

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Jenis dan Sumber Data

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah di atas, penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif atau penelitian lapangan. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Disebut penelitian kuantitatif di karenakan data penelitian berupa angka-angka dan menggunakan analisis statistik.¹ Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari responden atau objek yang diteliti atau ada hubungannya dengan objek yang diteliti.² Data tersebut bisa langsung diperoleh dari lapangan. Adapun sebagai data primer dalam hal ini dilakukan dengan melalui wawancara langsung dengan manejer atau karyawan hotel Isid Darussalam Gontor Ponorogo.

Sedangkan data sekunder adalah data yang diperoleh dari kantor, buku (kepuustakaan) atau pihak-pihak lain yang memberikan data yang erat kaitannya dengan objek dan tujuan yang diteliti.³ Adapun data yang dimaksud adalah berupa dokumen hetel Isid, profil Isid, dan struktur organisasi Isid.

3.2. Populasi dan Sampel

¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif R&D*, Bandung: Alfabeta, 2008, hlm. 7

² Muhammad, *Metodologi Pendekatan Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada

³ Bugis Burhan, *Metodologi Penelitian Kuantitatif Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Public Ilmu-Ilmu Sociallainnya*, Jakarta: Kencana, 2005, hlm 119

3.2.1. Populasi

Populasi adalah keseluruhan subyek penelitian. Populasi juga berarti wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.⁴ Adapun populasi yang dijadikan dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen Hotel ISID yaitu 257 orang rata-rata per tahun.⁵

3.2.2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Adapun penulis menetapkan sampel penelitian berdasarkan rumus Solvin, yaitu:

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

Keterangan :

n : ukuran sampel

N : besarnya populasi

E : nilai kritis (batas ketelitian) yang diinginkan (persen kelonggaran) ketidaktelitian karena kesalahan penarikan sampel.⁶

$$n = \frac{257}{1 + (257 \cdot E^2)}$$

⁴ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Jakarta: PT Rineka Cipta, 1991, Cet 7, hlm. 102

⁵ Wawancara dengan Yusuf Aditiya karyawan Hotel Isid, 29 Desember 2013

⁶ Siti Sendari, *Pengaruh Atribut Produk dan Pelayanan Islami Terhadap Minat Menabung Studi Kasus Pada BMT Artha Salsabil Ngaliyan Semarang*, Skripsi, Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam, IAIN Walisongo Semarang, 2013, hlm. 30

$$257 \cdot (0.1)^2 + 1$$

$$n = \frac{257}{3,57}$$

=71,9 orang dibulatkan menjadi 72 orang.

Metode penelitian ini menggunakan *sampling Insidental*, merupakan teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan,⁷ yaitu siapa saja yang menginap di Hotel ISID Darussalam Gontor Ponorogo.

3.3. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, metode pengumpulan data yang digunakan penulis adalah:

3.3.1. Observasi

Metode observasi atau pengamatan langsung adalah kegiatan pengumpulan data dengan melakukan penelitian langsung terhadap kondisi lingkungan obyek penelitian yang akan mendukung kegiatan penelitian sehingga didapat penelitian secara jelas tentang kondisi obyek penelitian tersebut.⁸

3.3.2. Wawancara

⁷ Sugiyono, *Op. Cit*, hlm, 85

⁸ *Ibid*, hlm. 145

Wawancara, digunakan sebagai teknik mengumpulkan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit kecil. Wawancara ini dilakukan untuk memperoleh data yang belum bisa diperoleh dari dokumen. Dalam hal ini penulis melakukan wawancara dengan karyawan Hotel ISID Gontor Ponorogo.

3.3.3. Kuesioner

Kuesioner (angket) merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.⁹ Metode ini digunakan untuk memperoleh data konsumen yang menginap di hotel Isid Gontor Ponorogo.

3.3.4. Dokumentasi

Dokumentasi yaitu mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, notulen rapat dan sebagainya.¹⁰ Setelah data terkumpul dari pengumpulan data, maka perlu segera diolah oleh peneliti. Dalam hal ini peneliti ingin mendapatkan data tentang pengaruh kualitas pelayanan dan citra

⁹*Ibid*, hlm. 142

¹⁰Suharsimi Arikunto, *op cit*, hlm. 274

pesantren terhadap minat beli konsumen di Hotel ISID Gontor Ponorogo.

3.4. Variabel Operasional

Agar penelitian ini dapat dilakukan sesuai yang diharapkan, perlu dipahami unsur- unsur yang menjadi dasar dari suatu penelitian ilmiah, yaitu: konsep, variabel, sub variabel, dan indikator empirik. Dalam penelitian ilmiah, suatu konsep akan dijabarkan kembali kedalam suatu bentuk yang dapat dipahami dan diuji tingkat validitas dan reliabilitasnya. Agar konsep tersebut dapat diteliti secara empirik perlu dioperasionalkan dengan cara mengubah dan menjabarkannya menjadi suatu variabel atau sub variabel. Adapun variabel, definisi operasional variabel dan indikator penelitian, disajikan dalam tabel berikut:

Variable	Defenisi	Indikator	Skala pengukuran
Pelayanan	Menurut Parasuraman, sebagaimana yang dikutip oleh Rahman EL Junusi, kualitas pelayanan adalah merupakan suatu konsep yang tepat	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Bukti langsung (<i>Tangible</i>) ▪ Daya tangkap (<i>Responsiveness</i>) ▪ Perhatian (<i>Empathy</i>) 	

	mewakili inti dar kinerja suatu jasa atau keseluruhan kesan konsumen terhadap jasa yang ditawarkan. ¹¹		
Citra	Cira merupakan penghargaan yang didapat oleh perusahaan kerana adanya keunggulan-keunggulan yang ada pada perusahaan tersebut, seperti kemampuan yang dimiliki perusahaan, sehingga perusahaan akan terus dapat menciptakan kebutuhan konsumen. ¹²	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Atribut produk ▪ Kredibilitas perusahaan ▪ Nilai dan program 	

¹¹ Rahman EL Junusi, *Strategi Membangun Kemitraan Melalui Atribut Produk Islam dan Kualitas Pelayanan Dengan Pendekatan Syaria'ah Marketing*, Semarang, Economica Edisi II, 2011, hlm 3

¹² Rambat Lupiadi, *Op.cit*, hlm. 179

Minat membeli	Minat merupakan kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu; gairah; keinginan. Minat adalah perhatian; kesukaan; kecenderungan hati. ¹³	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Ketertarikan. ▪ Memiliki keyakinan. ▪ Keinginan.¹⁴ 	
---------------	---	---	--

Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam penelitian, fenomena sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya di sebut sebagai variabel penelitian.

Dengan skala likert, maka variabel penelitian yang akan di ukur di jabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut di jadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrument yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan. Jawaban setiap item intrument yang menggunakan skala likert memiliki gradasi dari yang sangat positif hingga sampai sangat negatif, yang dapat berupa kata-kata antara lain :

1. Sangat Setuju (SS) skor 5
2. Setuju (S) skor 4
3. Netral (N) skor 3

¹³ Andre Martin, *Kamus Besar Bahasa Indonesia Millennium*, Surabaya: Karina, hlm 387

¹⁴Kusuma Yanuar Zonna *Analisis Kualitas Pelayanan, Nilai Pelanggan dan Citra Perusahaan Terhadap Minat Beli*.Semarang: Skripsi Universitas Diponegoro, 2011, hlm. 28

- | | |
|------------------------|--------|
| 4. Tidak Setuju (TS) | skor 2 |
| 5. Sangat Tidak Setuju | skor 1 |

3.5. Teknis Analisis Data

Analisis data dilakukan dengan analisis kuantitatif yang menggunakan uji statistik. Analisis yang dilakukan terhadap data ini menggunakan teknik analisis statistik.

3.5.1 Uji Validitas

Uji validitas adalah ketepatan atau kecermatan suatu instrumen dalam mengukur apa yang ingin diukur.¹⁵ Prinsip validitas adalah pengukuran atau pengamatan yang berarti prinsip keandalan instrumen dalam mengumpulkan data. Instrumen harus dapat mengukur apa yang seharusnya diukur. Tinggi rendah validitas suatu angket atau kuesioner dihitung dengan menggunakan metode *Pearson's Product Moment Correlation*, yaitu dengan menghitung korelasi antara skor item pertanyaan dengan skor.

Kemudian perhitungan ini akan dilakukan dengan menggunakan program (SPSS), nilai r yang diperoleh dibandingkan dengan nilai r yang ada ditabel dengan taraf signifikansi ($\alpha = 5\%$) dalam pengujian validitas dikatakan valid apabila r hitung $>$ r tabel.¹⁶

¹⁵Sugiyono, *op cit*, hlm. 142

¹⁶Suharya Dipurwanto S.K, *Statistika Untuk Ekonomi dan Keuangan Modern*, Jakarta: PT Salemba Empat Patria, 2008, hlm. 461

3.5.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah kesamaan hasil pengukuran atau pengamatan bila fakta atau kenyataan hidup tadi diukur atau diamati berkali-kali. Kemudian untuk menentukan reliabilitas bisa dilihat dari nilai *alpha*. Jika nilai *alpha* lebih besar dari nilai *r* tabel maka bisa dikatakan reliabel. Ada juga yang berpendapat reliabel jika nilai $r > 0,06$.¹⁷

3.6. Uji Asumsi Klasik

3.6.1. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian.

Dasar analisis:

- a. Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang) melebar kemudian menyempit, maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.
- b. Jika tidak ada pola yang jelas serta titik menyebar diatas dan dibawah angka nol pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.¹⁸

3.6.2. Uji Normalitas

Uji Normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai

¹⁷ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, Yogyakarta : Rineka Cipta, 1996, hlm.137

¹⁸ Muhammad Nisfiannoor, *Pendekatan Statistika Modern Untuk Ilmu Sosial*, Jakarta:Salemba Humanika, 2009, hlm. 92

distribusi normal atau tidak.¹⁹ yakni distribusi data dengan bentuk lonceng (*bell shaped*). Data yang baik adalah data yang mendekati distribusi normal, yakni distribusi data tersebut tidak menceng ke kiri atau ke kanan.

Uji normalitas juga dapat diuji melalui *normal probability plot*. Apabila grafik menunjukkan penyebaran data yang berada di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal maka model regresi tersebut memenuhi asumsi normalitas.²⁰

3.6.3. Uji Autokorelasi

Uji Autokorelasi adalah pengujian yang dilakukan untuk menguji suatu model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pada $t-1$ (sebelumnya). Untuk mendeteksi terjadinya autokorelasi atau tidak dalam suatu model regresi dilakukan dengan melihat statistic Durbin Wiston (DW).²¹

3.6.4. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Dalam model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas. Jika variabel bebas saling berkorelasi, maka variabel-

¹⁹Abdul jamil, *Analisis Pengaruh Spiritual Marketing Terhadap Minat Konsumen (Studi Kasus di Perusahaan BUYA Air Minum Jl. KHM. Arwani Singopadon Singocandi Kudus)*, Skripsi, Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam, 2012, hlm. 55

²⁰ Singgih Santoso, *Statistik Multivariat*, Jakarta : PT Elex Media Komputindo, 2010, Hlm. 43

²¹ Imam Ghojali, *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program SPSS*, Semarang : Badan Penerbit Undip, 2005. Hlm,45

variabel ini tidak ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel bebas yang nilai korelasi antar sesamanya sama dengan nol.

Multikolonieritas dapat dilihat dari *Tolerance* dan lawannya yaitu *Variance InflationFactor* (VIF). *Tolerance* mengukur variabilitas variabel bebas terpilih yang tidak dijelaskan oleh variabel bebas lainnya. Nilai yang umum dipakai untuk menjelaskan adanya multikolonieritas adalah nilai $Tolerance < 0,10$ atau sama dengan nilai $VIF > 10$.

3.7. Uji Hipotesis

3.7.1. Uji Pengaruh Simultan (t test)

Untuk mengetahui apakah variabel independen secara bersamaan-sama atau simultan mempengaruhi variabel dependen.

- a) Apabila t_{hitung} lebih kecil dari t_{tabel} maka H_0 diterima, artinya masing-masing variabel kualitas pelayanan dan citra pesantren tidak berpengaruh signifikan terhadap minat konsumen Hotel Isid.
- b) Apabila t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya masing-masing variabel kualitas pelayanan dan citra pesantren berpengaruh signifikan terhadap minat konsumen Hotel Isid.

3.7.2. Uji Parsial F (test)

Untuk mengetahui apakah pengaruh antara dua variabel independen terhadap variabel dependen.

a) Apabila F_{hitung} lebih kecil dari F_{tabel} maka keputusannya menerima hipotesis nol (H_0), artinya variabel kualitas pelayanan dan citra pesantren tidak berpengaruh signifikan terhadap minat konsumen Hotel Isid. Apabila F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} maka keputusannya menolak hipotesis nol (H_0) dan menerima hipotesis alternatif (H_a), artinya variabel kualitas pelayanan dan citra pesantren berpengaruh signifikan terhadap minat konsumen Hotel Isid.

3.7.3. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah diantara nol dan satu. Nilai koefisien determinasi yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel independen. Secara umum koefisien determinan unttuk data silang relatif rendah karena adanya variasi yang besar antaramasing-masing pngamatan, sedangkan untuk data tuntun waktu biasanya mempunyai nilai koefisien determinasi yang tinggi. Untuk menjelaskan aplikasi dengan menggunakan program spss.²²

²² Yudhi Wicaksono, *Aplikasi Excel dalam Menganalisis Data*, Jakarta:PT Elex Media Komputindo, 2006, hlm. 119

3.7.4. Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi berganda digunakan untuk mengetahui kualitas pelayanan (X1), citra pesantren (X2), terhadap minat konsumen (Y) Hotel ISID. Untuk mempermudah dan menghemat waktu maka dalam penelitian ini dibantu dengan program SPSS dalam proses penghitungannya.

$$\text{Rumus : } \hat{Y} = a + b_1x_1 + b_2 x_2 + e.^{23}$$

Dimana :

Y = variabel dependen (minat konsumen)

X1 = variabel independen (kualitas pelayanan)

X2 = variabel independen (citra pesantren)

a = nilai konstanta

b = Koefisien regresi

e = Kesalahan prediksi

²³ Haryadi Sarjono. Winda Julianita, *SPSS vs LISREL Sebuah Pengantar Aplikasi untuk Riset*, Jakarta: Salemba, 2001. hlm .91