

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian

Riset ini ialah penelitian kuantitatif yang mana riset ini beralaskan pada suatu hal yang betul-betul terjadi, memakai teori yang objektif, berfokus pada gejala-gejala yang mempunyai karakteristik tertentu, memakai instrument penelitian untkuk perhimpunan data, menganalisis data dan menyimpulkannya (Sujarweni, 2019:39).

3.2. Sifat Penelitian

Penelitian ini bersifat asosiatif dimana dibuat guna melihat terdapat kemungkinan hubungan sebab akibat antar variabel. Penelitian asosiatif yakni penelitian yang dibuat guna melihat pengaruh interaksi antara dua variabel ataupun lebih (Sujarweni, 2019:49). Sehingga pada riset ini menerangkan tentang Pengaruh Brand Image, Kualitas Pelayanan serta Fasilitas Terhadap Keputusan Menginap pada OS Style Hotel di Baju Aji Batam.

3.3.Lokasi dan Periode Penelitian

3.3.1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di OS Style Hotel Batu Aji yang bertempat di Jl. Letdjen Suprpto, Komp. Limanda Blok D No. 1 Batu Aji, Batam Kepulauan Riau.

3.3.2. Periode Penelitian

Riset ini dilaksanakan dimulai dari bulan Agustus hingga Januari 2022.

Lebih jelasnya, bisa diperhatikan tabel dibawah ini:

Tabel 3.1 Jadwal Penelitian

Keterangan	Bulan					
	Agust	Sept	Okt	Nov	Dese	Januari
Pengajuan Judul						
BAB I						
BAB II						
BAB III						
Kuesioner						
Pengolahan Data						
BAB IV						
BAB V						
Penyerahan Hasil						

Sumber: peneliti 2021

3.4. Populasi dan Sampel

3.4.1. Populasi

Populasi ialah totalitas wilayah yang meliputi objek ataupun subjek dengan total dan karakteristik khusus yang peneliti tentukan lalu disimpulkan (Sugiyono, 2017:136). Populasi pada riset ini yaitu semua tamu yang melakukan penginapan di OS Style Hotel di Batu aji Batam pada bulan Januari – Juli 2021 sejumlah 7.909 orang.

3.4.2. Teknik Penetapan Besar Sampel

Sampel adalah unit totalitas dan karakteristik populasi pada penelitian yang diaplikasikan (Sujarweni, 2019:81). Teknik probabilitiy sampling dipakai pada penelitian ini dalam menentukan sampel, ialah teknik penetapan sampel dengan memberikan peluang yang sama atas seluruh populasi supaya dibuat selaku sampel (Sujarweni, 2019:85).

3.4.3. Teknik Sampling

Riset ini memakai rumus slovin dengan kesahalan persentasi 10% dalam memakai teknik smpling

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

Rumus 3.1 Slovin

Sumber: (Sujarweni, 2019: 82)

Keterangan:

n = Ukuran sampel

N = Populasi

e = Presentase kesalahan yang diharapkan

Dari rumus diatas, jadi bisa diperoleh bahwa:

$$n = \frac{7.909}{1 + (7.909)(0.10)^2}$$

$$n = \frac{7.909}{1 + 79.09}$$

$$n = \frac{7.909}{80.09}$$

n = 98,75, dibulatkan menjadi 100 responden.

3.5. Sumber Data

Riset ini menggunakan sumber data internal sebab peneliti memperoleh data langsung dari OS Style Hotel. Sumber data internal ialah data yang bersumber dari unit didalam perusahaan yang mencerminkan perusahaan itu sendiri (Sujarweni, 2019:89).

3.6. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data ialah teknik yang dipergunakan peneliti guna menghimpun data dari responden pada lingkungan penelitian. Pada riset ini, data dikumpulkan melalui kuesioner. (Sujarweni, 2019:94) menerangkan bahwasanya kuesioner ialah metode penghimpunan data dengan menyampaikan pertanyaan ataupun pernyataan secara tertulis kepada para responden guna diisi. (Sujarweni, 2019:104) mengemukakan bahwasanya tanggapan dari responden nantinya diberi skor menggunakan skala likert. Penggunaan skala likert ditujukan guna menilai persepsi individu ataupun kelompok tentang sebuah fenomena sosial.

Tabel 3.2 Skala Likert

Keterangan		Skor
STS	Sangat Tidak Setuju	1
TS	Tidak Setuju	2
R	Ragu-Ragu	3
S	Setuju	4
SS	Sangat Setuju	5

Sumber : (Sujarweni, 2019:104).

3.7. Definisi Operasional Variabel

Variabel penelitian ialah elemen sebuah objek yang memiliki ragam yang ditentukan oleh peneliti mengenai sesuatu yang ditelaah untuk memperoleh informasi lalu disimpulkan (Sujarweni, 2019:74). Disini diuraikan lebih awal yang selaku definisi yang jelas guna dipakai selaku pedoman dalam penelitian.

3.7.1. Variabel Dependen

Variabel dependen ialah variabel yang didampaki oleh variabel independen (Sujarweni, 2019:75). Keputusan menginap ialah variabel dependen dalam riset ini (Y). Peneliti memberikan batasan indikator keputusan menginap berdasarkan teori (Suci et al., 2018:414), ialah:

1. Perhimpunan Data
2. Evaluasi alternatif
3. Pengenalan kebutuhan
4. Keputusan menginap
5. Perilaku pasca menginap

3.7.2. Variabel Independen

(Sujarweni, 2019: 75) menerangkan variabel independen selaku variabel yang memberikan pengaruh terhadap variabel dependen. Brand Image (X1), Kualitas Pelayanan (X2) serta Fasilitas (X3) ialah variabel independen dalam riset ini.

Peneliti memberikan batasan indikator Brand Image (X₁) berdasarkan pandangan (Indrasari, 2019:102), yakni:

1. Memahami merek itu.
2. Merek yang terpercaya.
3. Merek yang bermutu.
4. Menciptakan rasa suka.
5. Kesan yang bagus.
6. Merek yang populer.
7. Harga yang cocok.

Sedangkan batasan indikator untuk Kualitas Pelayanan (X2), menurut (Indrasari, 2019:66) yaitu:

1. Bukti Fisik
2. Empati
3. Khandalan
4. Responsif
5. Jaminan

Batasan indikator untuk variabel Fasilitas (X3) berdasarkan teori Tjiptono dalam (Taan et al., 2020:55):

1. Perencanaan spasial
2. Perancangan ruang
3. Perlengkapan
4. Tata cahaya serta warna
5. Pesan ilustratif
6. Unsur pendukung

Tabel 3.3 Operasional Variabel

No	Variabel	Definisi Variabel	Indikator	Skala
1	Brand Image(X_1)	Brand image yaitu pandangan konsumen tentang merek selaku dugaan dari gabungan merek yang terdapat pada pandangan konsumen (Dewi et al., 2020:161).	1.Mengenali merek itu sendiri 2. Merek yang terpercaya 3. Merek yang bermutu 4. Menciptakan rasa suka 5. Kesan yang bagus 6. Merek yang populer 7. Harga yang cocok.	Likert
2	Kualitas Pelayanan (X_3)	Kualitas pelayanan ialah keperluan serta kemauan konsumen yang bisa diwujudkan dengan benar dalam pemberiannya guna menstabilkan keinginan konsumen itu sendiri (Indrasari, 2019:61).	1.Bukti Fisik 2. Empati 3.Kehandalan 4. Responsif 5. Jaminan	Likert
3	Fasilitas(X_2)	Fasilitas ialah sumber daya fisik yang perlu tersedia sebelum sebuah jasa bisa diperjualkan kepada konsumen (Ardhani & Ratnasari, 2019:79)	1. Perancangan spasial 2. Perancangan ruang 3. Fasilitas 4. Tata cahaya serta warna 5. Pesan ilustratif 6. Unsur penunjang	Likert
4	Keputusan Menginap (Y)	Keputusan menginap ialah sebuah hasil dari perhitungan konsumen dalam memilih berdasarkan keperluan serta keinginannya. (Darwati & Susetyowati, 2019:133).	1. Pengenalan kebutuhan 2. Perhimpunan informasi 3. Keputusan Menginap 4. Evaluasi alternatif 5. Sikap sesudah menginap	Likert

Sumber: Peneliti, 2021

3.8. Metode Analisis Data

Analisa data ialah kegiatan guna mengelompokkan informasi berdasarkan variabel, mentabulasi data di semua variabel, menghitung guna memperoleh jawaban dari rumusan masalah. Lalu menghitung dalam pengujian hipotesis yang sudah diuraikan memakai sebuah metode (Sugiyono, 2017:232).

3.8.1. Analisis Deskriptif

Dari pendapat (Sujarweni, 2019:122) analisis deskriptif digunakan guna mendeskripsikan semua karakteristik informasi yang diterima dari suatu sampel serta diolah tiap variabel. Dalam riset ini, peneliti menggunakan bantuan software SPSS versi 26 guna mendapat cerminan informasi informan di setiap variabel bebas serta terikat.

Hasil jawaban yang sudah peneliti peroleh melalui hasil angket, peneliti lalu menguraikannya dengan menerapkan rumus rentang skala dalam memperhatikan hasil jawaban informan itu sendiri. Rumusnya ialah:

$$RS = \frac{n(m-1)}{m}$$

Rumus 3. 6 Rentang Skala

Keterangan:

RS = Rentang Skala

n = Total Responden

m = Total Opsi Jawaban

Jadi perhitungan rentang skala pada riset ini ialah:

$$RS = \frac{100 (5-1)}{5}$$

$$RS = \frac{400}{5}$$

$$RS = 80$$

Berdasarkan hasil perhitungan rentang skala, jadi jawaban responden akan di kategorikan berdasarkan kategori berikut.

Tabel 3. 2 Kategori Rentang Skala

No	Rentang Kategori Skor	Kriteria
1	100 – 180	Sangat Tidak Baik
2	181 – 261	Tidak Baik
3	262 -342	Cukup Baik
4	343 – 423	Baik
5	424 – 504	Sangat Baik

Sumber: Peneliti, 2021

3.8.2. Uji Kualitas Data

3.8.2.1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan guna mengetahui kelayakan sebuah pertanyaan ataupun pernyataan untuk menerangkan sebuah variabel dengan keadaan empiris di lapangan (Sujarweni, 2019:108). Penentuan valid tidaknya sebuah kuesioner bisa diketahui dari nilai koefisien korelasi Pearson Product Moment. Rumusnya ialah:

$$r = \frac{n \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{[n \sum x^2 - (\sum x)^2][n \sum y^2 - (\sum y)^2]}}$$

Rumus 3. 7 Korelasi *Product Moment*

Sumber: (Sujarweni, 2019:108),

Dimana:

r = koefisien dari correlation

n = total subjek

y = skor item

x = skor total dari x

Hasil dari r_{hitung} berikutnya dibandingkan dengan nilai r_{tabel} dimana $df = n - 2$ dengan signifikansi 5 % guna mengungkap apakah data dinyatakan valid ataukah tidak, penentuannya (Sujarweni, 2019: 108) ialah jika $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ artinya valid dan menunjukkan pengaruh yang signifikan, atau sebaliknya.

3.8.2.2 Uji Reliabilitas

Uji ini dipakai guna melihat reliabel tidaknya suatu kuesioner dalam setiap variabel jika diuji lebih dari satu kali (Sujarweni, 2019:110). Penentuannya bisa dilaksanakan menggunakan teknik Cronbach Alpha. Ketentuannya jika nilai Alpha > 0,60 berarti reliabel, formulanya yaitu:

$$r = \left[\frac{k}{(k-1)} \right] 1 - \frac{\sum \sigma b^2}{\sigma t^2}$$

Rumus 3. 8 Cronbach Alpha

Sumber : (Sujarweni, 2019:110)

Dimana:

r = Reliabilitas instrument

k = Jumlah butir pertanyaan

$\sum \sigma b^2$ = Jumlah variasi butir pertanyaan

σb^2 = Jumlah varians

3.8.3 Uji Asumsi Klasik

3.8.3.1 Uji Normalitas

Uji ini dipakai guna mengukur apakah data terdistribusi normal ataukah tidak dalam sebuah penelitian (Priyatno, 2017: 97). Pengukuran uji ini menggunakan metode:

1. Grafik p-plot

Data dinyatakan normal saat titik-titik yang diperoleh mengikuti garis diagonal dalam grafik p-plot (Priyatno, 2017: 98).

2. Histogram

Data dinyatakan terdistribusi normal jika grafik histogram berwujud lonceng dengan pelebaran hingga tak terhingga di bagian kanan ataupun kirinya (Priyatno, 2017: 98).

3. *Kolmogorov-Smirnov*

Data dinyatakan normal apabila nilai *Asymp.* signifikannya diatas 0,05 begitupun sebaliknya (Priyatno, 2017: 99).

3.8.3.2 Uji Multikolinearitas

Uji ini dipakai guna melihat model regresi pada data penelitian apakah mendapati korelasi antar variabel ataukah tidak (Sujarweni, 2019:158). Penentuannya bisa dilaksanakan menggunakan teknik VIF (Variance Inflation Factor) dengan ketentuan jika nilai VIF lebih dari 10 dengan tolerance kurang dari 0,05 maka pada data penelitian mendapati masalah multikolinearitas (Sujarweni, 2019:159).

3.8.3.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan guna mengukur residual yang tidak mempunyai varian yang persis (Sujarweni, 2019: 159). Jika tidak terdapat gejala heteroskedastisitas dalam data, maka model regresi dikatakan baik. Penentuannya memakai metode:

1. Gambar *Scatterplot*

Apabila titik-titik data menyebar serta meluas di atas, di bawah dan di sekeliling angka 0, titik-titik tidak mengumpul dan membentuk sebuah pola gelombang berarti penelitian tidak mengalami masalah heteroskedastisitas (Sujarweni, 2019:160).

2. Uji *Glejser*

Uji Park Glejser dilakukan dengan langkah menghubungkan nilai absolut residual di semua variabel independennya. Apabila nilai probabilitas mempunyai nilai signifikansi $> 0,05$ berarti penelitian tidak mempunyai masalah heteroskedastisitas (Sujarweni, 2019: 226).

3.8.4 Uji Pengaruh

3.8.4.1 Uji Regresi Linear Berganda

Analisis ini dipakai guna menampilkan ada ataukah tidak pengaruh dua atau lebih variabel bebas terhadap variabel terikat. Disamping itu, analisis ini pun dipakai guna mengukur keakuratan hipotesis yang telah diajukan pada penelitian (Sujarweni, 2019: 160). Rumusnya yaitu:

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + e$$

Rumus 3. 9 Analisis Linear Berganda

Sumber : (Sujarweni, 2019: 160)

Keterangan :

Y	= Keputusan Pembelian	$X_1 = Brand Image$
a	= Konstanta	$X_2 = Kualitas Pelayanan$
b_1, b_2, b_3	= Koefisien	$X_3 = Fasilitas$
e	= Standar error	

3.8.4.2 Uji Determinan (R^2)

Uji ini dipakai guna melihat sebesar apa persentase perubahan dalam variabel terikat (Y) yang disebabkan oleh variabel bebas (X). (Sujarweni, 2019: 228) mengemukakan semakin besar nilai R^2 , semakin besar pun kontribusi persentase perubahan variabel terikat yang diakibatkan oleh variabel bebas, atau sebaliknya. Hubungan dari variabel bebas bisa diketahui dari nilai R^2 selaku model regresi.

3.9. Uji Hipotesis

3.9.1. Uji T (Parsial)

Uji ini memperlihatkan sejauh mana pengaruh satu variabel independen secara parsial untuk menerangkan variabel dependennya (Sujarweni, 2019: 229).

$$t_{hitung} = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Rumus 3. 10 Uji t

Sumber : (Sujarweni, 2019: 229)

t = nilai t_{hitung}

r^2 = koefisien determinasi

r = koefisien korelasi

n = banyak anggota sampel

Pengujian pada uji t ini memakai tahapan-tahapan (Sujarweni, 2019: 229):

1. Sebelumnya tetapkan formulasi H_0 dan H_a

Hipotesis 1

H_{01} : *Brand Image* tidak mempengaruhi secara parsial keputusan menginap.

H_{a1} : *Brand Image* mempengaruhi secara parsial keputusan menginap.

Hipotesis 2

H_{02} : Kualitas Pelayanan tidak mempengaruhi secara parsial keputusan menginap.

H_{a2} : Kualitas Pelayanan mempengaruhi secara parsial keputusan menginap.

Hipotesis 3

H_{03} : Fasilitas tidak mempengaruhi secara parsial keputusan menginap.

H_{a3} : Fasilitas mempengaruhi secara parsial keputusan menginap

2. Kriteria kesimpulan

H_0 ditolak dan H_a diterima jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ dengan nilai signifikansi $< 0,05$, begitupun sebaliknya.

3.9.2 Uji F (Simultan)

Uji ini dipakai guna menampilkan pengaruh secara simultan seluruh variabel independen terhadap variabel dependen (Sujarweni, 2019: 228). Hasil dari SPSS untuk uji F ini dapat dilihat pada tabel ANOVA, ataupun dapat dihitung memakai formula:

$$F_{hitung} = \frac{\frac{R^2}{1-R^2}}{\frac{1-R^2}{(n-k-1)}}$$

Rumus 3. 11 Fhitung

Sumber : (Sujarweni, 2019: 228)

Dimana:

R^2 = Efek total variabel x

k = total variabel x

n = total ukuran sampel

Berikut ini ialah tahapan pengujiannya (Sujarweni, 2019: 228):

1. Sebelumnya tetapkan formulasi H_0 serta H_a

Hipotesis 4:

H_0 : *Brand Image*, Kualitas Pelayanan serta Fasilitas tidak mempengaruhi secara simultan keputusan menginap.

H_a : *Brand Image*, Kualitas Pelayanan serta Fasilitas mempengaruhi secara simultan keputusan menginap.

2. Kriteria kesimpulan

Apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$ dengan signifikansi kurang dari 0,05 maka H_a diterima, H_0 ditolak, ataupun sebaliknya.