

## **BAB III METODE PENELITIAN**

### **3.1 Objek penelitian**

Menurut Sugiyono (2013, hal. 20) Objek Penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Objek dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang pernah menginap di Hotel Syariah.

### **3.2 Metode Penelitian**

Metode penelitian yang tepat sangat diperlukan dalam pelaksanaan suatu penelitian. Metode penelitian dapat digunakan sebagai pedoman dalam kegiatan penelitian sehingga dengan penggunaan metode yang tepat, tujuan penelitian dapat tercapai. Metode penelitian adalah sebuah desain atau rancangan penelitian. Pada penelitian ini, metode yang akan digunakan adalah metode deskriptif kuantitatif. Menurut Sugiyono (2017, hal. 207) menjelaskan bahwa dalam penelitian deskriptif, peneliti tidak akan menetapkan penelitiannya hanya berdasarkan variabel penelitian, tetapi keseluruhan situasi sosial yang diteliti meliputi aspek tempat, pelaku, dan aktivitas yang berinteraksi secara sinergis.

Menurut Santoso dan Tjiptono (2001) sebuah data didapatkan dengan mengukur nilai satu atau lebih variabel dalam sampel atau populasi. Seluruh data yang sudah ada hakikatnya merupakan sebuah cerminan dari suatu variabel yang diukur menurut klasifikasinya. Dengan demikian, data dapat diklasifikasikan berdasarkan berbagai kriteria, misalnya berdasarkan jenisnya ada data kuantitatif adalah data yang dalam bentuk angka. Menurut Arifin (2011) jenis penelitian kuantitatif ini secara garis besar adalah penelitian yang disusun untuk menjawab permasalahan melalui teknik pengukuran terhadap variabel-variabel tertentu, sehingga menghasilkan kesimpulan yang dapat digeneralisasikan, lepas dari konteks waktu dan situasi serta jenis data yang dikumpulkan, terutama data kuantitatif.

Dalam penelitian ini, peneliti mengedepankan simpulan dan hasil dari penelitian mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi konsumen dalam menginap dihotel syariah. Pendekatan kuantitatif ini mengedepankan rancangan penelitian berdasarkan prosedur statistik serta dalam pengumpulan data yang menggunakan instrumen penelitian seperti penggunaan angket dan wawancara.

### 3.3 Desain Penelitian

Desain Penelitian adalah kerangka kerja yang digunakan untuk melaksanakan riset pemasaran. Malhotra (2007). Desain penelitian memberikan prosedur untuk mendapatkan informasi yang diperlukan untuk menyusun atau menyelesaikan masalah dalam penelitian. Desain penelitian merupakan dasar dalam melakukan penelitian. Oleh sebab itu, desain penelitian yang baik akan menghasilkan penelitian yang efektif dan efisien.

#### 3.3.1 Operasionalisasi variabel

Pada dasarnya, operasionalisasi variabel merupakan penjabaran konsep-konsep yang akan diteliti, sehingga dapat dijadikan pedoman guna menghindari kesalahpahaman dalam menginterpretasikan permasalahan yang diajukan dalam penelitian. Operasionalisasi variabel memberi batasan-batasan definisi, dimensi dan indikator. Berikut merupakan tabel 3.1 yang akan menguraikan operasionalisasi variabel dalam penelitian ini:

**Tabel 3. 1 Operasionalisasi Variabel**

	Variabel	Indikator	Skala
Faktor – Faktor yang mempengaruhi preferensi konsumen terhadap hotel syariah	Preferensi Konsumen	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pengetahuan pelanggan</li> <li>- Citra Hotel</li> <li>- Layanan Pelanggan</li> <li>- Lokasi</li> <li>- Promosi</li> <li>- Proses</li> <li>- Harga</li> <li>- Produk</li> <li>- Fasilitas</li> <li>- Religiusitas</li> </ul>	Interval

Sumber : (Rahardi, 2016)

### 3.3.2 Populasi dan Sampel

#### 1. Populasi penelitian

Menurut Ferdinand (2014) populasi dipandang sebagai sebuah semesta penelitian, dimana populasi merupakan suatu kesatuan dari peristiwa, hal atau orang yang memiliki karakteristik yang sama, sehingga menjadi pusat penelitian. Penjelasan diatas mengungkapkan bahwa inti dari populasi adalah penelitian yang telah ditentukan sedemikian rupa oleh peneliti. Populasi yang ditentukan oleh peneliti dalam penelitian ini adalah konsumen yang sudah pernah menginap di Hotel Syariah. Tujuannya adalah untuk mengetahui preferensi konsumen dalam memilih Hotel Syariah terlihat dari faktor apa saja. Menurut Badan Pusat Statistik, jumlah wisatawan yang telah menginap di Hotel Syariah Kota Bandung dari tahun 2017 sebanyak 25.530.

#### 2. Sampel Penelitian

Menurut Arifin (2011) sampel adalah sebagian dari populasi yang akan diselidiki atau dapat dikatakan sampel merupakan populasi dalam bentuk mini (*miniatur population*). Sampel juga merupakan subset dari populasi, terdiri dari beberapa anggota populasi. Pemikiran ahli tersebut tampaknya sudah sangat jelas bahwa sebagai representasi dari objek yang akan dijadikan untuk penelitian, sampel dan cara pengembaliannya harus diperhatikan karena sampel tersebutlah yang akan memberikan data-datanya untuk diolah sebagai temuan penelitian. Selain itu, penelitian yang menggunakan metode survey, pengambilan sampel yang tepat akan menghasilkan data yang berkualitas. Sampel dalam penelitian ini adalah konsumen atau pelanggan yang sudah pernah menginap di Hotel Syariah khususnya di Kota Bandung.

Sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*. Sugiyono menyatakan bahwa *purposive sampling* merupakan teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu. Pertimbangan yang dimaksud adalah contohnya, orang tersebut yang dianggap paling tahu tentang apa yang kita harapkan, atau mungkin dia sebagai penguasa sehingga

akan memudahkan peneliti menjelajahi obyek/situasi sosial yang diteliti. Menurut Lincoln dan Guba dalam bukunya Sugiyono (2017, hal. 219) ciri-ciri khusus *purposive sampling* adalah:

1. *Emergent sampling design* / sementara
2. *Serial selection of sample units* / menggelinding seperti bola salju
3. *Continuous adjustment or 'focusing' of the sample* / disesuaikan dengan kebutuhan
4. *Selection to the point of redundancy* / dipilih sampai jenuh

Penggunaan teknik pengambilan sampel ini dirasa cocok dengan situasi di lapangan karena penelitian ini memerlukan informan yang setia menggunakan jasa perhotelan syariah.

Hair et al (1995, dalam Ferdinand 2006) menemukan bahwa ukuran sampel yang sesuai adalah antara 100 sampai 200. Juga dijelaskan bahwa ukuran sampel minimum adalah sebanyak 5 observasi untuk setiap *estimated parameter* dan maksimal adalah 10 observasi dari setiap *estimated parameter*. Dalam penelitian ini, jumlah indikator penelitian sebanyak 10 sehingga jumlah sampel adalah 7 kali jumlah indikator atau sebanyak  $7 \times 10 = 70$ . Tetapi agar lebih representatif (mewakili) populasi maka peneliti menambah jumlah responden menjadi 130 orang. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Purposive Sampling* (sampel bertujuan). Sampel yang *purposive* adalah sampel yang dipilih secara cermat sehingga relevan dengan penelitian (Nasution, 1995).

### **3.3.3 Instrumen dan Teknik Pengumpulan Data**

#### **1. Jenis Data dan Sumber Data**

Adapun sumber data dalam penelitian ini adalah:

Data primer adalah data yang didapat oleh peneliti secara langsung, dari hasil kusioner yang disebarkan pada konsumen Hotel Syariah.

#### **2. Teknik Pengumpulan Data**

Data merupakan suatu instrumen penting yang menjadi kunci untuk menunjang pelaksanaan sebuah penelitian dan pengujian hipotesis, untuk itu diperlukan teknik dalam pengumpulan data yang akurat.

Berikut teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini:

- a. Wawancara, Menurut Sugiyono (2013) merupakan teknik pengumpulan data oleh peneliti yang bertujuan untuk menemukan fenomena. Dalam penelitian ini, wawancara dilakukan konsumen yang sudah menginap dihotel syariah.
- b. Kuesioner, Daftar pertanyaan yang ditujukan kepada responden, jawaban dari semua pertanyaan yang ada pada kuesioner dicatat atapun direkam. Pertanyaan yang diberikan menggunakan model jawaban dengan skala interval antara 1-7. Nilai 1 menyatakan tidak setuju dan 7 setuju (Sarwono, 2013:249). Menggunakan teknik skala *semantic differential* untuk mengukur sikap dimana subjek diminta untuk memilih salah satu sifat yang menggambarkan perasaan mereka terhadap suatu objek.

#### Pengukuran Skala

1	2	3	4	5	6	7
Tidak Setuju						Setuju

- c. Studi literature  
Teknik pengumpulan data dengan cara memperoleh dari kepustakaan dimana penulis mendapatkan teori-teori dan pendapat para ahli serta beberapa buku referensi dan jurnal yang ada hubungannya dengan penelitian ini.

### 3. Uji Intsrumen

Peneliti harus terlebih dahulu menganalisis instrumen yang akan disajikan dalam penelitian dengan menggunakan uji validitas dan uji realibilitas.

#### a. Uji Validitas

Uji validitas menunjukkan untuk sejauhmana instrument dapat digunakan untuk mengukur apa saja yang dapat diukur dalam penelitian (Sugiyono, 2001). Instrument dapat mengukur dari apa yang diharapkan oleh peneliti. Pengujian dilakukan dengan korelasi antara skor setiap item

pertanyaan dengan skor secara keseluruhan antara variabel (Arikunto S. , 2002:144). Pengujian menggunakan rumus *Pearson Correlation* dengan batas kritis koefisien korelasi sebesar 0,3 dan menggunakan signifikansi 5% (Sugiyono, 2008). Uji validitas dapat digunakan melalui perangkat SPSS, dimana rumus korelasi *Pearson Product Moment* untuk menguji validitas adalah sebagai berikut :

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

(Arikunto S. , 2006: 69)

Keterangan : r : Koefisien korelasi antara X dengan Y

X: Skor tiap pertanyaan  
 Y: Total skor  
 n : Jumlah responden

Setelah melakukan uji tersebut maka selanjutnya adalah menghitung uji t, berikut rumus dari uji t :

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

Keterangan :

$t_{hitung}$  : Nilai  $t_{hitung}$   
 r : Koefisien hasil  $t_{hitung}$   
 n : Jumlah responden  
 Keputusan dari uji validitas :

- Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  artinya valid
- Jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$  artinya tidak valid

Adapun hasil pengujian validitas pada model penelitian ini dengan nilai  $r_{tabel}$  N= 29 pada signifikan 5%, diperoleh nilai  $r_{tabel}$  adalah 0,339.

**Tabel 3. 2 Hasil Uji Validitas**

<b>No Item Soal</b>	<b>t Hitung</b>	<b>t Tabel</b>	<b>Keterangan</b>
1	0,551	0,339	Valid
2	0,608	0,339	Valid
3	0,660	0,339	Valid
4	0,570	0,339	Valid
5	0,440	0,339	Valid
6	0,371	0,339	Valid
7	0,649	0,339	Valid
8	0,655	0,339	Valid
9	0,445	0,339	Valid
10	0,722	0,339	Valid
11	0,432	0,339	Valid
12	0,510	0,339	Valid
13	0,568	0,339	Valid
14	0,625	0,339	Valid
15	0,525	0,339	Valid
16	0,487	0,339	Valid
17	0,564	0,339	Valid
18	0,524	0,339	Valid
19	0,465	0,339	Valid
20	0,409	0,339	Valid
21	0,567	0,339	Valid
22	0,330	0,339	Valid
23	0,501	0,339	Valid
24	0,523	0,339	Valid
25	0,448	0,339	Valid
26	0,464	0,339	Valid
27	0,567	0,339	Valid
28	0,487	0,339	Valid
29	0,508	0,339	Valid

### b. Uji Realibilitas

Dalam sebuah penelitian pertanyaan tidak hanya harus valid namun juga harus realibel agar pertanyaan konsisten. Pengujian realibilitas dilakukan untuk melihat atau mengetahui hingga sejauhmana instrument dapat dipercaya atau diandalkan. Intrumen dikatakan realibel jika dalam dua kali pengujian hasil dari pengukuran tersebut konsisten (Arikunto S. , 2002:154). Uji realibilitas menggunakan koefisien alpha cronbach dengan batas minimal 0,05.

Berikut rumus dari koefisien alpha cronbach :

$$r_{11} = \frac{k}{k-1} \left(1 - \frac{\sum \sigma_i^2}{\sigma_t^2}\right)$$

(Arikunto S. , 2006:165)

Keterangan :

$r_{11}$ : Realibilitas instrument

K : Banyaknya jumlah pertanyaan

$\sigma_i^2$  : Varians masing-masing pertanyaan

$\sigma_t^2$  : Varians total

Keputusan untuk uji realibilitas ;

- Jika realibilitas  $> 0,05$  artinya realibel
- Jika realibilitas  $< 0,05$  artinya tidak realibel

Harga  $r_{11}$  yang diperoleh kemudian dikonsultasikan dengan harga  $r$  pada tabel *product moment*. Reliabilitas alat tes terbukti dengan harga  $r_{11} < r_{\text{tabel}}$  pada taraf signifikan di atas, maka alat tes itu tidak signifikan atau tidak reliabel. Pedoman untuk penafsirannya disajikan pada tabel 3.3.



**Tabel 3. 3 Interpretasi Tingkat Reliabilitas**

Interval koefisien reliabilitas	Tingkat reliabilitas
$0.80 < r_{11} \leq 1.00$	Sangat tinggi
$0.60 < r_{11} \leq 0.80$	Tinggi
$0.40 < r_{11} \leq 0.60$	Cukup
$0.20 < r_{11} \leq 0.40$	Rendah
$0.00 < r_{11} \leq 0.20$	Sangat rendah

Perhitungan uji reliabilitas ini peneliti menggunakan bantuan program SPSS (*Statistical Product and Service Solution*) versi 22. Untuk mengetahui apakah instrumen yang telah dirancang tersebut reliabel atau tidak, perhitungan dilakukan dengan cara membandingkan antara nilai  $r_{hitung}$  dengan  $r_{tabel}$  yang diperoleh dari hasil perhitungan SPSS (*Statistical Product and Service Solution*) versi 22, dengan nilai  $r_{tabel}$  dari  $n = 32$  yaitu 0,339, pada  $\alpha = 0,05$ , dengan kriteria kelayakan jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$ , maka instrumen tersebut dikatakan reliabel.

**Tabel 3. 4 Hasil Uji Reliabilitas**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.899	29

Berdasarkan hasil uji reliabilitas angket diperoleh  $r_{hitung}$  sebesar 0,899. Hasil tersebut menunjukkan angket variabel mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi preferensi konsumen terhadap hotel syariah dinyatakan reliabel, karena  $r_{hitung} 0,899 > r_{tabel} 0,339$  yang termasuk kategori tinggi.

### 3.3.4 Analisa Data

Pengolahan data dalam penelitian ini, dilakukan dengan menggunakan analisis faktor melalui bantuan *Software Microsoft Excel 2016, SPSS 22* dan *Lisre 8.7*.

### 1. Analisis Statistik Deskriptif

Analisis yang dilakukan untuk mengetahui perkembangan dari suatu keadaan dengan memberikan gambaran mengenai sifat-sifat dari objek penelitian Ferdinand (2014). Data yang diperoleh yaitu data karakteristik konsumen seperti dari jenis kelamin, umur, pendidikan terakhir, dan pekerjaan dari konsumen yang sudah pernah menginap di Hotel Syariah Kota Bandung.

### 2. Analisis *Confirmatory Factor Analysis* (CFA)

Analisis yang digunakan untuk penelitian yang dimana peneliti sudah mempunyai pengetahuan mengenai struktur variabel laten yang melandasinya. Didasarkan pada teori atau penelitian empiris dengan membuat asumsi hubungan antara pengukuran yang diamati dengan faktor-faktor sebelumnya, kemudian diuji secara statistik dan menggunakan aplikasi SPSS (Sarwono, 2013).

### 3. Uji Kesesuaian Model

Kesesuaian model dievaluasi melalui telaah terhadap kriteria *goodness of fit*.

- a. **X<sup>2</sup>-Chi square** Statistik model yang diuji dipandang baik atau memuaskan apabila nilai chi-squarenya kecil. Semakin kecil X<sup>2</sup> semakin baik model itu dan diterima berdasarkan probabilitas value > 0.05.
- b. **Goodness-of-fit Index (GFI)** ukuran non statistik yang mempunyai rentang nilai antara 0 (*poor fit*) hingga 1.0 (*perfect fit*). Nilai lebih dari > 0.90 artinya model fit.
- c. **Root Mean Square Error of Approximation (RMSEA)**, yang menunjukkan *goodness fit* yang dapat diharapkan bila model diestimasi oleh populasi. Nilai RMSEA yang lebih kecil atau sama dengan 0.08 berarti model fit.
- d. **Expected Cross Validation Index (ECVI)**, digunakan untuk perbandingan antar model, semakin kecil semakin baik

- e. **Adjusted Goodness-of fit Index (AGFI)**, dimana tingkat penerimaan yang direkomendasikan adalah bila nilai AGFI lebih besar dari atau sama dengan 0.09 berarti model fit.
- f. **Normal Fit Index (NFI)**, dimana model dikatakan *good fit* apabila lebih besar atau sama dengan 0.90.
- g. **Tucker-Lewis Index (TLI)**, merupakan incremental index yang membandingkan sebuah model yang diuji terhadap sebuah baseline model, dimana nilai yang direkomendasikan sebagai acuan untuk diterimanya sebuah model adalah  $> 0.90$ .
- h. **Comparative fit Index (CFI)**, dimana bila mendekati 1, mengindikasikan tingkat fit paling tinggi. Nilai yang direkomendasikan lebih besar atau sama dengan 0.90.
- i. **Incremental fit Index (IFI)**, dimana model dikatakan *good fit* apabila lebih besar atau sama dengan 0.90.
- j. **Relative fit Index (RFI)**, dimana model dikatakan *good fit* apabila lebih besar atau sama dengan 0.90.
- k. **Parsimonious Normed fit Index (PNFI)**, dimana nilai tinggi menunjukkan kecocokan lebih baik, hanya dipergunakan untuk perbandingan pada model alternatif. Nilai PNFI lebih besar atau sama dengan 0.90.
- l. **Parsimonious GFI (PGFI)**, dimana model dikatakan *good fit* apabila lebih besar atau sama dengan 0.90.

#### 4. Analisis CFA Validitas dan Realibilitas

Analisis dari semua indikator memiliki faktor loading ( $\lambda$ )  $\geq 0,5$ , hal ini menunjukkan bahwa semua indikator pada masing-masing variabel dinyatakan valid. Semua nilai CR  $> 0,7$  dan semua nilai VE  $\geq 0,5$  menunjukkan masing-masing variabel memiliki reliabilitas yang baik.

#### 5. Koefisien Variabel Dominan

Variabel dominan ditunjukkan dengan nilai t-hitung yang lebih besar dari batas kritis. Koefisien yang mempunyai nilai besar merupakan faktor yang paling dominan

