

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif karena lebih mengarahkan masalah menjadi suatu hubungan kausalitas sehingga hubungan antar variabel dapat dijelaskan. Penelitian ini termasuk dalam penelitian kausa, yang berdasarkan pada kejadian sebab akibat.¹ Penelitian ini menitikberatkan pada pengujian hipotesis sehingga data yang digunakan harus terukur, dan akan menghasilkan kesimpulan yang dapat digeneralisasikan. Metode yang digunakan adalah metode survei, dimana pada penelitian ini peneliti memilih keseluruhan responden dalam hal ini nasabah sebagai sampel dan memberikan mereka kuisioner yang sudah baku.

B. Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Travel and Tour UIN Sunan Ampel yang berlokasi di Jl.A.Yani 117 Surabaya. Penelitian dilakukan pada tanggal 1 April sampai dengan 30 Mei 2014.

C. Populasi dan Sampel penelitian

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas atau karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik

¹Muhammad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam: Pendekatan Kuantitatif*, (Jakarta: Rajawali, 2008), 93.

kesimpulannya.² Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan tiket *Travel and Tour* UIN Sunan Ampel pada bulan April 2014 yang berjumlah 30 pelanggan.

2. Sampel

Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.³ Sedangkan menurut Sekaran, pengambilan sampel (*sampling*) adalah proses memilih sejumlah elemen secukupnya dari populasi, sehingga penelitian terhadap sampel dan pemahaman tentang sifat atau karakteristiknya akan memudahkan dalam mengeneralisasikan sifat atau karakteristik pada elemen populasi.⁴ Sedangkan pengumpulan data yang menggunakan seluruh elemen populasi disebut dengan sensus.⁵

Berdasarkan definisi sampel di atas maka teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah menggunakan metode sensus, dimana keseluruhan anggota populasi digunakan sebagai sampel. Dikarenakan populasinya adalah seluruh pelanggan *Travel and Tour* per April 2014 berjumlah 30 orang pelanggan, maka sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah 30 orang atau pelanggan.

D. Variabel Penelitian

² Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, 39.

³ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung:Alfabeta, 2008), 116.

⁴ Uma Sekaran, *Metodologi Penelitian Untuk Bisnis*, (Jakarta:Salemba Empta, 2006), 123.

⁵ Arikunto Suharsimi, *Prosedur Penelitian...*, 130.

Di dalam penelitian ini peneliti menggunakan tiga variabel yang terdiri dari dua variabel independen dan satu variabel dependen. Berikut penjelasannya, yaitu:

a. Variabel Independen (Variabel X)

Variabel ini sering disebut variabel *stimulus*, *prediktor* dan *antecedent*. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel bebas.⁶ Variabel bebas dalam penelitian ini X₁ (harga) dan X₂ (lokasi). Harga dan lokasi dari masing-masing variabel tersebut dapat diukur dengan faktor-faktor yang mempengaruhinya yang dituangkan dalam sebuah kuesioner.

b. Variabel Dependen (Variabel Y)

Variabel ini merupakan variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas.⁷ Variabel dependen dalam penelitian ini adalah peningkatan penjualan yang terfokus pada peningkatan penjualan tiket di *Travel and Tour* UIN Sunan Ampel.

E. Definisi Operasional

Agar lebih terarah dan tidak salah pengertian mengenai penelitian yang ditulis oleh peneliti dengan judul **‘Pengaruh Harga dan Lokasi Terhadap Peningkatan Penjualan Tiket di *Travel and Tour* UIN Sunan Ampel’**, maka perlu dijelaskan tentang definisi dari masing-masing variabel yang diteliti. Berikut penjelasannya, yaitu:

⁶ Ibid, 39

⁷ Asep Hermawan, *Penelitian Bisnis: Paradigma Kuantitatif*, (Jakarta: PT Grasindo, 2005), 53.

1. Harga (X_1) adalah jumlah uang yang dibebankan untuk sebuah produk atau jasa.⁸
2. Lokasi (X_2) adalah Tempat termasuk kegiatan-kegiatan perusahaan yang membuat produk tersedia bagi pelanggan sasaran.⁹
3. Peningkatan penjualan (Y) adalah total penjualan yang dinilai dengan unit oleh perusahaan dalam periode tertentu untuk mencapai laba yang maksimal sehingga dapat menunjang pertumbuhan perusahaan.¹⁰

F. Uji Validitas dan Reliabilitas

1. Uji Validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrumen.¹¹ Pengujian ini dilakukan dengan menguji pernyataan yang terdapat dalam kuisioner yang meliputi harga, lokasi dan peningkatan penjualan. Untuk melakukan uji validitas dari kuisioner digunakan metode *corrected item-total correlation*. Uji validitas dengan menggunakan metode ini dilakukan dengan cara mengkorelasikan masing-masing skor total item dan melakukan koreksi terhadap efek *spurious overlap* (nilai koefisien korelasi yang overestimasi).

Suatu alat ukur dapat dikatakan valid apabila nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$.

Untuk sampel yang berjumlah 20 maka $r_{tabel} = 0,468$. Sehingga item

⁸ Philip Kotler, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Jilid 1, (Jakarta: Erlangga, 1997), 339.

⁹ Irwan Sahaja, "Bauran Pemasaran Jasa", <http://irwansahaja.blogspot.com/2013/05/bauran-pemasaran-jasa.html>, Diakses pada 12 Mei 2014

¹⁰ Fandy Fandy, *Strategi Pemasaran*, Edisi III (Yogyakarta.: ANDI, 2008), 249.

¹¹ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian*. (Jakarta: Rineka Cipta, 2002), 144

dalam kuisioner yang digunakan pada penelitian ini dapat dikatakan valid apabila nilai $r_{hitung} > 0,468$. Sehingga dapat dijelaskan pada tabel di bawah ini:

a) Variabel X_1 (Harga)

Tabel 3.1
Hasil Uji Validitas Variabel X_1 (Harga)

No	Pertanyaan	R hitung	R tabel	Peningkatan penjualan	Keterangan
1.	P1	0,671	0,468	> 0,468	Valid
2.	P2	0,803	0,468	> 0,468	Valid
3.	P3	0,658	0,468	> 0,468	Valid
4.	P4	0,607	0,468	> 0,468	Valid

Berdasarkan tabel 3.1 di atas maka dapat disimpulkan bahwa masing-masing item pertanyaan memiliki nilai R hitung lebih besar dari R tabel (0.468) sehingga dapat dikatakan masing-masing item pernyataan dapat dikatakan valid yaitu mampu mengukur variabel peningkatan penjualan tiket.

b) Variabel X_2 (Lokasi)

Tabel 3.2
Hasil Uji Validitas Variabel X_2 (Lokasi)

No	Pertanyaan	R hitung	R tabel	Peningkatan penjualan	Keterangan
1.	P1	0,503	0,468	> 0,468	Valid
2.	P2	0,518	0,468	> 0,468	Valid
3.	P3	0,487	0,468	> 0,468	Valid
4.	P4	0,548	0,468	> 0,468	Valid

Berdasarkan tabel 3.2 di atas maka dapat disimpulkan bahwa masing-masing item pertanyaan memiliki nilai R hitung lebih besar dari R

tabel (0.468) sehingga dapat dikatakan masing-masing item pernyataan dapat dikatakan valid yaitu mampu mengukur variabel peningkatan penjualan tiket.

c) **Variabel Y (Peningkatan Penjualan)**

Tabel 3.3

Hasil Uji Validitas Variabel Y (Peningkatan Penjualan)

No	Pertanyaan	R hitung	R tabel	Peningkatan penjualan	Keterangan
1.	P1	0,593	0,468	> 0,468	Valid
2.	P2	0,518	0,468	> 0,468	Valid
3.	P3	0,537	0,468	> 0,468	Valid
4.	P4	0,468	0,468	> 0,468	Valid

Berdasarkan tabel 3.3 di atas maka dapat disimpulkan bahwa masing-masing item pertanyaan memiliki nilai R hitung lebih besar dari R tabel (0.468) sehingga dapat dikatakan masing-masing item pernyataan dapat dikatakan valid yaitu mampu mengukur variabel peningkatan penjualan tiket.

2. Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono, Instrumen yang reliabel berarti instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur obyek yang sama, akan menghasilkan data yang sama, yang berarti bahwa reliabilitas berhubungan dengan konsistensi, akurasi, dan ketepatan yang ditunjukkan oleh suatu angka yang disebut koefisien reliabilitas.¹²

Disamping penjelasan diatas, berikut penjelasan Arikunto mengenai reliabilitas:

¹² Sugiyono. *Statistika...*, 267.

*Reliabilitas menunjuk pada suatu pengertian bahwa sesuatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut sudah baik. Instrumen yang baik tidak akan bersifat tendensius mengarahkan responden untuk memilih jawaban-jawaban tertentu. Instrumen yang sudah dapat dipercaya, yang reliabel akan menghasilkan data yang dapat dipercaya juga. Apabila datanya memang benar sesuai dengan kenyataannya, maka pada berapa kali pun diambil, tetap akan sama. Reliabilitas menunjuk pada tingkat keandalan sesuatu. Reliabel artinya dapat dipercaya, jadi dapat diandalkan.*¹³

Untuk menghitung reliabilitas dilakukan dengan menggunakan koefisien *Croanbach Alpha*.¹⁴ Instrumen dikatakan reliabel jika memiliki *Croanbach Alpha* > 0.60.¹⁵ Perhitungan reliabilitas dalam penelitian ini dengan bantuan SPSS versi 19.

Sehingga Hasil Uji Reliabilitas dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 3.4
Hasil Uji Reliabilitas

No	Varibel	<i>Cronbach Alpha</i>	Keterangan
1	Harga (X ₁)	0,840	Reliabel
2	lokasi (X ₂)	0,695	Reliabel
3.	Peningkatan Penjualan (Y)	0,680	Reliabel

Pada penelitian ini diperoleh hasil uji reabilitas untuk variabel X₁ sebesar 0,840, (X₂) sebesar 0,695 dan variabel Y sebesar 0,680. Dari hasil pengujian reliabilitas masing-masing variabel > 0.60 Sehingga instrument dikatakan reliabel atau konsisten.

¹³ Arikunto Suharsimi, *Prosedur Penelitian ...*, 178.

¹⁴ Husein Umar, *Research Methods ...*, 135.

¹⁵ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, (Semarang: Badan Penerbit UNDIP, 2005), 41 – 45.

G. Data dan Sumber Data

1. Jenis Data

Sesuai dengan tujuan yang dirumuskan maka data yang diperoleh dan dihimpun oleh peneliti, yaitu:

a. Hasil wawancara

- 1) Data mengenai produk yang dijual di *Travel and Tour* UIN Sunan Ampel.
- 2) Data mengenai harga produk di *Travel and Tour* UIN Sunan Ampel.

b. Hasil Kuisisioner

- 1) Data mengenai pengaruh harga dan lokasi terhadap peningkatan penjualan tiket di *Travel and Tour* UIN Sunan Ampel.

2. Sumber Data

Yang dimaksud sumber data dalam penelitian adalah subjek dari mana data dapat diperoleh.¹⁶

Adapun sumber data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Sumber Data Primer

Dalam penelitian ini data primer diperoleh langsung dari sumbernya. Data dari penelitian ini diperoleh dari pengguna produk dari *travel and tour* UIN Sunan Ampel serta data yang diperoleh secara langsung dari perusahaan, melalui wawancara dengan

¹⁶ Arikunto Suharsimi, *Prosedur Penelitian ...*, 129.

pimpinan perusahaan, kepala bagian pemasaran, dan karyawan yang berhubungan dengan masalah yang dibahas.

b. Sumber Data sekunder

Sumber data sekunder yang diperoleh dari penelitian ini adalah data yang diperoleh peneliti melalui buku-buku yang berkaitan dengan penelitian ini, literatur, dan artikel yang didapat dari website.¹⁷ Data sekunder dalam penelitian ini meliputi hasil wawancara penulis dengan pegawai *Travel and Tour* UIN Sunan Ampel bagian pemasaran, pimpinan *Travel and Tour* UIN Sunan Ampel, serta dokumen tentang laporan pendapatan *Travel and Tour* UIN Sunan Ampel pada bulan Januari sampai dengan bulan Mei 2014.

H. Teknik Pengumpulan Data

Prosedur pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan beberapa cara, yaitu:

1. Kuisisioner

Kuisisioner disebut juga sebagai angket atau *self administrated questioner* adalah teknik pengumpulan data dengan cara mengirimkan suatu daftar pernyataan kepada responden untuk diisi.¹⁸

Kuisisioner yang akan digunakan bersifat tertutup dengan skala *Likert*, dalam hal ini skala likert yang digunakan yaitu sangat setuju, setuju, kurang setuju, tidak setuju dan sangat tidak setuju. Untuk lebih

¹⁷ Ibid, 19.

¹⁸ Chaidir Fazri H, *Pengaruh Produk, Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pelanggan Melakukan Pemesanan Tempahan Pakaian Pada Ita Mode Medan*. (Skripsi--Medan: Universitas Sumatera Utara, 2008),

jelasan, di bawah ini ada tabel yang menjelaskan pernyataan serta skor yang digunakan dalam kuisisioner penelitian ini, yaitu:

Tabel 3.5

Bobot Penilaian Setiap Jawaban

No	Pernyataan	Skor
1	Sangat setuju	5
2	Setuju	4
3	Kurang setuju	3
4	Tidak setuju	2
5	Sangat tidak setuju	1

Sumber: Morisson (2012:89)

2. Wawancara

Wawancara adalah salah satu teknik pengumpulan data yang akurat untuk keperluan proses pemecahan masalah tertentu, yang sesuai dengan data. Pencarian data dengan teknik ini dapat dilakukan dengan cara tanya jawab secara lisan dan bertatap muka langsung antara orang seorang atau beberapa orang pewawancara dengan seorang atau beberapa orang yang diwawancarai.¹⁹ Wawancara dalam penelitian ini dilakukan dengan bagian pemasaran mengenai data harga jual yang ditetapkan, lokasi dan volume penjualan tiket *tour and travel* UIN Sunan Ampel.

I. Teknik Analisis Data

1. Uji Asumsi Klasik

Untuk mendapatkan model regresi yang baik harus terbebas dari penyimpangan data yang terdiri dari normalitas, heteroskedastisitas, multikolinearitas. Berikut penjelasan dari masing-masingnya, yaitu:

¹⁹Muhammad, *Metode Penelitian Ekonomi Islam*, 151.

a. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah distribusi sebuah data yang didapatkan mengikuti atau mendekati hukum sebaran normal baku.²⁰ apakah populasi data berdistribusi normal atau tidak. Dalam penelitian ini uji normalitas digunakan untuk menguji data jawaban dari responden yang terdiri dari harga, lokasi dan penjualan. Untuk pengujian normalitas data dalam penelitian ini menggunakan metode *one sample kolmogorov smirnov*. Pada pengujian ini data berdistribusi normal apabila nilai signifikansi (Asym Sig 2 tailed) $> 0,05$. Pada hasil pengujian yang telah dilakukan diketahui nilai (Asym Sig 2 tailed) sebesar 0,125. Sehingga data berdistribusi normal.

Cara lain untuk mengetahui data berdistribusi normal atau tidak adalah dengan menggunakan analisis grafik P-Plot yang dihasilkan melalui perhitungan regresi dari SPSS 19. Pada pengujian ini data menyebar mengikuti garis diagonal, sehingga data berdistribusi dengan normal.

b. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas muncul apabila kesalahan dari metode yang diamati tidak memiliki varian yang konstan dari suatu observasi ke observasi lainnya. (Hanke & Reitsch, 1998: 259).

Artinya setiap observasi memiliki reliabilitas yang berbeda akibat

²⁰ M. Nisfiannor , *Pendekatan Statistika Modern untuk Ilmu Sosial*, (Jakarta: Salemba Empat, 2009), 91.

perubahan kondisi yang melatarbelakangi tidak terangkum dalam spesifikasi model.²¹

Cara yang digunakan dalam pengujian ini adalah dengan uji *Spearman's Rho*. Uji *Spearman's Rho* dilakukan dengan menganalisis spearman antara residual dengan masing-masing variabel independen. Jika nilai signifikansi antara variabel independen dengan *residual* lebih dari 0,05 maka tidak terjadi heterokedastisitas.

c. Uji Multikoleniaritas

Uji Multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan korelasi antar variable bebas. Dalam regresi yang baik sebaiknya tidak terjadi korelasi di antara variabel bebas.²² Multikolinearitas ini biasanya terjadi ketika sebagian besar variabel yang digunakan saling terkait satu sama lain di dalam model.

Untuk mengetahui ada tidaknya multikolinearitas di dalam sebuah model dapat diidentifikasi dari VIF. Apabila nilai VIF lebih besar dari 10 maka variabel tersebut mempunyai persoalan multikoleniaritas dengan variabel lainnya.

2. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda adalah hubungan secara linear antara dua atau lebih variabel independen dengan variabel dependen (Y).

²¹ Duwi, 2011, Uji Heteroskedastisitas, <http://duwiconsultant.blogspot.com/2011/11/uji.Heteroskedastisitas.html>, diakses pada 25 April 2014.

²² Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, 91

Analisis ini untuk mengetahui arah hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen berhubungan positif atau negatif dan untuk memprediksi nilai dari variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan. Persamaan regresi linear berganda sebagai berikut, yaitu:²³

$$\text{Rumus: } Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + e$$

$$Y = 5,194$$

Dimana:

\hat{Y} = Peningkatan Penjualan

a = konstanta

X_1 = Harga

X_2 = Lokasi

b_1 = koefisien regresi variabel antara x_1 dan Y

b_2 = koefisien regresi variabel antara x_2 dan Y

3. Uji Hipotesis

a. Uji F

Uji F disebut juga dengan uji ANOVA, yaitu *Analysist of Variance*. Kegunaan uji F sama dengan uji t, yaitu untuk mengetahui ada tidaknya perbedaaan rata-rata atau nilai tengah suatu data. Namun perbedaannya hanya pada kelompok datanya, dimana pada uji F kelompok data yang diuji lebih dari dua kelompok.²⁴ Dalam penelitian ini uji F digunakan untuk mengetahui signifikansi pengaruh antara dua variabel bebas (harga dan lokasi) terhadap

²³Duwi Prayitno, *Mandiri Belajar SPSS*, 73.

²⁴Ali Baroroh, *Trik-Trik Analisis Statistik SPSS 15*, (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2008), 79.

variabel terikat (penjualan tiket). Langkah-langkah uji F adalah, sebagai berikut:

1) Perumusan Hipotesis

H_0 = Tidak ada pengaruh secara simultan dari harga dan lokasi terhadap peningkatan penjualan tiket di *Travel and Tour* UIN Sunan Ampel.

H_a = Ada pengaruh secara simultan dari harga dan lokasi terhadap peningkatan penjualan tiket di *Travel and Tour* UIN Sunan Ampel.

2) Menentukan tingkat signifikansi $\alpha = 5\%$

$$F_{\text{tabel}} = F ; n-k-1$$

3) Kriteria Penolakan atau Penerimaan

i. $F_{\text{hitung}} \leq F_{\text{tabel}}$ maka H_a ditolak ini berarti tidak terdapat pengaruh simultan oleh variabel x dan Y

ii. $F_{\text{hitung}} \geq F_{\text{tabel}}$ maka H_a diterima ini berarti terdapat pengaruh simultan oleh variabel x dan Y.

b. Uji t

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi variabel independen secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.²⁵ Pengujian dilakukan dengan langkah-langkah sebagai berikut, yaitu:

²⁵Asnawidan Mashuri, *Metodologi Riset Pemasaran*, (Malang: UIN Maliki Press, 2011) 182.

1) Perumusan Hipotesis

H_0 = Tidak ada pengaruh secara parsial dari harga dan lokasi terhadap peningkatan penjualan tiket di *Travel and Tour* UIN Sunan Ampel.

H_a = Ada pengaruh secara parsial dari harga dan lokasi terhadap peningkatan penjualan tiket di *Travel and Tour* UIN Sunan Ampel.

2) Menentukan tingkat signifikansi $\alpha = 5\%$

$$t_{\text{tabel}} = t ; n-k-1$$

3) Penentuan kriteria penolakan atau penerimaan

- i. $t_{\text{hitung}} \leq t_{\text{tabel}}$ maka H_a ditolak, ini berarti tidak terdapat pengaruh parsial oleh variabel x dan Y
- ii. $t_{\text{hitung}} \geq t_{\text{tabel}}$ maka H_a diterima, ini berarti terdapat pengaruh parsial oleh variabel x dan Y