

BAB III

METODE PENELITIAN

A. LOKASI DAN SUBJEK PENELITIAN

1. Lokasi Penelitian

Kota Bandung merupakan kota metropolitan terbesar di Jawa Barat sekaligus menjadi ibu kota provinsi tersebut. Kota ini terletak 140 km sebelah tenggara Jakarta, dan merupakan kota terbesar ketiga di Indonesia setelah Jakarta dan Surabaya menurut jumlah penduduk. Sedangkan wilayah Bandung Raya (Wilayah Metropolitan Bandung) merupakan metropolitan terbesar ketiga di Indonesia setelah Jabodetabek dan Gergangkertosusilo (Grebangkertosusilo). Kota Bandung terletak pada koordinat $6^{\circ}54'53.08''S$ $107^{\circ}36'35.32''E$

Kota Bandung dikelilingi oleh pegunungan, sehingga bentuk morfologi wilayahnya bagaikan sebuah mangkok raksasa, secara geografis kota ini terletak di tengah-tengah provinsi Jawa Barat, serta berada pada ketinggian ± 768 m di atas permukaan laut, dengan titik tertinggi berada di sebelah utara dengan ketinggian 1.050 meter di atas permukaan laut dan sebelah selatan merupakan kawasan rendah dengan ketinggian 675 meter di atas permukaan laut. Semetara iklim kota Bandung dipengaruhi oleh iklim pegunungan yang lembab dan sejuk, dengan suhu rata-rata $23.5^{\circ}C$, curah hujan rata-rata 200.4 mm dan jumlah hari hujan rata-rata 21.3 hari per bulan.

Sri Nur Inayah, 2013

Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Penggunaan Venue Pameran Oleh Event Organizer Di Kota Bandung

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Lokasi Kotamadya Bandung cukup strategis, dilihat dari segi komunikasi, perekonomian maupun keamanan. Hal tersebut disebabkan oleh:

1. Kota Bandung terletak pada pertemuan poros jalan raya
 - a. Barat Timur memudahkan hubungan dengan Ibukota Negara
 - b. Utara Selatan yang memudahkan lalu lintas daerah perkebunan (Subang dan Pengalengan)
2. Letak yang tidak terisolasi serta dengan komunikasi yang baik akan memudahkan aparat keamanan untuk bergerak ke setiap penjuru.

2. Subjek Penelitian

Subjek penelitian terdiri atas populasi dan sampel penelitian.

Populasi adalah totalitas dari semua objek atau individu yang memiliki karakteristik tertentu, jelas, dan lengkap yang akan diteliti. Objek atau nilai yang akan diteliti dalam populasi disebut unit analisis atau elemen populasi, dapat berupa orang, perusahaan, media dan sebagainya Erwan dan Dyah (2007).

Berdasarkan pengertian diatas, maka populasi dalam penelitian ini adalah seluruh Event Organizer di Kota Bandung yang menyelenggarakan event pameran.

Penelitian ini dilakukan pada keseluruhan populasi. Erwan dan Dyah (2007: 28-29) menjelaskan bahwa penelitian yang dilakukan terhadap seluruh populasi sering disebut sensus (*census*). Sensus dilakukan dengan alasan sebagai berikut:

Sri Nur Inayah, 2013

Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Penggunaan Venue Pameran Oleh Event Organizer Di Kota Bandung

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

- a. Jumlah populasi relatif kecil
- b. Ada kemungkinan tingkat respon rendah
- c. Tujuan penelitian akan dianalisis kedalam sub group analisis yang lebih mendalam

Data yang diperoleh dari hasil sensus ini, disebut parameter atau yang sebenarnya (*True Value*).

Responden dalam penelitian ini adalah orang-orang di dalam Event Organizer yang berperan didalam pengambilan keputusan mengenai penggunaan *venue* yang berjumlah 97 orang dari 63 Event Organizer di Kota Bandung yang menyelenggarakan pameran.

B. VARIABEL (OPERASIONALISASI VARIABEL)

Variabel dalam penelitian ini adalah bauran pemasaran yang merupakan faktor eksternal yang berpengaruh dalam keputusan pembelian. Konsep bauran pemasaran Zeithaml dan Bitner (200:19), yaitu: *Product, Price, Place, Promotion, Physical Evidence, People* dan *Proces*.

Secara lebih rinci operasionalisasi masing-masing variabel dapat terlihat dalam tabel berikut ini:

Tabel 3.1.

**Operasionalisasi Variabel Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Penggunaan
Venue Pameran oleh Event Organizer di Kota Bandung**

Variabel	Sub Variabel	Indikator	Skala	No. Item
Bauran Pemasaran (Zeithaml dan Bitner (200:19))	<i>Product</i>	• Jenis <i>venue</i>	Ordinal	1
		• Luas <i>venue</i>	Ordinal	2
		• <i>Venue Brand</i>	Ordinal	3
		• Luas ruangan pameran	Ordinal	4
		• Kapasitas <i>venue</i>	Ordinal	5
		• Kelengkapan fasilitas multimedia	Ordinal	6
		• Kelengkapan fasilitas pendukung	Ordinal	7
		• Besarnya daya listrik	Ordinal	8
	<i>Price</i>	• Tingkat harga	Ordinal	9
		• Kesesuaian harga dengan fasilitas dan pelayanan	Ordinal	10
		• Diskon	Ordinal	11
	<i>Place</i>	• Lokasi <i>Venue</i>	Ordinal	12
		• Kondisi fisik akses jalan	Ordinal	13
		• Kondisi Lalu lintas	Ordinal	14
		• Kemudahan transportasi umum	Ordinal	15
		• Keamanan lingkungan sekitar <i>venue</i>	Ordinal	16
		• Luas tempat parkir	Ordinal	17
	<i>Promotion</i>	• Jumlah Iklan	Ordinal	18
		• Jenis media promosi	Ordinal	19
	<i>Physical Evidence</i>	• Arsitektur bangunan <i>venue</i>	Ordinal	20
		• Desain interior <i>venue</i>	Ordinal	21
		• Tata letak ruangan	Ordinal	22
		• <i>Venue signage</i>	Ordinal	23
		• Ketersediaan <i>Sales kit</i>	Ordinal	24
	<i>People</i>	• Jumlah SDM Keamanan	Ordinal	25
		• Jumlah SDM Kebersihan	Ordinal	26
		• Kualitas pelayanan	Ordinal	27
		• Komunikasi baik antara pengelola <i>venue</i> dengan pelanggan	Ordinal	28
	<i>Process</i>	• Prosedur penyewaan	Ordinal	29
		• Kemudahan pelunasan pembayaran	Ordinal	30

Sumber: Diolah peneliti, 2012

Sri Nur Inayah, 2013

Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Penggunaan Venue Pameran Oleh Event Organizer Di Kota Bandung

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

C. METODE PENELITIAN

Metode penelitian adalah tata cara bagaimana suatu penelitian dilaksanakan. Metode penelitian berbeda dengan prosedur penelitian atau teknik penelitian. Metode penelitian membicarakan tentang mengenai tata cara pelaksanaan penelitian, sedangkan prosedur penelitian membicarakan urutan kerja penelitian dan teknik penelitian membicarakan tentang alat-alat yang digunakan dalam mengukur atau mengumpulkan data penelitian (Hasan, 2002:21)

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif-kuantitatif. Menurut Iqbal Hasan (2002:22) deskriptif artinya melukiskan variabel demi variabel, satu demi satu. Metode deskriptif digunakan untuk melukiskan secara sistematis fakta atau karakteristik populasi tertentu atau bidang tertentu. Tujuan dari metode deskriptif adalah:

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 atau 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 hakekatnya, metode deskriptif adalah mencari teori, menitikberatkan pada observasi dan suasana alamiah. Peneliti bertindak sebagai pengamat. Ia

hanya membuat kategori pelaku, mengamati gejala, dan mencatatnya dalam buku observasi.

Penelitian ini menggunakan analisis data kuantitatif. Analisis kuantitatif adalah analisis yang menggunakan alat analisis bersifat kuantitatif. Alat analisis yang bersifat kuantitatif adalah alat analisis yang menggunakan model-model, seperti model matematika, model statistik dan ekonometrik. Hasil analisis disajikan dalam bentuk angka-angka yang kemudian dijelaskan dan diinterpretasikan dalam suatu uraian (Hasan, 2002: 98).

D. DEFINISI OPERASIONAL

Definisi operasional adalah rujukan-rujukan empiris apa saja yang dapat ditemukan dilapangan untuk menggambarkan secara tepat konsep yang dimaksud sehingga konsep tersebut dapat diamati dan diukur (Erwan dan Dyah, 2007:18).

Definisi operasional dari judul penelitian “**Analisis Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Penggunaan Venue Pameran oleh Event Organizer di Kota Bandung**” adalah sebagai berikut:

Analisis Faktor adalah sebuah kelas prosedur yang digunakan untuk mereduksi data dan merangkum data (Malhotra, 2006: 288).

Menurut Kotler dan Keller (2009:226), **keputusan pembelian** adalah tahap awal dalam proses pengambilan keputusan pembelian dimana konsumen benar-benar memilih suatu produk untuk dibeli.

Venue adalah tempat adalah tempat untuk mengadakan pertemuan yang dilengkapi dengan berbagai sarana/prasarana pendukung pertemuan tersebut (Alan, 2009:124).

Pameran adalah bentuk kegiatan mempertunjukkan, memperagakan, memperkenalkan, mempromosikan dan menyebarluaskan informasi hasil produksi barang/jasa maupun informasi visual disuatu tempat tertentu dalam jangka waktu tertentu untuk disaksikan secara langsung oleh masyarakat untuk meningkatkan penjualan, memperluas pasar dan mencari hubungan dagang (Manaf, 2006:60).

Event Organizer adalah sekelompok orang yang terdiri dari tim pelaksana, tim pekerja, tim produksi, dan tim manajemen yang menjalankan tugas operasional suatu program acara atau melakukan pengorganisasian untuk mewujudkan suatu program acara (Suseno, 2005:14).

Jadi maksud dari penelitian ini adalah menganalisis faktor yang mempengaruhi *Event Organizer* di Kota Bandung dalam keputusan pembelian jasa *venue* untuk penyelenggaraan kegiatan pameran, sehingga dapat diketahui faktor yang paling menentukan dalam penggunaan *venue* pameran.

E. INSTRUMEN PENELITIAN

Skala pengukuran adalah peraturan penggunaan notasi bilangan dalam pengukuran. Skala pengukuran dalam penelitian ini menggunakan skala ordinal yang dihitung dengan menggunakan skala Likert. Skala ordinal adalah skala

dimana penomoran objek/kategori disusun menurut besarnya yaitu dari tingkat tertinggi atau sebaliknya dengan jarak yang tidak harus sama (Hasan, 2002:26).

Skala ini digunakan untuk mengelompokkan objek dan kategori data dapat disusun berdasarkan urutan logis dan sesuai dengan besarnya karakteristik yang dimiliki.

Skala likert adalah pengukuran yang digunakan untuk mengukur opini atau persepsi responden berdasarkan tingkat persetujuan atau ketidaksetujuan (Erwan dan Dyah, 2007:63).

Variabel penelitian yang diukur dengan skala ini dijabarkan menjadi indikator variabel yang kemudian dijadikan sebagai titik tolak penyusunan item-item instrumen. Bisa berbentuk pertanyaan atau pernyataan (Hasan:2002).

Jawaban setiap instrumen dinyatakan dalam kata-kata:

- SS : Sangat Setuju
- S : Setuju
- R : Ragu-ragu
- TS : Tidak Setuju
- STS : Sangat Tidak Setuju

F. TEKNIK PENGUMPULAN DATA

Data merupakan keterangan-keterangan tentang suatu hal, dapat berupa sesuatu yang diketahui atau yang dianggap atau anggapan. Atau suatu fakta yang

digambarkan lewat angka, simbol, kode dan lain-lain. Berdasarkan sumber pengambilannya, data terbagi atas dua kategori, yaitu:

- a. Data primer adalah data yang diperoleh atau dilakukan langsung di lapangan oleh orang yang melakukan penelitian atau yang bersangkutan atau yang memerlukannya. Data primer ini disebut juga data asli atau data baru. Contoh data primer yaitu wawancara, *focus group discussion*, kuesioner, obeservasi.
- b. Data sekunder adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh orang yang melakukan penelitian dari sumber-sumber yang telah ada. Data ini biasanya diperoleh dari perpustakaan atau dari laporan-laporan peneliti terdahulu. Data sekunder disebut juga data tersedia.

Pengumpulan data adalah pencatatan peristiwa-peristiwa atau hal-hal atau keterangan-keterangan atau karakteristik-karakteristik sebagian atau seluruh elemen populasi yang akan menunjang dan mendukung penelitian. Dalam penelitian ini digunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut:

- a. Angket (kuesioner)

Angket adalah teknik pengumpulan data dengan menyerahkan atau mengirimkan daftar pertanyaan untuk diisi oleh responden, yaitu para pengambil keputusan dalam suatu *Event Organizer*. Responden adalah orang yang memberikan tanggapan (respons) atas-atau, menjawab— pertanyaan-pertanyaan yang diajukan.

- b. Wawancara

Sri Nur Inayah, 2013

Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Penggunaan Venue Pameran Oleh Event Organizer Di Kota Bandung

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Wawancara adalah teknik pengumpulan data dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan langsung oleh pewawancara kepada responden dan jawaban-jawaban responden dicatat atau direkam.

c. Studi literatur

Studi literatur adalah metode pengumpulan data dengan menggunakan buku ilmiah dan karya tulis lainnya sebagai landasan teori sebuah karya ilmiah. Studi literatur merupakan aspek yang terkait dengan masalah, solusi dari masalah, ditunjukkan hubungannya dengan konsep yang berkembang dalam studi literatur.

G. ANALISIS DATA

Lexy J. Moleong dalam Hasan (2002) menjelaskan, analisis data adalah proses mengorganisasikan dan mengurutkan data ke dalam pola, kategori, dan suatu uraian dasar sehingga dapat ditemukan tema dan dapat dirumuskan hipotesis kerja seperti yang disarankan oleh data.

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji validitas, uji reliabilitas, dan analisis faktor.

1. Uji Validitas

Validitas (Simamora, 2004: 58) adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrumen. Suatu instrumen dianggap valid apabila data yang diperoleh tepat dengan variabel yang diteliti.

Sri Nur Inayah, 2013

Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Penggunaan Venue Pameran Oleh Event Organizer Di Kota Bandung

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Untuk menguji tingkat validitas empiris instrumen yaitu dengan melakukan *try-out* dengan memakai responden terbatas terlebih dahulu.

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas (Simamora, 2004: 63) adalah tingkat keandalan kuesioner. Kuesioner yang reliabel adalah kuesioner yang apabila dicobakan berulang-ulang kepada kelompok yang sama akan menghasilkan data yang sama. Asumsinya, tidak terdapat perubahan psikologis pada responden.

3. Analisis Faktor

a. Pengertian Analisis Faktor

Proses analisis faktor mencoba menemukan hubungan (*interrelationship*) antara sejumlah variabel-variabel yang saling independen satu dengan yang lain, sehingga bisa dibuat satu atau beberapa kumpulan variabel yang lebih sedikit dari variabel awal. Kumpulan variabel tersebut disebut *faktor*, dimana faktor tersebut mencerminkan variabel-variabel aslinya. Secara sederhana, sebuah variabel akan mengelompok ke suatu faktor (yang terdiri atas variabel-variabel yang lainnya pula) jika variabel tersebut

berkorelasi dengan dengan sejumlah variabel lain yang ‘masuk’ dalam kelompok faktor tertentu.

b. Tujuan analisis faktor

- 1) Untuk melakukan *data summarization* untuk variabel-variabel yang dianalisis, yakni mengidentifikasi adanya hubungan antar variabel.
- 2) *Data reduction*, yakni setelah melakukan korelasi, dilakukan proses membuat sebuah variabel set baru yang dinamakan faktor

c. Kegunaan analisis faktor

Proses analisis faktor mencoba menembukan hubungan (*interrelationship*) antara sejumlah variabel-variabel yang saling independen satu sama lain, sehingga dapat dibuat satu atau beberapa kumpulan variabel yang lebih sedikit dari jumlah variabel awal.

Maholtra (1996: 288-289), menjelaskan kegunaan Analisis Faktor adalah sebagai berikut:

- 1) Mengidentifikasi dimensi-dimensi atau faktor-faktor yang mendasari yang menerangkan korelasi diantara satu set variabel.
- 2) Mengidentifikasi suatu variabel atau faktor baru yang lebih kecil, menetapkan variabel-variabel yang semula berkorelasi

dengan Analisis Multivarian atau Analisis Regresi atau Diskriminan.

- 3) Mengidentifikasi tidak tepat kecil variabel penting dari tidak tepat besar variabel untuk digunakan dalam Analisis Multivarian selanjutnya.

d. Model analisis faktor

Secara matematis, analisis faktor mengekspresikan setiap variabel sebagai kombinasi linear faktor-faktor dasar. Biasanya varians dari sebuah faktor dengan variabel lain yang dimasukkan ke dalam analisis dirujuk sebagai komunalitas. Model faktor dapat disajikan sebagai:

$$X_i = A_{i1} F_1 + A_{i2} F_2 + A_{i3} F_3 + \dots + A_{im} F_m + V_i U_i$$

dimana:

X_i = Variabel ke- i

A_{ij} = koefisien regresi majemuk yang dibakukan dari variabel i atau atas faktor biasa j

F = faktor biasa

V_i = koefisien regresi yang dibakukan dari variabel i atas faktor unik i

U_i = faktor unik untuk variabel i

m = banyaknya faktor biasa

Faktor-faktor yang unik tidak saling berkorelasi dan tidak berkorelasi dengan faktor biasa. Faktor-faktor biasa sendiri dapat diungkapkan sebagai kombinasi linear dari variabel-variabel yang diamati.

$$F_i = W_{i1}X_1 + W_{i2}X_2 + W_{i3}X_3 + \dots + W_{ik}X_k$$

dimana:

F_i = estimasi faktor ke- i

W_i = bobot skor faktor

k = banyaknya variabel

e. Langkah-langkah analisis faktor

Malhotra (2006: 292) menjelaskan langkah-langkah pengerjaan analisis faktor sebagai berikut:

1) Memformulasikan masalah

Dalam memformulasikan masalah, tujuan analisis faktor harus terlebih dahulu diidentifikasi. Kemudian variabel-variabel yang akan dianalisis ditentukan spesifikasinya berdasarkan riset masa lalu, teori dan penilaian pribadi peneliti. Variabel tersebut diukur melalui skala tertentu. Untuk pengukuran variabel, harus ditentukan jumlah sampel yang akan diteliti. Jumlah ukuran sampel paling sedikit harus empat atau lima dari jumlah variabel (Malhotra: 2006)

2) Membuat matriks korelasi

Agar analisis faktor tepat, variabel-variabel tersebut harus berkorelasi. Untuk menghitungnya digunakan *Kaiser-Meyer-Olkin (KMO)*. Indeks ini membandingkan besaran korelasi pasrial. Nilai statistik KMO yang kecil mengindikasikan bahwa korelasi antara pasangan-pasangan variabel tidak dapat dijelaskan oleh variabel lain. Secara umum, nilai yang lebih besar dari 0,5 adalah nilai yang diinginkan.

3) Menentukan model analisis faktor

Pendekatan yang digunakan untuk memperoleh koefisien skor faktor dibedakan menjadi 2, yaitu:

a. Analisis komponen utama

Analaisis komponen utama disarankan jika yang menjadi tujuan utama adalah untuk menentukan jumlah minimum faktor yang bertanggung jawab atas varians maksimum dalam data yang akan digunakan analisis multivatriat selanjutnya. Dalam analisis ini, seluruh varians dalam data diperhitungkan.

b. Analisis faktor biasa

Motode ini digunakan untuk mengidentifikasi dimensi dasar dan varians biasa. Dalam analisis ini, faktor-faktor diestimasikan hanya berdasarkan varians biasa.

Komunalitas disisipkan dalam matriks korelasi pada arah diagonal. Metode ini disebut juga dengan pemfaktoran sumbu utama.

4) Menentukan jumlah faktor

Dalam penelitian ini untuk menentukan jumlah faktor menggunakan *Plot Scree*. *Plot Scree* adalah plot nilai eigen terhadap jumlah faktor dalam urutan ekstraksi. Plot tersebut mempunyai patahan yang jelas antara sudut kemiringan yang curam dari faktor-faktor, dengan nilai eigen yang besar dan suatu penurunan sedikit demi sedikit yang berhubungan dengan faktor lainnya. Penurunan sedikit demi sedikit disebut *Scree*. Titik dimana *scree* berawal menunjukkan faktor sesungguhnya.

5) Merotasi faktor

Suatu *output* penting analisis faktor yaitu matriks faktor. Matriks faktor berisi koefisien yang digunakan untuk menyatakan variabel-variabel standarisasi dalam faktor tersebut. Koefisien matriks faktor digunakan untuk menafsirkan faktor.

Dalam merotasi faktor terdapat 2 metode:

a. Rotasi ortogonal

Dalam rotasi terdapat metode rotasi yang umum digunakan yaitu prosedur varimax yang digunakan untuk meminimumkan jumlah variabel dengan muatan yang tinggi pada sebuah faktor, sehingga meningkatkan kemampuan tafsir dari faktor tersebut. Rotasi ortogonal menghasilkan faktor-faktor yang tidak berkorelasi.

b. Rotasi oblique

Rotasi oblique digunakan jika faktor-faktor dalam populasi tampak berkorelasi dengan kuat.

6) Menafsirkan hasil

Penafsiran dilakukan dengan mengidentifikasi variabel-variabel yang mempunyai muatan yang besar pada faktor yang sama. Faktor dapat ditafsirkan menurut variabel-variabel yang diberi muatan yang tinggi. Dapat pula dengan melakukan plot variabel-variabel menggunakan muatan faktor sebagai koordinatnya. Jika sebuah faktor tidak dapat didefinisikan dengan jelas menurut variabel aslinya, maka faktor tersebut harus diberi label sebagai sebuah faktor yang tidak terdefinisi atau sebuah faktor umum.

7) Menghitung skor

Secara sederhana, sebuah faktor adalah sebuah kombinasi linear variabel-variabel asli. Skor faktor-faktor tersebut untuk faktor ke- i diestimasi sebagai berikut:

$$F_i = W_{i1}X_1 + W_{i2}X_2 + W_{i3}X_3 + \dots + W_{ik}X_k$$

dimana:

F_i = estimasi faktor ke- i

W_i = bobot skor faktor

k = banyaknya variabel

Koefisien skor faktor, digunakan untuk mengkombinasikan variabel-variabel standar yang diperoleh dari matriks koefisien skor-skor faktor.

8) Memilih variabel pengganti

Dengan menguji matriks faktor, dapat memilih setiap faktor variabel muatan tertinggi atas faktor itu. Variabel tersebut kemudian dapat digunakan sebagai sebuah variabel pengganti untuk faktor yang berhubungan.