

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif, jenis penelitian ini merupakan Asosiatif. Menurut Sugiyono (2019:65) penelitian asosiatif merupakan suatu rumusan masalah penelitian yang bersifat menanyakan hubungan antara dua variabel atau lebih. Dengan penelitian ini maka akan dapat dibangun suatu teori yang berfungsi untuk menjelaskan, meramalkan dan mengontrol suatu gejala. Hubungan kausal merupakan hubungan yang sifatnya sebab-akibat, salah satu variabel (*independen*) mempengaruhi variabel yang lain (*dependen*). Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh *Servicescape* dan *Customer Experience* terhadap Minat Berkunjung Kembali di Lembah Batu Heritage.

3.2 Sumber Data

Data yang dihasilkan oleh peneliti merupakan hasil akhir dari proses pengolahan selama berlangsungnya penelitian. Data pada dasarnya berawal dari bahan mentah yang disebut data mentah. Jenis data yang digunakan dalam proses penelitian adalah data primer. Data primer adalah sumber data yang diperoleh secara langsung dari sumber asli, yang digunakan oleh peneliti untuk menjawab pertanyaan penelitian. Jenis data yang digunakan adalah data dari hasil jawaban kuesioner yang dibagikan kepada konsumen.

3.3 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang dipakai dalam penelitian ini adalah studi Lapangan (*field research*). Studi Lapangan (*field research*) adalah teknik ini dilakukan dengan cara turun secara langsung ke lapangan penelitian untuk memperoleh data yang berkaitan dengan penelitian. lapangan penelitian untuk memperoleh data yang berkaitan dengan penelitian. Teknik yang digunakan

dalam penelitian ini adalah kuesioner. Kuesioner, yaitu pengumpulan data yang dilakukan melalui pengisian kuesioner secara langsung terhadap responden yang telah ditentukan sebagai sampel penelitian. Data ini dikumpulkan khusus untuk menjawab masalah dalam penelitian yaitu mengenai pengaruh *Servicescape* dan *Customer Experience* terhadap Minat Berkunjung Kembali di Lembah Batu Heritage *Servicescape* dan *Customer Experience* terhadap Minat Berkunjung Kembali di Lembah Batu Heritage. Untuk menyaring terhadap data tersebut, maka disediakan lima alternatif jawaban dengan masingmasing skor sebagai berikut:

Tabel 3.1
Skala Pengukuran Pernyataan

No	Skala	Skor	Skala
1.	Sangat Setuju	5	Interval
2.	Setuju	4	
3.	Kurang Setuju	3	
4.	Tidak Setuju	2	
5.	Sangat Tidak Setuju	1	

3.4 Populasi Dan Sampel

3.4.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas atau karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk mempelajari dan kemudian ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2009). Populasi dalam penelitian ini adalah responden yang pernah melakukan kunjungan wisata pada lembah batu heritage pada Januari 2022 sampai April 2022 yang berjumlah 5.240 orang.

3.4.2 Sampel

Sampel adalah sebagian dari populasi yang diteliti/diobservasi, dan dianggap dapat menggambarkan keadaan atau ciri populasi (Soegiyono, 2011)., pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *non probability sampling* dengan *teknik purposive sampling*. Perhitungan jumlah

sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus *slovin* dengan kesalahan sebesar 10%. Berikut rumus *slovin* dalam penelitian ini:

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

Dimana:

n=Ukuran Sampel

N=Ukuran Populasi

e=Persen Kelonggaran telitian karena kesalahan sampel yang masih dapat ditolelier misalya 10%

Berikut perhitungan dalam penelitian ini dengan menggunakan rumus slovin:

$$n = \frac{5240}{(1 + 5240 (0,1)^2)} = 98,12 = 100 \text{ sampel}$$

Berdasarkan hasil perhitungan menggunakan rumus slovin didapatkan jumlah sampel sebanyak 98,12 responden menjadi sebanyak 100 responden. Setelah mendapatkan jumlah sampel kemudian memilah penyebaran kuesioner kepada responden penentuan responden peneliti menggunakan kriteria pengambilan sampel. Berikut kriteria pengambilan sampel dalam penelitian ini:

1. Usia minimal 17 Tahun
2. Pernah berkunjung ke Lembah Batu Heritage

3.5 Variabel Penelitian

Variabel penelitian pada dasarnya adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya Sugiyono (2009,P.58).

3.5.1 Variabel Penelitian Independen

Variabel Independen (bebas) adalah variabel yang mempengaruhi dalam penelitian ini adalah *Servicescape* (X1) dan *Customer Experience* (X2).

3.5.2 Variabel Penelitian Dependen

Variabel dependen (terikat) adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas, dalam penelitian ini adalah Minat berkunjung Kembali (Y).

3.6 Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional merupakan variabel yang diungkapkan dalam definisi konsep tersebut, secara operasional, secara praktis, secara riil, secara nyata dalam lingkup objek penelitian/objek yang diteliti sebagai berikut:

Tabel 3.2
Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi Konsep	Definisi Operasional	Indikator	Skala Ukur
<i>Servicescape</i> (X1)	Menurut Lovelock et al. (2011). <i>servicescape</i> merujuk pada lingkungan fisik yang sengaja dibuat atau diciptakan manusia sebagai dukungan atas layanan yang diberikan kepada konsumen. Salah satu penyebab pentingnya konsep.	segala sesuatu yang secara fisik hadir di sekitar konsumen selama pertemuan transaksi layanan jasa	1. <i>Ambient Condition</i> 2. <i>Spatial Layout and Functionality</i> 3. <i>Sign, Symbol, and Artefact</i>	Interval
<i>Customer Experience</i> (X2)	Menurut Frow dan Payne (2007), <i>customer experience</i> dapat diartikan sebagai interpretasi seorang konsumen terhadap interaksi total konsumen tersebut dengan sebuah merek	pengalaman yang didapatkan konsumen secara langsung ataupun tidak langsung mengenai proses pelayanan, perusahaan, fasilitas serta interaksi dengan konsumen lainnya.	1. <i>Sense</i> 2. <i>Feel</i> 3. <i>Think</i> 4. <i>Act</i> 5. <i>Relate</i>	Interval
Minat Berkunjung Kembali (Y)	Menurut William & Buswell (2003). dilihat dari perspektif proses konsumsi, perilaku pengunjung dibagi menjadi tiga tahap, yaitu : pra-kunjungan, selama kunjungan, dan pasca kunjungan lain	Niat untuk melakukan pembelian(jang ka panjang), keinginan membeli produk lebih banyak, dan keinginan untuk merekomendasi kannya kepada orang	1. <i>Recommendation.</i> 2. <i>Repeat Visit</i>	Interval

Sumber : Data Diolah, 2022

3.7 Uji Persyaratan Instrumen

3.7.1 Uji Validitas

Uji validitas adalah alat yang digunakan untuk mengumpulkan data agar data yang di peroleh mempunyai tingkat akurasi dan konsistensi yang tinggi, instrumen penelitian yang digunakan harus valid Anwar sanusi (2016). Pengujian validitas penelitian ini menggunakan 30 responden dengan taraf nyata 5%, Sugiyono (2009, P.272). Berikut prosedur pengujian validitas dalam penelitian ini :

1. Prosedur pengujian :

Ho : Data bersifat tidak valid

Ha : Data bersifat valid

2. Kriteria pengambilan keputusan :

Ho : Apabila $\text{sig} < 0,05$ maka instrumen dinyatakan valid

Ha : Apabila $\text{sig} > 0,05$ maka instrumen dinyatakan tidak valid

3.7.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah sesuatu instrument cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpulan data karena instrument tersebut sudah baik Sugiyono (2009,p.183). Uji reliabilitas yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan teknik formula Alpha Cronbach, melalui program SPSS 20 (Statistical Program and Service Solution 20). Kemudian untuk menginterpretasikan besarnya r alpha indeks korelasi menggunakan tabel interpretasi nilai r Alpha indeks korelasi berikut tabel interpretasi nilai r alpha indeks korelasi: berikut tabel interpretasi nilai R dalam penelitian ini:

Tabel 3.3

Interprestasi Nilai r Alpha Indeks Korelasi

Nilai Korelasi	Keterangan
0,8000 – 1,0000	SangatTinggi
0,6000 – 0,7999	Tinggi
0,4000 – 0,5999	Sedang
0,2000 – 0,3999	Rendah
0,0000 – 0,1999	Sangat Rendah

3.8 Uji Persyaratan Analisis Data

3.8.1 Uji Normalitas Sampel

Sampel Uji normalitas adalah sampel yang digunakan untuk mengetahui apakah data yang diperoleh berdistribusi normal atau sebaliknya Rambat Lupiyoadi & Ridho Bramulya Ikhsan (2015). Alat uji yang digunakan adalah model kolmogorov smirnov hasil ini bertujuan untuk memperkecil tingkat kesalahan dan mengetahui apakah data yang akan digunakan dalam model regresi berdistribusi normal atau tidak. Berikut prosedur pengujian normalitas sampel dalam penelitian ini: Rumus

1. Rumusan Hipotesis

Ho : Data berasal dari populasi berdistribusi normal

Ha : Data berasal dari populasi yang tidak berdistribusi normal.

2. Kriteria Pengambilan Keputusan

Apabila $Sig < 0.05$ maka Ho ditolak (distribusi sampel tidak normal)

Apabila $Sig > 0.05$ maka Ho diterima (distribusi sampel normal)

3.8.2 Uji Lineritas Sampel

Uji linearitas adalah untuk melihat apakah model regresi dapat didekati dengan persamaan linier. Uji ini biasanya digunakan sebagai prasyarat dalam analisis korelasi atau pun regresi linier. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan bantuan program SPSS 21 dengan melihat tabel Anova atau sering disebut Test for Linearity. Berikut ini prosedur pengujian:

1. Rumusan Hipotesis

Ho = Model regresi berbentuk linear.

H₁ = Model regresi tidak berbentuk linear.

2. Kriteria Pengujian

Jika probabilitas (Sig) $> 0,05$ maka Ho diterima.

Jika probabilitas (Sig) $< 0,05$ maka Ho ditolak

3.8.3 Uji Multikolinieritas

Multikolinieritas diperlukan untuk mengetahui ada tidaknya variabel independen yang memiliki kemiripan antar variabel independen dalam suatu model.. Metode untuk menguji adanya multikolinieritas dapat dilihat dari *tolerance value* atau *variance inflation factor* (VIF). Batas dari *tolerance value* > 0,1 atau VIF lebih kecil dari 10 maka tidak terjadi multikolinieritas. Berikut ini prosedur pengujian:

1. Jika nilai VIF ≥ 10 maka ada gejala multikolinieritas
Jika nilai VIF ≤ 10 maka tidak ada gejala multikolinieritas
2. Jika nilai *tolerance* < 0,1 maka ada gejala multikolinieritas
Jika nilai *tolerance* > 0,1 maka tidak ada gejala multikolinieritas
3. Pengujian multikolinieritas dilakukan melalui program SPSS

3.9 Metode Analisis Data

3.9.1 Regresi Linier Berganda

Regresi lini berganda adalah analisis statistik yang menghubungkan antara dua variabel independen atau lebih, Rambat lupiyoadi & Ridho bramulya ikhsan (2015). Penelitian ini menggunakan regresi linier berganda dengan menggunakan SPSS 20 (*Statistical Program and Service Solution* 20). Berikut persamaan regresi linier berganda menguji pengaruh variabel X (*Servicescape dan Customer Experience*) terhadap variabel Y (Minat Berkunjung Kembali) berikut persamaan regresi linier berganda dalam penelitian ini :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + et$$

Keterangan :

Y = Minat Berkunjung Kembali

a = Konstanta

b₁, b₂, = Koefisien Regresi Parsial

X₁ = *Servicescape*

X₂ = *Customer Experience*

et = *error term*

3.10 Pengujian Hipotesis

3.10.1. Uji Parsial (Uji-t)

Uji t yaitu untuk menguji bagaimana pengaruh masing-masing variabel bebasnya secara sendiri-sendiri terhadap variabel terikatnya. Uji t atau uji parsial adalah sebuah variabel bebas berpengaruh nyata atau tidak terhadap variabel terikatnya, (Suharyadi & Purwanto 2015).

1. Pengaruh *Servicscape* Terhadap Minat Berkunjung Kembali

Ho: *servicscape* tidak berpengaruh terhadap minat berkunjung kembali di Lembah Batu Heritage

Ha: *servicscape* berpengaruh terhadap minat berkunjung kembali di Lembah Batu Heritage

2. Pengaruh *Customer Experience* Terhadap Minat Berkunjung Kembali

Ho: *customer experience* tidak berpengaruh terhadap minat berkunjung kembali di Lembah Batu Heritage

Ha: *customer experience* berpengaruh terhadap minat berkunjung kembali di Lembah Batu Heritage

Kriteria pengujian:

Menentukan dan membandingkan nilai probabilitas (sig) dengan nilai α (0,05) dengan perbandingan sebagai berikut:

1. Jika nilai sig < 0,05 maka Ho ditolak
2. Jika nilai sig > 0,05 maka Ho diterima
3. Menentukan simpulan dan hasil uji hipotesis

3.10.2. Uji Simultan (Uji-F)

Uji F dengan uji serentak atau uji model/uji anova, yaitu uji untuk melihat bagaimanakah pengaruh semua variabel bebasnya secara bersama-sama terhadap variabel terikatnya.

Pengaruh *Servicscape* Dan *Customer Experience* Terhadap Minat Berkunjung Kembali

Ho: *servicscape* dan *customer experience* tidak berpengaruh terhadap minat berkunjung kembali di Lembah Batu Heritage

Ha: *servicscape* dan *customer experience* berpengaruh terhadap minat berkunjung kembali di Lembah Batu Heritage

Kriteria pengujian:

Menentukan dan membandingkan nilai probabilitas (sig) dengan nilai α (0,05) dengan perbandingan sebagai berikut:

1. Jika nilai sig < 0,05 maka Ho ditolak
2. Jika nilai sig > 0,05 maka Ho diterima
3. Menentukan simpulan dan hasil uji hipotesis