first-hand*) melalui survei, wawancara, *focus group*, atau observasi. Data primer dalam penelitian ini akan diperoleh dengan

cara membagikan kuesioner kepada sampel penelitian yang dirasakan memiliki kapabilitas untuk memberikan informasi pada variabel yang diteliti

Kuesioner dalam penelitian ini dibagi dalam beberapa bagian yaitu:

1. Bagian A, berisi data karakteristik demografi dari responden seperti:
 - a. Jenis Kelamin,
 - b. Usia,
 - c. Pernah membooking hotel secara online , dan
 - d. Frekuensi membooking hotel secara online selama 3 tahun terakhir
2. Bagian B, berisi dua puluh empat *item* kuesioner diukur dengan lima skala *likert*.

Dua puluh empat *item* mengenai enam variabel yang digunakan dalam kuesioner penelitian ini berasal dari kuesioner jurnal Chun-Fang Chiang SooCheong (Shawn) Jang (2014)

Modifikasi yang dilakukan oleh penulis adalah dengan mengubah beberapa kata dan menerjemahkan ulang karena menurut penulis, terdapat beberapa kalimat yang mungkin sudah tidak sesuai dan mungkin dapat membuat responden kebingungan.

3.3. Populasi dan Pengambilan Sampel

3.3.1 Populasi

Menurut Umar (2008:137), populasi adalah kumpulan elemen yang mempunyai karakteristik tertentu yang sama dan mempunyai kesempatan yang sama untuk dipilih menjadi sampel. Penjelasan lebih lanjut mengenai populasi oleh Sekaran dan Bougie (2013) bahwa populasi merupakan sekelompok orang, kejadian, atau berbagai hal yang menarik untuk diteliti oleh peneliti.

Dari kedua pengertian di atas, maka dapat disimpulkan bahwa populasi adalah obyek maupun subyek yang berada pada suatu wilayah dan memenuhi syarat-syarat tertentu berkaitan dengan masalah-masalah penelitian. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa yang pernah membooking hotel secara *online*.

3.3.2 Metode Pengambilan Sampel

Sampel merupakan bagian dari populasi (Sekaran dan Bougie, 2013). Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *purposive sampling*. Menurut Sekaran dan Bougie (2013), *purposive sampling* merupakan metode yang terbatas pada tipe-tipe orang yang dapat memberikan informasi yang diperlukan, hal tersebut dapat dikarenakan hanya tipe orang tertentu yang memiliki informasi atau tipe orang tersebut cocok terhadap kriteria yang telah ditentukan oleh peneliti. Dengan menggunakan metode *purposive sampling* ini akan memudahkan penulis dalam memilih responden untuk dijadikan sampel karena peneliti dapat memilih responden secara lebih khusus dalam proses pengambilan sampel. Pada

penelitian ini, sampel yang akan dipilih adalah mahasiswa yang pernah *membooking* hotel secara *online* sebanyak 189 responden.

3.4. Teknik Pengumpulan Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer, maka dari dalam penelitian ini akan menggunakan kuisisioner sebagai alat pengumpulan data. Kuisisioner dibagikan kepada mahasiswa yang ada di daerah Yogyakarta dengan cara *online*, kuisisioner dibagikan pada pertengahan bulan febuari 2017 sampai akhir febuari 2017.

Kuisisioner dibuat melalui aplikasi *google forms* secara *online* yang kemudian dikirimkan ke teman-teman dalam chatting line serta bbm dan mendapatkan sebanyak 232 partisipan, terdapat 189 sampel responden yang dapat digunakan untuk olah data.

3.5 Metode Pengukuran Variabel

Metode pengukuran variabel pada kuisisioner menggunakan *likert scale*. Menurut Sekaran dan Bougie (2013), *Likert Scale* merupakan skala yang dirancang untuk menilai seberapa besar sikap setuju responden terhadap sebuah pernyataan. Variabel- variabel dalam penelitian ini diukur dengan rentang pembobotan dari Sangat Setuju (5) Setuju (4) Netral (3) Tidak Setuju (2) Sangat Tidak Setuju (1).

3.6 Definisi Operasional

Variabel yang akan digunakan pada penelitian ini terdiri dari :

Tabel 3.1
Definisi Operasional

No	Variabel	Definisi Variabel	Indikator
1	Karakteristik responden		
	Jenis kelamin	Perbedaan antara perempuan dan laki-laki secara biologis sejak seseorang lahir (Hungu, 2007)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Perempuan 2. Laki-laki
	Usia		<ol style="list-style-type: none"> 1. 20 tahun- 25 tahun 2. 26 tahun- 30 tahun 3. 31 tahun- 35 tahun 4. 36 tahun- 40 tahun
	Pernah <i>membooking</i> hotel secara <i>online</i>		<ol style="list-style-type: none"> 1. Ya 2. Tidak
	Frekuensi <i>membooking</i> hotel secara <i>online</i> selama 3 tahun terakhir		<ol style="list-style-type: none"> 1. 1-5 kali 2. 5-10 kali 3. 10 kali lebih 4. Tak terhingga
2	Persepsi Harga	Persepsi harga adalah konsep lain yang penting untuk memahami interpretasi konsumen terhadap harga dengan referensi standar harga internal atau harga persaingan (Oh, 2000).	<ol style="list-style-type: none"> 1. Daftar harga yang diberikan pihak hotel mahal 2. Daftar harga yang diberikan pihak hotel masuk akal 3. Daftar harga yang diberikan pihak hotel pantas 4. Daftar harga yang diberikan pihak hotel terjangkau

Lanjutan Tabel 3.1

No	Variabel	Definisi Variabel	Indikator
3	Citra Merek	Citra merek didefinisikan oleh Dobni dan Zinkhan (1990:10) sebagai persepsi rasional atau emosional yang konsumen berikan pada suatu merek tertentu	<ol style="list-style-type: none"> 1. Secara keseluruhan saya merasa brand dari hotel ini menguntungkan 2. Secara keseluruhan saya merasa bahwa brand dari hotel ini menarik 3. Secara keseluruhan saya merasa bahwa brand dari hotel ini berharga 4. Secara keseluruhan saya merasa bahwa brand dari hotel ini memiliki reputasi yang baik
4	Persepsi Kualitas	Zeithaml yang dikutip dalam Killa (2008) mendefinisikan persepsi kualitas merek sebagai penilaian subyektif konsumen tentang keunggulan atau kelebihan produk secara keseluruhan.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Keseluruhan kualitas yang diharapkan dari hotel ini baik 2. Keseluruhan kualitas yang diharapkan dari hotel ini sangat tinggi 3. Keseluruhan kualitas yang diharapkan dari hotel ini memiliki mutu tinggi 4. Keseluruhan kualitas yang diharapkan dari hotel ini menguntungkan

Lanjutan Tabel 3.1

No	Variabel	Definisi Variabel	Indikator
5	Kepercayaan	Morgan dan Hunt dalam (Akbar dan Parvez,2009:26) menyatakan bahwa kepercayaan hanya ada ketika salah satu pihak yakin dalam hubungan kerjasama yang dapat diandalkan dan mempunyai integritas	<ol style="list-style-type: none"> 1. Apa yang dikatan tentang produk/jasa mereka adalah benar 2. Jika hotel membuat tuntutan tentang produk/jasa mereka itu adalah benar 3. Saya rasa saya tahu apa yang saya harapkan tentang hotel ini 4. Hotel ini sangat bias dipercaya/diandalkan
6	Persepsi nilai	Konsep nilai pelanggan (<i>customer value</i>) memberikan gambaran tentang pelanggan suatu perusahaan mempertimbangkan apa yang mereka inginkan dan percaya bahwa mereka memperoleh manfaat dari suatu produk (Woodruff, 1997).	<ol style="list-style-type: none"> 1. Hotel ini menawarkan/memberikan nilai yang baik untuk pelanggan 2. Hotel ini layak untuk dipesan 3. Penawaran yang baik saat memesan hotel sesuai dengan harga yang ditampilkan 4. Ekspetasi nilai keseluruhan untuk tinggal/menginap dihotel ini sangat tinggi

Lanjutan Tabel 3.1

No	Variabel	Definisi Variabel	Indikator
7	Minat beli	Minat pembelian adalah niat untuk melakukan pembelian pada kesempatan mendatang. Meskipun merupakan pembelian yang belum tentu akan dilakukan pada masa mendatang namun pengukuran terhadap niat pembelian umumnya dilakukan guna memaksimalkan prediksi terhadap pembelian aktual itu sendiri (Kinneer dan Taylor, 1995).	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kemungkinan untuk memesan hotel ini sangat tinggi 2. Jika saya memsan hote ini, saya akan mempertimbangkan memesan hotel pada harga yang ditampilkan 3. Kemungkinan saya akan mempertimbangkan memesan hotel ini sangat tinggi 4. Keinginan/kemauan saya untuk memesan hotelini sangat tinggi

3.7 Pengukuran Instrumen Penelitian

3.7.1 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuesioner. Menurut Ghozali (2011), suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Sekaran dan Bougie (2013) menambahkan bahwa uji validitas merukan uji yang berfungsi untuk membuktikan ketepatan sebuah instrument dalam penelitian ini pada kuesioner, teknik, serta proses yang digunakan, apakah sudah sesuai dengan konsep yang digunakan atau belum.

Nilai validitas akan dicari dengan bantuan *software* SPSS. Adapun nilai validitas akan di cari dengan taraf kesalahan (α) sebesar 0,05 yang berarti jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka kuesioner yang digunakan sebagai alat ukur dalam penelitian telah memenuhi syarat validitas.

3.7.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah alat ukur untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu (Ghozali,2011). Sekaran dan Bougie (2013) juga mengatakan bahwa uji reliabilitas digunakan untuk menguji seberapa konsisten serta stabilnya sebuah *instrument* atau alat ukur.

3.8 Metode Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis statistik deskriptif responden dan analisis regresi berganda. Program komputer SPSS akan digunakan untuk membantu pengolahan data. Berikut penjelasan metode yang digunakan:

3.8.1 Analisis Statistik Deskriptif Responden

Dalam penelitian ini, analisis statistik deskriptif dilakukan guna mengetahui gambaran data atau deskripsi data diri responden mengenai karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin, usia, pernah *membooking* hotel secara *online*.

3.8.2 Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi berganda merupakan pengujian yang digunakan dalam situasi dimana lebih dari satu variabel independen di hipotesiskan memiliki pengaruh terhadap variabel dependen (Sekaran dan Bougie, 2013). Kegunaan regresi berganda adalah untuk meramalkan nilai variabel terkait (Y) apabila variabel bebasnya (X) dua atau lebih.

a. Uji t

Uji t digunakan untuk menguji atau menghitung pengaruh setiap variabel independen secara individu terhadap variabel dependen. Menurut Sugiyono (2012:260), kriteria pengambilan keputusan untuk hipotesis yang diajukan adalah :

1. H_0 diterima dan H_a ditolak, jika $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$, ini berarti tidak ada pengaruh variabel independen secara individu terhadap nilai dependen, dan
2. H_0 ditolak dan H_a diterima, jika $t\text{-hitung} \leq t\text{-tabel}$, ini berarti ada pengaruh variabel independen secara individu terhadap variabel dependen.

b. Uji F

Uji F digunakan untuk melihat secara keseluruhan apakah variabel independen signifikan secara statistik dalam mempengaruhi variabel dependen. Menurut Ghozali (2011), pada dasarnya uji F digunakan untuk menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimaksudkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel

dependen/terkait. Berikut kriteria pengambilan keputusan untuk hipotesis yang diajukan menurut Sugiyono (2012:257) :

1. H_0 diterima H_a ditolak, jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, ini berarti tidak ada pengaruh variabel independen secara keseluruhan terhadap variabel dependen, dan
2. H_0 ditolak H_a diterima, jika $F_{hitung} \geq F_{tabel}$, berarti ada pengaruh variabel independen secara keseluruhan terhadap variabel dependen

