

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### A. Obyek / Subyek Penelitian

Obyek dalam penelitian ini adalah Goa Jlamprong yang berada di Desa Mojo, Gunung Kidul Yogyakarta dan Subyek dalam penelitian ini adalah seluruh wisatawan yang pernah berkunjung ke Goa Jlamprong.

#### B. Jenis Data

Jenis data yang akan diperoleh dari data ini adalah data Primer. Dalam penelitian ini data Primer diperoleh langsung dari jawaban responden di lapangan mengenai pertanyaan (kuesioner) yang dibagikan.

#### C. Teknik Pengambilan Sampel dan Populasi

##### 1. Sampel

Pada penelitian ini teknik pengambilan sampel menggunakan metode *non probably sampling* yaitu dengan teknik *purposive sampling*, pengertian *purposive sampling* yaitu teknik pengambilan sampel dengan pertimbangan tertentu dan cocok digunakan dalam penelitian kualitatif.

Menurut Margono (2004), pemilihan sekelompok subjek dalam *purposive sampling*, didasarkan atas ciri-ciri tertentu yang dipandang mempunyai sangkut paut yang erat dengan ciri-ciri populasi yang sudah diketahui sebelumnya.

Dengan kata lain unit sampel yang dihubungi disesuaikan dengan kriteria-kriteria tertentu yang diterapkan berdasarkan tujuan penelitian.

Kriteria dalam pengambilan sampel yaitu : Responden yang dipilih yaitu seluruh Wisatawan dari Yogyakarta yang pernah melakukan kunjungan atau melakukan kegiatan *Caving* (susur goa) di Goa Jlamprong.

## 2. Populasi

Menurut Arikunto (2010) Populasi adalah keseluruhan subjek penelitian. Penelitian ini menggunakan seluruh Wisatawan yang berasal dari Yogyakarta, baik itu mahasiswa maupun masyarakat umum, data responden.

### **D. Teknik Pengumpulan Data**

Penyebaran kuisisioner dilakukan dengan cara bertemu langsung dengan responden, Kuisisioner ini berisi item-item pertanyaan sebagai penjabaran dari indikator-indikator variabel. Kuisisioner berisi tentang pertanyaan yang mengenai variabel penelitian.

### **E. Definisi Operasional Variabel Penelitian**

Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya, Sugiyono (2010). Variabel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Variabel Independen adalah merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen

(terikat). Sugiyono (2010). Dalam penelitian ini variabel independen adalah Bauran Pemasaran (X1), Psikologi Konsumen (X2), Lingkungan Sosial (X3)

2. Sugiyono (2010) menyatakan bahwa Variabel Dependen adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Dalam penelitian ini variabel dependen adalah Keputusan Pembelian (Y)

Tabel 3.1 Definisi operasional

Variabel	Definisi Operasional	Indikator
Bauran Pemasaran (X1)	(Menurut Effendi 2006) Bauran pemasaran adalah suatu kumpulan alat-alat yang dapat digunakan oleh manajemen untuk mempengaruhi penjualan.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Produk</li> <li>- Harga</li> <li>- Tempat</li> <li>- Promosi</li> </ul>
Faktor Psikologi (X2)	(Kotler & Amstrong (2008) mengatakan bahwa pilihan atau keputusan pembelian konsumen dipengaruhi oleh empat faktor psikologis utama: yaitu motivasi, persepsi, pembelajaran, serta kepercayaan dan sikap.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Motivasi</li> <li>- Persepsi</li> <li>- Pembelajaran</li> <li>- Keyakinan &amp; sikap</li> </ul>
Lingkungan Sosial (X3)	(Menurut Blackwel, Best dan Motherbaugh 2007) Perilaku seseorang dipengaruhi oleh faktor – faktor sosial, meliputi kelompok referensi, pembuat keputusan keluarga, peran dan status.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Keluarga</li> <li>- Kelompok</li> <li>- Situasional</li> <li>- Budaya</li> </ul>
Keputusan Pembelian (Y)	(Menurut Lamb, Hair, McDaniel, 2001) proses pengambilan keputusan pembelian konsumen yidak bias terjadi dengan sendirinya, sebalikna masalah kebudayaan, sosial, individu dan psikologis secara kuat mempengaruhi keputusan tersebut.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Tujuan membeli</li> <li>- Keamanan</li> <li>- Kemudahan</li> <li>- Kualitas produk</li> </ul>

Dalam hal ini penulis akan memberikan pertanyaan dengan 5 alternatif jawaban yang harus dipilih salah satu jawaban saja. Untuk mempermudah penilaian jawaban, penulis akan memberikan nilai dari setiap pilihan jawaban pertanyaan yaitu nilai 5 untuk jawaban yang positif dan nilai 1 untuk jawaban yang sangat negatif. Maka bentuk penilaiannya sebagai berikut. Penilaian untuk masing-masing variabel adalah sebagai berikut.

1. Jawaban SS (Sangat setuju) diberi nilai 5
2. Jawaban S (Setuju) diberi nilai 4
3. Jawaban N (Netral) diberi nilai 3
4. Jawaban TS (Tidak Setuju) diberi nilai 2
5. Jawaban STS (Sangat Tidak Setuju) diberi nilai 1

## **F. Uji Kualitas Instrumen dan Data**

### **1. Uji Validitas**

Menurut Supardi (2005) Validitas dinyatakan sejauh mana data yang ditampung untuk mengukur apa yang diukur ke tingkat validannya dalam penelitian. Dalam pengujiannya melakukan uji skala pengukur pada sejumlah responden, minimal 30 orang maka distribusi skor akan lebih mendekati kurve normal. Lalu mempersiapkan tabulasi jawaban. Dalam menghitungnya antara masing-masing pernyataan dengan skor total dengan rumus korelasi *product moment*, sebagai berikut, Supardi (2005):

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

$r_{xy}$  = koefisien korelasi sederhana antara skor x dengan skor y

N = Jumlah responden

X = Skor tiap item

Y = Skor total

XY = Skor item x skor total

Sugiyono (2010) Mengemukakan bahwa untuk mengetahui suatu instrumen penelitian, bila harga korelasi setiap item instrumen  $< 0.3$ , maka dapat disimpulkan bahwa butir instrumen itu tidak valid, namun jika nilai korelasi  $> 0.3$  maka disimpulkan bahwa butiran instrumen itu valid.

## 2. Uji Reliabilitas

Menurut Supardi (2005) Reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu hasil pengukuran relatif konsisten apabila pengukuran diulang dua kali atau lebih. Pengukuran reliabilitas didasarkan pada indeks numerik yang disebut koefisien. Dalam penelitian pengujian kualitas data yang sering dilakukan adalah uji reliabilitas untuk reliabilitas konsistensi internal.

Menurut Ghozali (2005) Dikatakan reliabilitas jika *Cronbach Alpha*  $> 0,7$ . Indikator pertanyaan dikatakan reliabel dengan melihat korelasi bivariante pada output *Cronbach Alpha* pada kolom *correlated item total*. Pengujian reliabilitas instrumen diolah menggunakan program software IBM SPSS Statistik 17.

## **G. Uji Hipotesis dan Analisis Data**

### 1. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif adalah transformasi data lengkap yang mudah dipahami atau diinterpretasi. Analisis dalam penelitian ini berguna untuk menganalisis data yang didapatkan dari responden.

### 2. Analisis Linear Berganda

Penelitian ini menggunakan Analisis Regresi Berganda untuk memecahkan permasalahan dalam penelitian, Menurut Ghozali (2006) analisis regresi linear berganda ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel.

Sugiyono (2010) mengemukakan analisis regresi linier berganda digunakan untuk melakukan prediksi, bagaimana perubahan nilai variabel dependen bila nilai variabel independen dinaikan atau diturunkan nilainya.

Analisis ini digunakan dengan melibatkan dua atau lebih variabel bebas antara variabel dependen (Y) dan variabel independen (X1, X2, dan X3), cara ini digunakan untuk mengetahui kuatnya hubungan antara beberapa variabel bebas secara serentak terhadap variabel terkait dan dinyatakan dengan rumus. Sugiyono (2010) merumuskan analisis regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3$$

Keterangan:

$Y = \text{Cash dividend}$ .

$\beta_1$  = Koefisien regresi berganda variabel independen  $X_1$  terhadap variabel  $Y$ , bila variabel  $X_2$  dan  $X_3$  dianggap konstan.

$\beta_2$  = Koefisien regresi berganda variabel independen  $X_2$  terhadap variabel  $Y$ , bila variabel  $X_1$  dan  $X_3$  dianggap konstan.

$\beta_3$  = Koefisien regresi berganda variabel independen  $X_3$  terhadap variabel  $Y$ , bila variabel  $X_1$  dan  $X_2$  dianggap konstan.

$X_1$  = Bauran Pemasaran yang merupakan variabel independen ke-1.

$X_2$  = Faktor psikologi yang merupakan variabel independen ke-2.

$X_3$  = Faktor Lingkungan yang merupakan variabel independen ke-3.

### 3. Uji Hipotesis

#### a. Uji Simultan (Uji statistik F)

Menurut Ghozali (2006) Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat.

Untuk menguji kedua hipotesis ini digunakan uji statistik F:

- a. Taraf signifikan  $\alpha = 0,05$
- b. Kriteria pengujian dimana  $H_0$  diterima apabila  $p \text{ value} < \alpha$  dan  $H_0$  ditolak apabila  $p \text{ value} > \alpha$ .

b. Uji Signifikansi (Uji statistik t)

Menurut Ghozali (2006) uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen.

Pengujian dilakukan dengan menggunakan signifikan level 0,05 ( $\alpha=5\%$ ).

Penerimaan atau penolakan hipotesis dilakukan dengan kriteria:

- a. Jika nilai signifikan  $> 0,05$  maka hipotesis ditolak (koefisien regresi tidak signifikan). Ini berarti secara parsial variabel independen tidak mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.
- b. Jika nilai signifikan  $\leq 0,05$  maka hipotesis diterima (koefisien regresi signifikan). Ini berarti secara parsial variabel independen tersebut mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

c. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi dalam regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui presentase sumbangan pengaruh variabel independen secara serentak terhadap variabel dependen. Apabila nilai koefisien determinasi dalam model regresi semakin kecil (mendekati nol) menandakan kemampuan variabel-variabel independen terbatas dalam menjelaskan variabel dependen. Sebaliknya jika nilai yang mendekati satu (100%), maka variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen (Ghozali, 2006).