

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan kualitatif dengan jenis penelitian eksplanatory (*eksplanatory research*) yaitu meneliti keterkaitan antar variabel bebas dan variabel terikat. Penelitian ini merupakan penelitian lapangan atau *field research*.

Penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif dengan tujuan untuk menguji hipotesis. (Sugiono, 2013:13).

B. Objek dan Lokasi Penelitian

Objek utama dalam penelitian ini adalah tentang Pengaruh Komunikasi Pemasaran Terpadu Terhadap Kunjungan Wisatawan DomestikDomestik pada Wisata Pantai Sari Ringgung di Pesawaran Lampung Selatan. Adapun lokasi penelitian ini dilaksanakan di Pantai Sari Ringgung di Pesawaran Lampung Selatan.

C. Metode Penelitian

Metode penelitian adalah cara ilmiah untuk mendapatkan data yang valid dengan tujuan dapat ditemukan, dikembangkan, dan dibuktikan, suatu pengetahuan tertentu sehingga pada gilirannya dapat digunakan untuk memahami, memecahkan, dan mengantisipasi masalah (Sugiyono, 2013:5). Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah *eksplanatory survey* yaitu suatu survey yang digunakan untuk menjelaskan hubungan kausal antara dua variabel melalui pengujian hipotesis yang dirumuskan atau sering disebut sebagai penelitian penjelas.

Menurut Sugiyono (2013:11) metode survey digunakan untuk mendapatkan data dari tempat tertentu yang alamiah (bukan buatan), tetapi peneliti melakukan perlakuan dalam mengumpulkan data misalnya dengan mengedarkan kuesioner, test, wawancara terstruktur dan sebagainya (perlakuan tidak seperti dalam eksperimen).

1. Operasional Variabel Penelitian

Operasional variabel disini menjelaskan keterkaitan antar variabel – variabel penelitian dengan tujuan memberikan kesimpulan mengenai batasan serta ruang lingkup penelitian. Berikut variabel yang dianalisis meliputi :

a. Variabel Independent (X)

Dikenal juga dengan nama lain variabel *stimulus*, *prediktor*, *antecedent*. Namun kita sering menyebutnya sebagai variabel bebas, variabel ini menjadi variabel yang mempengaruhi munculnya variabel terikat (dependen).

Variabel independen pada penelitian kali ini adalah :

1) Periklanan (Advertising) (X₁)

- a) Definisi konseptual : periklanan adalah pesan yang bersifat mendorong pembelian produk yang ditawarkan.
- b) Definisi operasional : periklanan adalah pesan yang bersifat mendorong pembelian produk yang ditawarkan dengan indikator pesan, dorongan, dan penawaran yang diukur menggunakan kuisioner melalui pedoman skala *likert* dan diberikan kepada seluruh pengunjung wisata pantai Pantai Sari Ringgung.

2) Promosi Penjualan (X₂)

- a) Definisi konseptual : promosi penjualan adalah komunikasi dalam bentuk pemberian insentif guna mengundang pembelian atau uji coba.
- b) Definisi Operasional : promosi penjualan adalah komunikasi dalam bentuk pemberian insentif guna mengundang pembelian atau uji coba dengan indikator komunikasi, undangan, dan pembelian uji coba yang diukur menggunakan kuisioner melalui pedoman skala *likert* dan diberikan kepada seluruh pengunjung wisata pantai Pantai Sari Ringgung.

b. Variabel Dependent (Y)

Variabel dependent memiliki sebutan lain yaitu, variabel output, criteria, konsekuen. Namun lebih akrab kita kenal dengan sebutan variabel terikat, yang menjadi variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas(independen).

Variabel bebas pada penelitian ini yaitu :

Kunjungan wisatawan Domestik (Y)

- 1) Definisi konseptual : Kunjungan wisatawan adalah keputusan yang diambil oleh pengunjung pariwisata untuk mengatasi permasalahan yang dihadapi

dengan menggunakan atau memanfaatkan segala macam informasi yang diketahui dan kemudian menilai berbagai alternatif yang bisa dipilih.

- 2) Definisi operasional : Kunjungan wisatawan adalah keputusan yang diambil oleh pengunjung pariwisata untuk mengatasi permasalahan yang dihadapi dengan menggunakan atau memanfaatkan segala macam informasi yang diketahui dan kemudian menilai berbagai alternatif yang bisa dipilih dengan indikator keputusan, informasi, dan alternatif uji coba yang diukur menggunakan kuisisioner melalui pedoman skala *likert* dan diberikan kepada seluruh pengunjung wisata pantai Pantai Sari Ringgung.

Tabel 3 Kisi – kisi angket kuesioner

Variabel	Indikator	Butir Pertanyaan
Periklanan (X ₁)	a. Pesan b. Dorongan c. Penawaran	1,2,3,4, 5,6, 7, 8,9,10,11,12,13 14,15,16,17,18,19,20
Promosi penjualan (X ₂)	a. Komunikasi b. undangan c. pembelian uji coba	1,2,3, 4,5,6,7, 8,9,10,11,12,13,14,15 16,17,18,19,20
Kunjungan Wisatawan Domestik (Y)	a. Keputusan b. Informasi c. Alternatif	1,2,3,4,5,6, 7,8,9,10,11,12,13,14,15, 16,17,18,19,20

D. Populasi dan Sampel

a. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas : obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang dipelajari oleh peneliti kemudian dapat ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2011: 80). Sedangkan menurut Arikunto (2014: 173) Populasi adalah keseluruhan subjek penelitian yang terdiri dari himpunan unit, misalkan orang, kejadian, atau segala sesuatu yang mempunyai karakteristik tertentu.

Untuk memberikan batasan ideal populasi, dibuatlah unit analisis dan unit observasi yang telah ditetapkan. Unit analisis adalah satuan yang menjadi sumber data, sedangkan unit observasi adalah satuan dimana sumber data tersebut diperoleh. Populasi dalam penelitian ini adalah pengunjung wisata pantai sari ringgung di Kabupaten Pesawaran yang jumlahnya tidak dapat diprediksikan.

b. Sampel

Sampel adalah sebagian atau wakil dari populasi yang di teliti (Arikunto, 2014: 109). Dalam populasi yang tidak dapat ditentukan jumlahnya atau tidak terhitung maka pemilihan pengambilan sampel yang akan diteliti adalah menggunakan teknik accidental sampling. Penentuan sampel dengan teknik accidental sampling adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan/ secara insidental bertemu dengan peneliti (Sugiyono, 2014). Sebanyak 73 wisatawan di Pantai Sari Ringgung yang secara langsung bertemu dengan peneliti pada melakukan penelitian akan dijadikan sampel dalam penelitian ini.

Beberapa alasan pengambilan sampel adalah :

- a. Kemampuan peneliti dilihat dari waktu, tenaga, dan biaya,
- b. Sempit luasnya wilayah pengamatan dari setiap subjek, karena hal ini menyangkut banyak sedikitnya data,
- c. Lebih mudah dalam penyebaran angket karena sudah ditentukan jumlahnya.

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan non *probability sampling* karena peluang unit populasi untuk menjadi sampel tak dapat diperhitungkan kesempatannya, atau dengan kata lain tiap unit memiliki kesempatan yang tak dapat ditentukan untuk menjadi sampel.

c. Skala Pengukuran

Menurut Riduwan dan Akdon (2010: 16) Skala *Likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi responden tentang fenomena sosial yang terjadi. Dalam skala *Likert*, variabel yang diukur akan dijabarkan menjadi indikator variabel dan dijadikan titik tolak untuk menyusun item – item instrumen yang berupa pernyataan maupun pertanyaan. Adapun jawaban dari setiap item instrumen dari skala Likert yaitu dengan memberikan skor atau nilai pada setiap jawaban dengan pilihan sebagai berikut :

Tabel 4 Skala *Likert*

Indikator	Nilai
a. Sangat Setuju (SS)	5
b. Setuju (S)	4
c. Ragu - Ragu (RR)	3
d. Tidak Setuju (TS)	2
e. Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber: Riduwan dan Akdon (2010:16)

E. Teknik Pengumpulan Data

Berikut ini adalah teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini :

1. Library Research

Library research atau penelitian pustaka adalah serangkaian kegiatan pengumpulan data yang dilakukan melalui penelaahan terhadap buku, literatur, dan catatan yang ada di perpustakaan.

2. Field Research

Field research atau penelitian lapangan adalah serangkaian kegiatan pengumpulan data yang dilakukan secara langsung berdasarkan temuan yang ada di lapangan:

a. Observasi

Peneliti melakukan pengamatan terhadap suatu objek dengan menggunakan seluruh alat indra. Pengamatan ini dapat dilakukan untuk mengetahui aspek kejiwaan yang ingin teliti.

b. Kuesioner

Peneliti memberikan beberapa pertanyaan yang dapat berupa pertanyaan tertulis kepada pelanggan mengenai pengaruh variabel periklanan (X_1), promosi penjualan (X_2), dan Kunjungan Wisatawan Domestik(Y) untuk mengetahui Kunjungan Wisatawan Domestik di pantai sari ringgung.

c. Wawancara

Wawancara dilakukan untuk memperoleh informasi dari terwawancara (*interviewer*) dengan pengamatan langsung ke lapangan. Wawancara ini dilakukan dengan sesi tanya jawab kepada pengunjung wisata pantai sari ringgung di Kabupaten Pesawaran.

d. Correspondence

Korespondensi adalah metode pengumpulan data dengan dengan cara mengumpulkan jawaban responden yang diterima dari penyebaran angket kuisisioner.

F. Pengujian Persyaratan Instrumen

Uji instrumen digunakan dengan tujuan memudahkan penelitian sehingga hasil yang diteliti menjadi lebih baik, sistematis, dan lebih mudah diolah. Dalam

penelitian ini peneliti menggunakan instrumen atau alat yang dibuat sesuai dengan pengukuran data tentang jawaban dari setiap responden. Uji instrumen dilakukan bersamaan dengan penelitian sampel.

1. Uji Validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat – tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrumen (Arikunto, 2014: 211). Suatu instrumen dikatakan baik apabila mempunyai kevalidan data dari variabel yang diteliti sehingga peneliti memperoleh validias logis dan validitas instrumen yang sudah disusun berdasarkan pengalamannya.

Dengan pengujian tersebut maka akan didapatkan tingkat *validitas empiris*. Untuk melalukan pengujian empiris tersebut peneliti mencobakan instrumen tersebut pada data penelitian.

2. Uji Reliabilitas

Istilah reliabilitas menunjuk pada satu pengertian suatu instrumen cukup dapat dipercaya atau stabil dan konsisten yang digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen yang sudah baik (Arikunto, 2014: 221). Suatu instrumen dikatakan baik apabila tidak bersifat tendensius yang mengarahkan responden memilih jawaban–jawaban tertentu. Pengukuran reliabilitas pada penelitian ini menggunakan rumus *Alpha Cronbach*, dimana semakin tinggi koefisien maka instrumen pengukurannya semakin baik. Menurut Arikunto (2014: 239) rumus *Alpha Cronbach* adalah sebagai berikut :

$$r_{11} = \left(\frac{k}{(k-1)} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma b^2}{\sigma t^2} \right) \dots\dots\dots(1)$$

Dimana :

- r_{11} : reabilitas instrumen/koefisien reliabilitas
- k : banyaknya butir pertanyaan atau banyaknya soal
- $\sum \sigma b^2$: jumlah varian butir
- σt^2 : varian total

Jika nilai $r > 0,60$ disebut reliabel. Jika koefisien korelasinya lebih tinggi maka instrumen tersebut semakin reliabel. Pengujian validitas dan reliabilitas instrument dilakukan dengan bantuan program SPSS (*Statistic Product and Service Solution*) 25 for windows.

G. Pengujian Persyaratan Analisis

Setelah data terkumpul, selanjutnya dianalisis dengan metode statistik. Dalam analisis regresi digunakan untuk mengetahui hubungan fungsional satu atau lebih variabel antara variabel independen dengan variabel dependen atau mendapatkan hubungan positif negatif dari variabel independen terhadap variabel dependen serta memprediksi nilai rata – rata variabel dependen yang didasarkan pada nilai variabel independen yang diketahui.

1. Uji Normalitas

Pengujian normalitas dilakukan dengan bantuan program SPSS (*Statistic Product and Service Solution*) 25 for windows. Uji normalitas sampel bertujuan untuk mengetahui apakah data yang diperoleh dari sampel yang berdistribusi normal. Setelah data dari responden/pembelian tersebut didapat, maka dapat dilakukan pengujian kenormalan dari data tersebut. Langkah – langkah uji normalitas :

- a. Rumus Hipotesis :
 H_0 : Sampel diambil dari populasi berdistribusi normal
 H_a : Sampel diambil dari populasi yang tidak berdistribusi normal
- b. Taraf signifikansi = 5% = 0,05
- c. Rumus Statistik Chi Kuadrat yaitu sebagai berikut :

$$x^2_{hit} = \sum_{i=1}^k \frac{(O_i - E_i)^2}{E_i} \dots\dots\dots(2)$$

Dimana :

x^2 = Distribusi nilai normalitas (Chi Kuadrat)

O_i = Frekuensi yang diobservasi

E_i = Frekuensi yang diharapkan

Untuk menentukan atau mencari O_i (frekuensi observasi) dan E_i (frekuensi yang diharapkan), menggunakan langkah sebagai berikut :

- 1) Membuat daftar distribusi frekuensi
 - a) Menentukan rentang (R) = Data terbesar – data terkecil.
 - b) Menentukan kelas interval (K) = $1 + 3,3 \log n$.
 - c) Menentukan panjang kelas interval (P) = $\frac{R}{K}$

2. Uji Homogenitas

Uji homogenitas dilakukan sebelum peneliti menentukan sampel penelitian. Uji homogenitas dilakukan untuk memastikan bahwa sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini mempunyai varian yang berasal dari populasi yang homogen. Uji homogenitas dilakukan dengan bantuan SPSS 25 yaitu dengan menggunakan uji *Levene (Homogeneity of Variance)*. Adapun langkah – langkah uji homogenitas adalah sebagai berikut :

- a. Menentukan hipotesis
 H_o : data sampel berasal dari populasi yang homogen
 H_a : data sampel dari populasi yang homogen
- b. Menentukan taraf signifikan $\alpha = 0,05$
- c. Menentukan kriteria
 H_o : diterima jika sign (P-value) $> \alpha$
 H_a : diterima jika sign (P-value) $\leq \alpha$
- d. Melakukan perhitungan uji homogenitas dengan uji *Levene (Homogeneity of Variance)* menggunakan bantuan SPSS 25.
- e. Menarik kesimpulan.

3. Uji Linearitas

Uji ini bertujuan mengetahui taraf signifikansi hubungan antar dua variabel yang kemudian dapat digunakan sebagai acuan dalam analisis korelasi maupun regresi linear.

Dasar pengambilan kesimpulan dalam uji linearitas ini adalah apabila nilai $F_{hitung} \leq F_{tabel}$ maka kesimpulannya hubungan antar variabel memiliki sifat yang linear. Kemudian untuk menguji keberartian regresi dasar pengambilan kesimpulannya adalah jika nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ yang dapat disimpulkan hubungan regresi antar variabelnya berarti signifikan.

Dalam menghitung pengujian ini digunakan alat hitung berupa program SPSS 25.

H. Pengujian Model Analisis

1. Regresi Linear Berganda

Regresi linear berganda digunakan untuk mengukur pengaruh antara lebih dari satu variabel bebas terhadap satu variabel terikat. Analisis regresi linear berganda bertujuan untuk mengetahui pengaruh periklanan (X_1), dan promosi

penjualan (X_2) terhadap tingkat kunjungan wisatawan domestik. Adapun persamaan regresi dari penelitian ini adalah :

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e \quad \dots\dots\dots(3)$$

Keterangan :

- Y = Variabel dependen (kunjungan wisatawan domestik)
- a = konstanta
- X_1, X_2 = Variabel independen
- β_1, β_2 = koefisien regresi
- e = pengganggu (*error*)

2. Uji t (pengujian parsial)

Uji *t* digunakan untuk mengetahui seberapa jauh variabel penjelas/independen secara individu mempengaruhi variabel dependen. Berikut nilai t_{hitung} diperoleh dengan rumus :

$$t_{hitung} = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}} \quad \dots\dots\dots(4)$$

Dimana :

- t_{hitung} : nilai *r*
- r* : nilai koefisien korelasi
- n* : jumlah sampel

Kriteria pengujian :

- a. H_0 diterima dan H_a ditolak jika harga $t_{hitung} \leq t_{tabel}$
- b. H_0 ditolak dan H_a diterima jika harga $t_{hitung} > t_{tabel}$

3. Uji F

Uji statistik *F* pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama – sama terhadap variabel dependen. Hipotesis nol (H_0) yang hendak diuji adalah apakah semua parameter dalam model sama dengan nol atau $H_0 : \beta_1, \beta_2 = 0$ yang artinya adalah periklanan (X_1), dan promosi penjualan (X_2) secara simultan tidak berpengaruh terhadap Kunjungan Wisatawan Domestik(*Y*).

Hipotesis alternatifnya (H_a), tidak semua parameter simultan dengan nol, atau $H_0 : \beta_1, \beta_2 = 0$ yang artinya adalah periklanan (X_1), dan promosi penjualan (X_2) secara simultan berpengaruh terhadap Kunjungan Wisatawan Domestik (Y).

- a. Dengan menggunakan nilai probabilitas sign.
 - 1) Jika tingkat signifikansi lebih besar dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa H_0 diterima, sebaliknya H_a ditolak.
 - 2) Jika tingkat signifikansi lebih kecil dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak, sebaliknya H_a diterima.
- b. Dengan membandingkan F hitung dengan tabel
jika harga $F_{hitung} \leq F_{tabel}$ H_0 diterima dan H_a ditolak
jika harga $F_{hitung} > F_{tabel}$ H_0 ditolak dan H_a diterima

4. Determinasi (R^2)

Uji determinasi/R Square adalah teknik analisis yang digunakan untuk mengetahui pengaruh dari variabel bebas/independen terhadap variabel terikat/dependen. Maka dalam uji determinasi pada penelitian ini akan dilakukan pada variabel periklanan (X_1), dan promosi penjualan (X_2), terhadap variabel Kunjungan Wisatawan Domestik (Y). Menurut Riduwan dan Akdon (2010 :125) rumus koefisien determinasi ganda adalah sebagai berikut :

$$KP = r^2 \times 100\% \quad \dots\dots\dots(5)$$

Dimana :

KP : koefisien determinasi ganda

r : nilai koefisien korelasi

Nilai r bervariasi mulai dari 0 – 1 , yang berarti jika $r = 1$ maka variabel bebas/independen memberikan pengaruh terhadap variabel terikat/dependen, namun jika $r = 0$ maka variabel bebas tidak memberikan pengaruh terhadap variabel terikat. Jika r semakin tinggi atau mendekati 1, maka model yang digunakan akan semakin baik.

I. Hipotesis Statistik

Keputusan dari uji hipotesis ini dibuat berdasarkan pengujian hipotesis nol, dengan berarti tidak berharap adanya perbedaan antara sampel dan populasi atau statistik dan parameter. Ini adalah pengujian untuk menjawab pertanyaan yang mengasumsikan hipotesis nol yang benar adalah:

- a. Pengujian pengaruh X_1 dan Y
- $H_0 : \beta_1 \leq 0$: tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara periklanan (X_1) terhadap Kunjungan Wisatawan Domestik (Y).
- $H_a : \beta_1 > 0$: terdapat pengaruh yang signifikan antara periklanan (X_1) terhadap Kunjungan Wisatawan Domestik (Y).
- b. Pengujian pengaruh X_2 dan Y
- $H_0 : \beta_2 \leq 0$: tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara promosi penjualan (X_2) terhadap Kunjungan Wisatawan Domestik (Y).
- $H_a : \beta_2 > 0$: terdapat pengaruh yang signifikan antara promosi penjualan (X_2) terhadap Kunjungan Wisatawan Domestik (Y).
- c. Pengujian pengaruh X_1, X_2 , dan Y
- $H_0 : \beta_1, \beta_2 \leq 0$: tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara periklanan (X_1), dan promosi penjualan (X_2) terhadap Kunjungan Wisatawan Domestik (Y).
- $H_a : \beta_1, \beta_2 > 0$: terdapat pengaruh yang signifikan antara periklanan (X_1), dan promosi penjualan (X_2) terhadap Kunjungan Wisatawan Domestik (Y).