

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Metodologi Penelitian

Dalam buku Metodologi penelitian dalam bidang Kepariwisata oleh Kusmayadi dan Sugiarto (2000: 29), “Metodologi penelitian deskriptif adalah penelitian yang berusaha mendeskripsikan, menggambarkan, atau melukiskan fenomena yang diteliti dengan sistematis, faktual dan akurat”. Sedangkan menurut Iqbal Hasan dalam bukunya pokok-pokok materi metodologi penelitian dan aplikasinya (2002: 22) menjelaskan sebagai berikut: “...Deskriptif artinya melukiskan variabel demi variabel, satu demi satu”. Metode deskriptif bertujuan untuk:

1. Mengumpulkan informasi aktual secara rinci yang melukiskan gejala yang ada,
2. Mengidentifikasi masalah atau memeriksa kondisi dan praktek-praktek yang berlaku,
3. Membuat perbandingan dan evaluasi,
4. Menentukan apa yang dilakukan orang lain dalam menghadapi masalah yang sama dan belajar dari pengalaman mereka untuk menetapkan rencana dan keputusan pada waktu yang akan datang.

Pada penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif melalui pendekatan kuantitatif, dimana metode ini membahas mengenai kondisi aktual dari produk yang ada di Hotel Augusta, profil pasar aktual dan program promosi

yang dilakukan oleh pengelola Hotel Augusta selama ini. Analisis dilakukan berdasarkan perumusan, pembatasan dan identifikasi masalah serta landasan teori dan deskripsi dari kompilasi data yang di kumpulkan.

B. Variabel Penelitian

Seperti yang terungkap di dalam objek penelitian, bahwa pokok masalah yang diteliti adalah bersumber pada dua hal yaitu pengaruh promosi sebagai variabel bebas (variabel X) dan tingkat hunian kamar sebagai variabel tak bebas (variabel Y). Secara lebih rinci, operasionalisasi variabel untuk menjawab identifikasi masalah terlihat pada tabel di bawah ini:

TABEL 3.1
OPERASIONALISASI VARIABEL

Variabel	Operasionalisasi variabel	Indikator	Instrumen	Skala
Promosi (X)	Promosi sebagai alat pemasaran yang dapat mempengaruhi tingkat penjualan kamar	- Biaya promosi	- Dokumen pengeluaran biaya promosi	- Ordinal
Tingkat Penjualan Kamar (Y)	Tingkat hunian kamar yang disebabkan oleh kegiatan promosi.	- Volume penjualan	- Dokumen penjualan	- Ordinal

Sumber: Diolah peneliti

C. Populasi dan Sampel

Menurut Kusmayadi (2004: 20) untuk mendapatkan hasil penelitian yang akurat, sumber data harus mencakup keseluruhan unsur yang diteliti, agar diperoleh kesimpulan yang mendekati kebenaran. Untuk memperoleh data itu dapat diteliti dari populasi dan sampelnya.

1. Populasi

Populasi adalah: “Keseluruhan elemen sejenis, akan tetapi dapat dibedakan satu sama lain karena adanya nilai karakteristik yang berlainan”. Berkaitan dengan itu maka populasi yang diambil untuk mengetahui nilai variable X dan Y dalam menganalisis hubungan promosi terhadap penjualan kamar adalah jumlah pengeluaran biaya promosi (X) dan penjualan kamar (Y) perbulannya selama 5 tahun kebelakang, mulai tahun 2005 sampai tahun 2009. Jumlah populasi akan ditentukan berdasarkan jumlah penjualan kamar dan pengeluaran biaya promosi perbulannya selama 5 tahun.

Untuk mengetahui banyaknya populasi dalam penyebaran kusioner yang akan digunakan untuk mendapatkan profil pengunjung dan persepsi pengunjung terhadap kegiatan promosi adalah pengunjung yang menginap di Hotel Augusta Palabuhanratu, Sukabumi. Jumlah populasi akan ditentukan berdasarkan rata – rata jumlah penjualan kamar pertahun, dengan rumus

$$\bar{X} = \frac{\sum X}{n}$$

Keterangan:

\bar{X} = rata – rata jumlah hunian kamar pertahun

$\sum X$ = jumlah hunian kamar

n = banyaknya pasangan data

Adapun jumlah penjualan kamar selama lima tahun dari tahun 2005 - 2009 sebesar 31.227 orang, jadi jumlah populasi dalam penyebaran kusioner sebanyak 6.245 orang.

2. Sampel

Sampel adalah : “Bagian dari populasi yang dianggap mewakili karakteristik suatu populasi”. Untuk mendapatkan sampel dalam menganalisis hubungan promosi terhadap penjualan kamar, maka jumlah sampel ditentukan berdasarkan jumlah rata-rata penjualan kamar dan pengeluaran biaya promosi pertahunnya selama 5 tahun atau $N = 5$.

Dan untuk mengetahui jumlah penyebaran kusioner yang akan digunakan untuk mendapatkan profil pengunjung dan penilaian terhadap aspek promosi yang telah dilakukan maka digunakan rumus Slovin, sebagai berikut:

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

Keterangan:

n = jumlah responden

N = rata-rata pertahun

e = Persen kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditolerin.

Dari jumlah populasi tersebut dengan tingkat kelonggaran ketidaktelitian sebesar 10%, maka dengan menggunakan rumus diatas diperoleh sampel sebesar:

$$n = \frac{6.245}{1 + 6.245 (0,1)^2} = 98 \text{ orang}$$

Teknik sampling yang digunakan dalam penyebaran kusioner adalah dengan menggunakan prosedur *Random Sampling* yakni proses pemilihan sampel dimana seluruh anggota populasi mempunyai kesempatan yang sama untuk dipilih. Sedangkan metode yang digunakan adalah *Simple Random Sampling*, yaitu cara pemilihan sampel dimana anggota dari populasi dipilih satu persatu secara random (semua mendapatkan kesempatan yang sama untuk dipilih) dimana jika sudah dipilih tidak dapat dipilih kembali (Kountur, 2004: 139).

D. Teknik dan Alat pengumpul data

Sumber data yang diperoleh dalam penelitian ini menggunakan teknik sebagai berikut :

1. Wawancara, ssebagai teknik komunikasi langsung kepada responden untuk memperoleh data-data yang diperlukan serta ditujukan kepada

pihak perusahaan atau mewakilinya seperti Manajer Bagian Umum Hotel Augusta.

2. Kusioner, daftar pernyataan yang dibuat dalam bentuk sederhana dengan metode pertanyaan tertutup yang diberikan kepada responden (konsumen Hotel Augusta), kusioner digunakan hanya untuk mengetahui profil pengunjung dan penilaian aspek promosi.
3. Observasi, mengamati kegiatan perusahaan yang berhubungan dengan masalah yang telah diteliti.
4. Studi pustaka, yaitu pengumpulan data yang dilakukan dengan mempelajari buku-buku, literatur, serta sumber informasi tertulis lainnya yang memiliki keterkaitan dengan promosi yang dapat mempengaruhi tingkat penjualan

E. Teknik Analisis Data

Data-data yang diperoleh akan diolah dengan menggunakan teknik perbandingan langsung dimana dalam teknik ini kondisi ideal dibandingkan dengan kondisi aktual yang didapatkan dari hasil observasi lapangan.

Untuk mengetahui besarnya pengaruh perubahan nilai variable X terhadap perubahan nilai variable Y digunakan teknik analisis regresi. Menurut kusmayadi (2004: 330), “Analisis regresi adalah alat statistik untuk mengetahui hubungan antara dua atau lebih variable melalui suatu model matematik yang dapat digunakan untuk menaksir variabel yang satu atas variabel lainnya”.

Tujuan analisis regresi, antara lain: menentukan persamaan garis yang menunjukkan hubungan antara variabel X dan variabel Y, mengetahui besarnya pengaruh perubahan nilai variabel X terhadap perubahan nilai variabel Y, memprediksi nilai suatu variabel dari nilai variabel yang diketahui, dan menentukan proporsi pengaruh variabel bebas X terhadap variabel tak bebas Y atau koefisien determinasi.

Persamaan regresi dapat ditentukan dengan rumus (Kusmayadi, 2004: 335):

$$Y = a + bX$$

Keterangan:

Y = variable tak bebas

X = Variabel bebas

a = intersep

b = slope

Y dan X menunjukkan variabel yang berubah dari individu ke individu. *a* dan *b* *constant* (tetap) untuk satu kelompok data, sehingga disebut konstanta. Huruf *b* pada kodel itu menunjukkan *slope* (kecondongan) garis yang menghubungkan nilai Y dengan nilai X. Maka, Y disebut variabel tak bebas dan X variabel bebas. Huruf *a* menunjukkan nilai $X = 0$ dan konstanta ini dinamakan intersep atau titik letak garis memotong sumbu Y.

Persamaan regresi adalah suatu persamaan matematika yang menunjukkan hubungan antara variable bebas dan variable tak bebas. Apabila hubungan itu hanya menyangkut satu variable bebas dan satu variable tak bebas maka disebut regresi linier sederhana.

1. Koefisien Regresi

Salah satu metode yang paling sering digunakan untuk menghitung persamaan regresi adalah metode kuadrat terkecil. Metode ini digunakan dengan cara meminimumkan jumlah kuadrat selisih antara nilai Y pengamatan dan nilai Y prediksi diatas maupun dibawah garis regresi.

Nilai a dan b dapat dicari menggunakan rumus:

$$b = \frac{n(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{n(\sum X^2) - (\sum X)^2}$$

keterangan:

b = slope atau koefisien regresi

n = jumlah pasangan data

$\sum XY$ = jumlah hasil kali X dengan Y

$\sum X^2$ = jumlah kuadrat

a dapat dicari dengan menggunakan rumus:

$$a = \frac{(\sum Y)(\sum X^2) - (\sum X)(\sum XY)}{n(\sum X^2) - (\sum X)^2}$$

atau dengan rumus:

$$a = \bar{Y} - b\bar{X}$$

a = intersep

$$\bar{Y} = \text{mean } Y \text{ atau } \bar{Y} = \frac{\sum Y}{n}, \quad \bar{X} = \text{mean } X \text{ atau } \bar{X} = \frac{\sum X}{n}$$

n = banyaknya pasangan data

Setelah mengetahui nilai a dan b , maka persamaan regresi linier sederhana dapat disusun.

Adapun untuk mengetahui kuat rendahnya hubungan pengaruh dapat diklasifikasikan menurut Sugiono (2006:183) dapat terlihat pada table 3.2.

Tabel 3.2
Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Klasifikasi
0,000 – 0,199	Sangat Rendah
0,200 – 0,399	Rendah
0,400 – 0,599	Sedang
0,600 – 0,799	Kuat
0,800 – 1,000	Sangat Kuat

Sumber: Sugiono (2006:183)

2. Koefisien Determinasi

Untuk mengetahui tinggi rendahnya pengaruh variabel X terhadap Y yang dinyatakan dalam persentase dapat dihitung dengan menggunakan rumus koefisien determinasi, yaitu:

$$kd = (r)^2 \times 100\%$$

Keterangan:

kd = Koefisien determinasi

r = Koefisien korelasi

apabila ditentukan korelasi positif antara X dengan Y sebesar r , maka nilai koefisien determinasinya r^2 . Oleh karena itu, varians yang terjadi pada

variabel Y dapat dijelaskan melalui varians yang terjadi pada variabel X. atau dapat dikatakan bahwa pangaruh X terhadap Y sama dengan r^2 (%) sedangkan dipengaruhi oleh faktor lain.

Kemudian untuk menafsirkan sejauh mana kegiatan promosi (X) terhadap peningkatan penjualan kamar (Y), maka digunakan pedoman interpretasi koefisien penentu. Jika nilai koefisien penentu semakin mendekati 100%, berarti semakin kuat pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Sedangkan apabila semakin mendekati 0, berarti semakin lemah pengaruh variabel terikat terhadap variabel bebas.

Tabel 3.3 berikut ini merupakan pedoman interpretasi koefisien penentu:

Table 3.3
Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi
Koefisien Determinasi

Interval Koefisien	Tingkat Pengaruh
0% - 19,99%	Sangat Lemah
20% - 39,99%	Lemah
40% - 59,99%	Sedang
60% - 79,99%	Kuat
80% - 100%	Sangat Kuat

Sumber: Sugiono, 2001

F. Rancangan Uji Hipotesis

Dalam rancangan pengujian penilitaan ini dilakukan dengan menggunakan analisis regresi linier sederhana untuk menguji dua variabelnya. Tujuan menggunakan regresi linier sederhana untuk menentukan besarnya pengaruh

variabel independent X yaitu kegiatan promosi terhadap variable dependen Y yaitu tingkat penjualan kamar.

Maka rancangan pengujian hipotesis (hipotesis nol dan hipotesis alternative) yang diajukan adalah sebagai berikut:

- a. Hipotesis yang diajukan atau hipotesis *alternative* (H_1) adalah:
“Terdapat pengaruh dan signifikan antara promosi terhadap tingkat penjualan kamar di Hotel Augusta Palabuhanratu”
- b. Dengan demikian hipotesis nolnya (H_0) adalah:
“Tidak terdapat pengaruh dan signifikan antara promosi terhadap tingkat penjualan kamar di Hotel Augusta Palabuhanratu.”

