

Bab III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan yaitu penelitian lapangan (field research) yakni berupa pengamatan secara langsung terhadap obyek yang diteliti dengan tujuan untuk mendapatkan data yang relevan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan metode penelitian analisis kuantitatif, yaitu menggunakan analisis data secara mendalam dalam bentuk angka.

B. Objek Penelitian

Penulis melakukan penelitian pada obyek wisata yang bertempat di Pasar Lama Kota Tangerang dengan mengambil data obyek penelitian dengan judul **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN PROMOSI TERHADAP MINAT WISATAWAN UNTUK BERKUNJUNG KE OBYEK WISATA KOTA TANGERANG” (Study kasus di pasar lama).**

1) Sejarah Singkat Pasar Lama Kota Tangerang

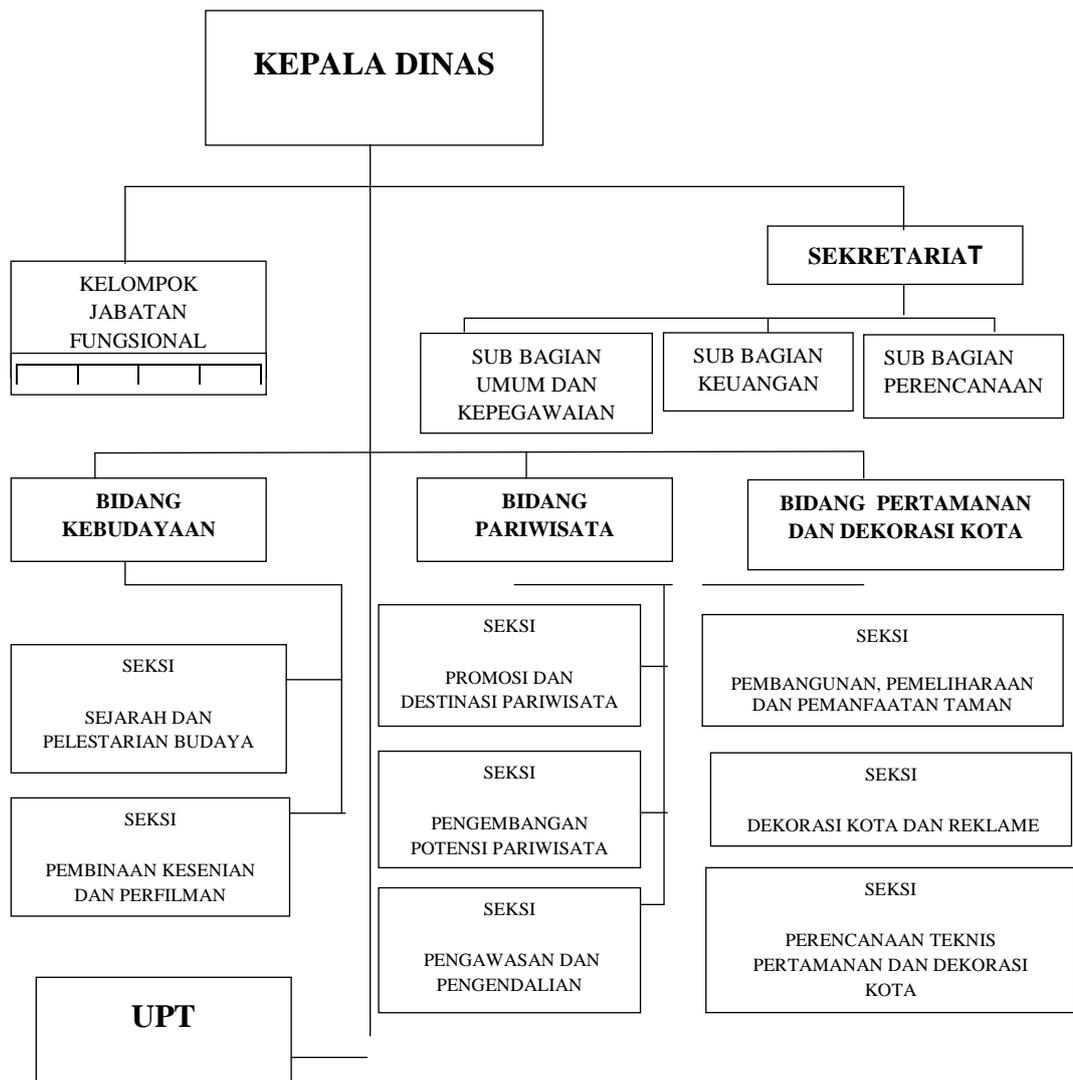
Kota Tangerang berasal dari Bahasa Sunda yang berarti “tanda”. Letak Kota Tangerang sangat strategis berada di antara ibu kota negara DKI Jakarta, Kabupaten Tangerang, Depok dan Bogor. Dengan luas kawasan mencapai 17.730 HA menjadikan kota ini, menjadi kota terbesar di Provinsi Banten dan peringkat tiga terbesar di kawasan Jabodetabek setelah Jakarta . Letak strategis inilah yang menjadikan kota Tangerang, memiliki peluang

- A. bagi pengembangan berbagai bidang kegiatan salah satunya sektor pariwisata. Maka, saat ini pemerintah setempat terus mengembangkan potensi-potensi yang ada sebagai objek wisata yang merupakan bagian dari upaya target pemerintah meningkatkan peran kota Tangerang dalam kepariwisataan nasional dan kota layak kunjung (*Visitable*) yang tertuang dalam visi konsep kota Tangerang Live.
- B. Kota Tangerang yang tidak banyak memiliki potensi wisata alami seperti di daerah Jawa Barat maka, pusat-pusat sejarah dan keramaian yang dikelola dan dikembangkan. Beberapa potensi wisata yang telah sudah teralisasi seperti wisata air Cisadane dan Situ Cipondoh. Wisata Religi Masjid Pintu Seribu dan Kelenteng Boen Tek Bio. Wisata rekreasi Taman tematik Potret, Taman Ekspresi, Taman Bambu dan Taman Pisang. Wisata sejarah Rumah Burung, termasuk wisata kuliner di kawasan Pasar Lama. Pasar Lama yang di resmikan mejadi tempat wisata kuliner dimulai pada tahun 2012 dengan nama Kawasan Kuliner Pasar Lama. Berlokasi di Jl. Kisamaun, Sukasari Kec. Tangerang, Kota Tangerang, keberadaan pasar ini terbentuk dari sejarah yang dahulunya merupakan pusat perdagangan tertua di kota Tangerang dan cagar budaya, karena kawasan ini sangat kental dengan akulturasi budaya seperti Cina, Betawi, Eropa, dan Sunda.
- C. Setelah itu, berkembanglah kawasan ini menjadi kawasan kulner karena para pedagang makanan yang mulai memenuhi area tersebut. Kuliner Pasar Lama banyak menyajikan jenis makanan dan jajanan khas akulturasi seperti, Asinan Lan Jin, 2 Bubur Kepiting Hokie, khas Tangerang seperti

Laksa Tangerang, Siomay Benteng dan ada beberapa jenis kulinernya yang sudah dikenal sebagai kuliner khas pasar lama karena pedagang yang sudah bertahun-tahun berjualan dan resep masakan tersebut merupakan turunannya terdahulu seperti, Nasi uduk Encim Sukaria, Sate Ayam Hj. Ishak dan Tenda Dua Cobra.

- D. Tersedia juga jenis kuliner kafe dan restaurant dan masih banyak lagi yang bisa ditemukan jika ditelusuri seluruh kawasan kuliner ini. Penjual kuliner di Kawasan Pasar Lama kebanyakan tidak membuka cabang di daerah atau tempat lain, sehingga kuliner tersebut hanya bisa ditemukan di kawasan ini. Selain kulinernya yang legenda dan beragam, tempat pada kawasan ini pun memiliki nilai sejarah. Wisatawan yang berkunjung juga dapat merasakan suasana jejak sejarah pencinaan pada bangunan-bangunan yang ada pada kawasan kuliner di pasar lama seperti, vihara Boen Tek Bio kuil tionghoa tertua dan museum peranakan Benteng Heritage dan melihat kerukunan umat beragama disini.

1) Struktur Organisasi DISBUDPAR (Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata)



C. Jenis dan Sumber Data Penelitian

1) Jenis Data

Ada dua jenis data yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu data primer dan data sekunder.

Data Primer

Data primer adalah data yang didapat peneliti dari sumber pertama baik individu atau perseorangan seperti hasil wawancara atau pengisian kuesioner, dalam penelitian kali ini yang menjadi data primer adalah data yang berkaitan dengan kualitas pelayanan dan promosi. Untuk memperoleh data tersebut, peneliti melakukan wawancara dengan setiap wisatawan datang ke obyek wisata di kota Tangerang. Di samping wawancara peneliti juga memperoleh data dengan cara menyebarkan kuesioner yang telah disediakan oleh peneliti. Kuesioner tersebut di design dengan menggunakan skala nominal.

Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh atau dikumpulkan melalui buku-buku, jurnal dan artikel yang didapat dari website yang berkaitan dengan penelitian kali ini. Beberapa data yang berasal dari orang - orang kedua atau bukan data yang datang secara langsung, data ini mendukung pembahasan dan penelitian tersebut. Untuk memperoleh data tersebut peneliti mengambil beberapa buku, referensi artikel, website, dan

contoh penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan penelitian pada kali ini.

2) Sumber Data

Sumber data adalah tempat didapaknya data yang diinginkan. Pengetahuan tentang sumber data merupakan hal yang sangat penting untuk diketahui agar tidak terjadi kesalahan dalam memilih sumber data yang sesuai dengan tujuan penelitian. Sumber data dibagi menjadi 2 (dua) yaitu:

a. Sumber Data Primer

Sumber data primer diperoleh dari observasi langsung di Objek Wisata Kota Tangerang (pasar lama), wawancara langsung dengan pimpinan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata, dan penyebaran kuisisioner kepada wisatawan yang datang berkunjung ke obyek wisata.

b. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder diperoleh dari buku- buku, jurnal dan artikel yang berkaitan dengan variable yang diteliti.

D. Populasi Dan Sampel Penelitian

1) Populasi

Menurut (sugiyono 2012 , 80) menyatakan bahwa :

“Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek - obyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”.

Populasi dalam Penelitian pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Minat Wisatawan Untuk Datang Berkunjung Ke Objek Wisata Kota Tangerang. (study kasus di pasar lama).

2) Sampel

Sampel merupakan sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi, atau sampel juga bias disebut sebagai bagian kecil dari anggota populasi yang diambil menurut prosedur tertentu yang dapat mewakili populasinya.

Menurut (Sugiyono 2011, 131) mengatakan bahwa :

- a) Ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah antara 30 sampai dengan 500.
- b) Bila dalam penelitian akan melakukan analisis dengan menggunakan multivariate (korelasi atau regresi berganda misalnya), maka jumlah anggota sampel minimal 10 kali jumlah dari variable yang diteliti. Misalnya variabel penelitian ada empat (independen + dependen), maka jumlah sampel yaitu $10 \times 4 = 40$.
- c) Untuk penelitian eksperimen yang sederhana, yang menggunakan kelompok eksperimen dan kelompok control, maka jumlah anggota sampel masing – masing antara 10 sampai dengan 20.

Sedangkan sampel dalam penelitian ini merupakan 100 responden yang terdiri dari para wisatawan di obyek wisata pasar lama dalam memperoleh informasi dan data.

E. Teknik Pengumpulan Data

1) Study Kepustakaan

Penelitian ini dilakukan untuk memperoleh data dan keterangan melalui buku, masalah, internet yang berkaitan dengan masalah yang dibahas guna mendukung dan melengkapi data yang diperlukan dalam penelitian skripsi ini.

2) Study Lapangan

Penelitian ini dilakukan dengan cara mengadakan peninjauan langsung objek penelitian, melakukan perbandingan antara teori yang berlaku dengan kenyataan di lapangan.

Dengan beberapa Metode :

a) Pengamatan Langsung

Dengan cara melakukan peninjauan langsung dengan melibatkan kegiatan – kegiatan serta aktivitas usaha yang berkaitan dengan materi skripsi.

b) Kuisioner

Dengan cara memberikan seperangkat pernyataan yang disusun peneliti untuk diajukan kepada esponden agar diisi. Dengan tujuan untuk menggali keterangan, tanggapan, keyakinan, pendapat serta harapan dari responden.

c) Wawancara

Dengan cara melakukan kegiatan tanya jawab kepada responden untuk mengetahui respon, tanggapan dan pendapat dari responden.

Jadi untuk menentukan besarnya sampel dapat dicari dengan rumus :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

$$n = \frac{200}{1 + 200 (5\%)^2}$$

$$n = \frac{200}{1 + 200 (0,25\%)}$$

$$n = \frac{200}{1 + 1}$$

$$n = \frac{200}{2}$$

$$n = 100$$

Dimana :

n = ukuran sampel

N = ukuran populasi

e = kelonggaran ketidak telitian karena kesalahan pengambilan sampel.

Menurut (Rensis Likert 2005,13) mengatakan bahwa :

“Dalam penelitian ini metode pengumpulan data yang akan digunakan untuk mengukur variable penelitian ini dengan menggunakan skala nominal 5 poin”.

Jawaban responden berupa pilihan dari lima jawaban yang ada diantaranya yaitu :

SS = sangat setuju

S = setuju

N = Netral

TS = Tidak Setuju

STS = Sangat Tidak Setuju

Masing – masing jawaban memiliki nilai sebagai berikut :

SS = 5

S = 4

N = 3

TS = 2

STS = 1

Validitas berarti benar apa adanya sebagai alat ukur yang hendak diukur, artinya alat ukur yang digunakan dalam pengukuran dapat digunakan untuk mengukur apa yang hendak diukur. Jadi validitas adalah seberapa jauh alat

dapat mengukur hal atau obyek yang ingin diukur. Reliabilitas artinya memiliki sifat yang dapat dipercaya. Suatu alat ukur dikatakan memiliki reliabilitas apabila dipergunakan berkali – kali oleh peneliti yang sama atau oleh peneliti lain akan tetapi memberikan hasil yang sama. Jadi reliabilitas adalah seberapa jauh konsistensi alat ukur untuk dapat memberikan hasil yang sama dalam mengukur dalam hal dan obyek yang sama.

F. Operasionalisasi Variabel Penelitian

Tabel 3.1
Operasional Variabel

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
Kualitas Pelayanan (X1)	1. Keterandalan	1. Pelayanan 2. Jaminan 3. Keramahan	Ordinal
	2. Kesigapan	4. Kemampuan Pelayanan 5. Sopan 6. Paham	
	3. Kepuasan atau jaminan	7. Rapih dan Bersih 8. Kenyamanan	
	4. Empati	9. Kejujuran	
	5. Nyata	10. Memberikan Tanggapan atau Solusi Yang Baik	

Sumber : Ratminto dan Atik (2012 : 2)

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
Promosi (X2)	1. Iklan	1. informasi mudah didapat 2. ketersediaan brosur mengenai wisata	Ordinal
	2. Personal selling	3. pelayanan yang baik 4. ramah dalam memberikan informasi	
	3. promosi	5. promosi penjualan 6. media promosi	
	4. Hubungan masyarakat	7. undangan event tertentu 8. berita-berita yang membantu mendapatkan informasi	
	5. informasi dari mulut ke mulut	9. rekomendasi dari wisatawan lain 10. informasi dari wisatawan lain	

Sumber : Danang Sunyonto (2012 : 155)

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
Minat beli (Y)	1. Pengenalan Masalah	1. kebutuhan konsumen 2. pertimbangan membeli 3. kepuasan konsumen	Ordinal
	2. Pencarian Informasi	4. kecocokan produk 5. keterkaitan konsumen	
	3. Evaluasi Berbagai Alternatif	6. penyesuaian harga 7. informasi jelas	
	4. Keputusan pembelian	8. gaya hidup	
	5. Perilaku Pasca Pembelian	9. pelayanan 10. ketersediaan produk	

Sumber : Basu Swasta (2012, 239)

G. Teknik Analisis Data

Metode atau teknik analisis data adalah suatu metode/teknik yang digunakan untuk mengolah hasil penelitian guna memperoleh suatu kesimpulan. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian kali ini adalah analisis kuantitatif dengan alat analisis berupa regresi berganda. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Data. Dalam proses pengolahan dan analisis data yang akan di gunakan untuk menguji hipotesis pada kali ini menggunakan program *software computer* yaitu SPSS (*Statistic Program For Social Science*) Versi 23.00, dan pada kali ini penulis memperoleh data penelitian adalah data ordinal, dengan program SPSS ini data tersebut harus dirubah menjadi data interval dengan teknik *Method of successive interval* (MSI).

1) Uji Frekuensi

Uji frekuensi merupakan uji untuk menganalisi data yang menggambarkan frekuensi data secara umum seperti mean, median, standar, varian, minimum, maksimum dan frekuensi data lainnya.

2) Uji Validitas

Data dikatakan *valid*, jika pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang diukur oleh kuesioner tersebut. Validitas merupakan ketetapan suatu instrument dalam mengukur apa yang ingin diukur.

Menurut (Augusty Ferdinand 2014, 217) mengatakan bahwa :

“Validity is to measure what should be measure“

“Validitas yaitu untuk mengukur apa yang ingin diukur”.

Menurut (Sugiyono 2017, 228) mengatakan bahwa :

“Teknik pengujian validitas dilakukan dengan menggunakan korelasi *Bivariate Pearson* (Korelasi Produk *Moment Pearson*)”.

Rumus :

$$r = \sqrt{\frac{n(\sum X_i Y_i) - (\sum X_i)(\sum Y_i)}{[\sum X_i^2 - (\sum X_i)^2][n\sum Y_i^2 - (\sum Y_i)^2]}}$$

Keterangan :

r : Koefisien korelasi (validitas)

X_i : Skor pada subjek *item*

Y_i : Skor total subjek

X_i Y_i : Skor pada subjek *item* n dikaitkan skor total

N : Banyaknya subjek

Beberapa pertanyaan yang ada dalam kuesioner diuji terhadap faktor terkait. Uji validitas dimaksud untuk mengetahui seberapa cermat suatu test atau pengujian melakukan fungsi ukurannya. Suatu data pengukur dikatakan valid apabila data tersebut mengukur apa yang seharusnya diukur atau dapat memberikan hasil sesuai dengan yang diharapkan peneliti. Untuk menguji kevalidan suatu data maka dilakukan uji validitas terhadap beberapa pertanyaan dari kuesioner. 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 total. Hasil perhitungan ini akan dibandingkan dengan *critical value* pada tabel ini nilai r dengan taraf signifikansi 5% dan jumlah sampel yang ada. Apabila hasil perhitungan korelasi produk moment lebih besar dari *critical*

value, maka data ini dinyatakan *valid*. Sebaliknya apabila skor item kurang dari *critical value*, maka data ini dinyatakan tidak *valid*.

3) Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah suatu angka indeks yang menunjukkan konsistensi suatu alat pengukur di dalam mengukur gejala yang sama. Untuk menghitung reabilitas dilakukan dengan menggunakan koefisien *Croanbach Alpha*. Data untuk mengukur masing-masing variabel dikatakan *reliable* jika memiliki *Croanbach Alph* lebih besar dari 0,60.

Menurut (Augusty Ferdinand 2014, 218) mengatakan bahwa :

“Sebuah *scale* atau instrumen pengukur data dan data yang dihasilkan disebut *reliable* atau terpercaya apabila instrumen itu secara konsisten memunculkan hasil yang sama setiap kali dilakukan pengukuran”

Uji Reliabilitas dilakukan dengan menggunakan rumus koefisien *Croanbach Alpha*.

Rumus :

$$r_1 = \left(\frac{k}{(k-1)} \right) + \left(\frac{\sum ab^2}{\sigma_t^2} \right)$$

Keterangan :

r^1 : Relitabilitas instrument

K : Jumlah butir pernyataan

$\sum ab^2$: Jumlah Variabel

σ_t^2 : Varians pernyataan

Menurut (Romie Priyastama 2017, 170) mengatakan bahwa :

”Apabila koefisien *Croanbach Alpha* lebih besar dari 0,7 atau 70 % maka kuesioner tersebut *reliable*, Sedangkan apabila koefisien *Croanbach Alpha* lebih kecil dari 0,7 atau 70 % maka kuesioner tersebut tidak *reliable*”.

4) Uji Regresi Linear Berganda

Uji regresi linear berganda yang biasanya memiliki satu variabel dependen dan dua atau lebih variabel independen pada suatu penelitian. Analisis uji regresi linear biasanya diartikan sebagai pandangan yang dapat digunakan untuk mendefinisikan hubungan matematis antara variabel dependen (Y) dengan beberapa variabel independen (X). hubungan matematis digunakan. sebagai model regresi yang digunakan untuk meramalkan dan memprediksi nilai (Y) berdasarkan nilai (X) tertentu. Dengan benar signifikan mempengaruhi variabel dependen dan variabel yang signifikan dapat digunakan untuk memprediksi nilai variabel dependen. Berikut perumusannya antara lain :

Rumus :

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2$$

Keterangan :

Y = Minat Beli

a = Konstanta

b_1b_2 = Koefisien korelasi ganda

X1 = Kualitas Pelayann

X2 = Promosi

5) Uji Hipotesis

a. Uji T

Dalam uji t memiliki beberapa langkah yang harus dilakukan untuk menguji hipotesis yaitu diantaranya :

(1) Langkah pertama perumusan hipotesis

Ho1 : Tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel Kualitas Pelayanan terhadap Minat Wisatawan.

Ha1 : Adanya pengaruh yang signifikan antara variabel Kualitas Pelayanan terhadap Minat Wisatawan.

Ho2 : Tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel Promosi terhadap Minat Wisatawan.

Ha2 : Adanya pengaruh yang signifikan antara variabel Promosi terhadap Minat Wisatawan.

(2) Menentukan signifikan level

Signifikan level kali ini yaitu $\alpha = 5\%$

Rumus :

$$dk = n - k$$

$$dk = 200 - 1$$

keterangan :

dk = derajat bebas

n = sampel

k = jumlah variabel pengamatan

(3) Menentukan t hitung sebagai alat pengujian

Untuk melakukan uji-t hitung penulis menggunakan alat bantu berupa SPSS versi 23.00. dengan rumus sebagai berikut ini :

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

keterangan :

t = pengujian hipotesis

r = koefisien korelasi

r^2 = koefisien determinasi

n = jumlah responden

(4) Pengujian hipotesis

i) Jika apabila t hitung \geq nilai t table maka keputusannya adalah menolak hipotesis nol (H_0) dan H_a diterima, artinya ada pengaruh yang signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen.

ii) Jika apabila t hitung \leq nilai t table, maka keputusannya adalah diterima hipotesis nol (H_0) dan H_a ditolak, artinya tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen.

b. Uji –F

Dalam uji-f memiliki juga memiliki beberapa langkah yang harus dilakukan untuk menguji hipotesis yaitu diantaranya :

(5) Langkah pertama perumusan hipotesis

Ho3 : Tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel Kualitas Pelayanan dan Promosi terhadap Minat Wisatawan.

Ha3 : Adanya pengaruh yang signifikan antara variabel Kualitas Pelayanan dan Promosi terhadap Minat Wisatawan.

(6) Menentukan signifikansi

Signifikan level kali ini yaitu $\alpha = 5\%$

Rumus :

$$df1 = k - 1$$

$$df2 = n - k$$

keterangan :

$df = \text{degree of freedom}$

$n = \text{sampel}$

$k = \text{jumlah variabel}$

(7) Menentukan f hitung sebagai alat pengujian

Untuk melakukan uji-f hitung penulis menggunakan alat bantu lagi berupa SPSS versi 23.00. dengan rumus sebagai berikut ini :

$$f = \frac{R^2 / (k - 1)}{(1 - R^2) / (n - 3)}$$

keterangan :

t = pengujian hipotesis

k = parameter dalam penelitian

r^2 = koefisien determinasi

n = jumlah responden/sempl

(4) Pengujian hipotesis

- i) Jika apabila nilai f hitung \geq nilai f table, maka keputusannya adalah menolak hipotesis nol (H_0) dan H_a diterima.
- ii) Jika apabila nilai f hitung \leq nilai f table, maka keputusannya adalah menerima hipotesis nol (H_0) dan H_a ditolak.

6) Uji Asumsi Klasik

a) Uji *Multikolieritas*

Uji Multikolieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen.

b) Uji *Autokorelasi*

Pengujian ini dilakukan untuk menguji suatu model apakah antara variabel pengganggu masing-masing variabel bebas saling mempengaruhi.

c) Uji *Heterokedasitas*

Uji Heterokedasitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians.

d) Uji *Normalitas*

Uji Normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak.