

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah *explanatory research*. Penelitian *explanatory research* merupakan penelitian yang menyoroti pengaruh antara variabel penelitian dan menguji hipotesis. Menurut Sugiyono (2013:21) mengatakan bahwa penelitian eksplanatori adalah penelitian yang bermaksud menjelaskan kedudukan variabel-variabel yang diteliti serta pengaruh antara variabel yang satu dengan variabel yang lain. Maka dalam penelitian ini mencari tahu pengaruh antar variabel yang diteliti yaitu variabel *customer experience* (X1), kualitas pelayanan (X2), harga (X3) sedangkan variabel (Y) terkait dengan kepuasan pengunjung.

B. Lokasi Penelitian

Lokasi dalam penelitian ini yaitu pada Dusun Lasah, Desa Tawangargo, Kecamatan Karangploso, Kabupaten Malang, Jawa Timur.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi menurut Japariato (2018:27) mengatakan bahwa populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. Sedangkan menurut

Sugiyono (2019:126) menjelaskan populasi merupakan keseluruhan elemen yang akan dijadikan wilayah generalisasi.

2. Sampel Penelitian

Sampel adalah sebagian atau wakil dari populasi yang diteliti karena tidak mungkin mencakup seluruh populasi. Sampel yang dipilih untuk penelitian harus mewakili populasi secara keseluruhan (Apriyani & Maya, 2022). Sugiyono (2019:127) juga menjelaskan didalam bukunya bahwa sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Penentuan jumlah sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus teori Roscoe. Teori Roscoe menurut Bahri (2018:74) mengatakan bila dalam penelitian akan melakukan analisis dengan multivariate (kolerasi atau regresi ganda), maka jumlah anggota sampel minimal 10 kali jumlah variabel yang diteliti.

Jadi karena penelitian ini terdiri dari 4 variabel, maka jumlah sampelnya adalah $4 \times 10 = 40$ responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *accidental sampling*. *Accidental sampling* menurut Bahri (2018:65) menyebutkan bahwa teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, sehingga peneliti bisa mengambil sampel pada siapa saja yang ditemui tanpa perencanaan sebelumnya.

D. Sumber Data

Dalam penelitian ini menggunakan sumber data primer yang merupakan data yang langsung didapatkan dari sumber data pertama di lokasi penelitian atau

objek penelitian yang artinya diperoleh langsung dari sumber asli dan tidak melalui perantara (Pakpahan et al. 2021:79). Pengumpulan data primer ini dilakukan secara langsung oleh peneliti untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan penelitian. Data primer dalam penelitian ini diperoleh dari hasil kuisisioner yang dibagikan kepada pengunjung Dusun Sahabat Alam Kabupaten Malang.

E. Jenis Data

Sugiarto (2017:203) menyatakan bahwa data kuantitatif adalah data yang berbentuk bilangan atau angka. Data kuantitatif merupakan data yang berskala ukur interval dan raasio. Data yang diperoleh dalam bentuk angka dilakukan dengan metode kuesioner.

F. Definisi Operasional Variabel

Menurut Yin (2018), definisi operasional merupakan konsep yang menjelaskan bagaimana variabel dalam penelitian akan diukur dan dioperasikan. Definisi operasional ini penting agar hasil penelitian dapat diverifikasi oleh peneliti lainnya dan digunakan dalam pengambilan keputusan yang berdasarkan data. Maka dari itu mengidentifikasi jenis serta indikator variabel yang dimasukan dalam penelitian diperlukan operasional variabel. Operasional variabel memiliki tujuan untuk memastikan pengukuran setiap variabelnya, sehingga pengujian hipotesis memerlukan alat bantu yang sesuai dan tepat. Varibel dalam penelitian terdiri dari 2 variabel independen dan 1 variabel dependen. Indikator variabel-

variabel tersebut akan dipergunakan sebagai pengukur variabel penelitian dengan penjelasan sebagai berikut :

Tabel 3. 1 Definisi Operasional

Variabel	Indikator	Item
Customer Experience (X1) Pengalaman pelanggan mencakup semua interaksi yang dilakukan konsumen dengan sebuah bisnis, termasuk interaksi yang terjadi sebelum, setelah, dan selama konsumsi (Keni & Sandra 2021)	1. <i>Sense</i> (panca indera)	a. pengalaman visual yang menarik. b. Tenang selama kunjungan c. Suasana alam lingkungan tersebut terasa menyenangkan. d. Kesejukan udara di lokasi memberi kepenatan pengunjung e. Fasilitas terasa nyaman digunakan.
	2. <i>Feel</i> (perasaan)	a. Perasaan senang selama berada di Dusun Sahabat Alam Batu. b. Rasa rileks dan nyaman saat mengunjungi tempat ini.
	3. <i>Think</i> (Berpikir)	a. Memperoleh pengalaman yang menyentuh saat kunjungan b. Memperoleh informasi atau pengetahuan baru selama berada di Dusun Sahabat Alam Batu.
	4. <i>Act</i> (<i>Tindakan Fisik</i>)	a. Terdorong untuk kembali mengunjungi Dusun Sahabat Alam Batu setelah pengalaman sebelumnya. b. Pengalaman yang menginspirasi untuk menjalani gaya hidup yang lebih dekat dengan alam.
Harga (X2) “Harga adalah sejumlah nilai atau uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa untuk jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat - manfaat harga yang telah menjadi faktor	1. Keterjangkauan harga	a. Biaya fasilitas yang terjangkau b. Harga Konsumsi yang murah
	2. Kesesuaian harga dengan kualitas layanan	a. Pelanggan merasakan harga sebanding dengan kualitas pelayanan yang diberikan b. Pelanggan puas dengan kualitas produk/jasa yang dipatkan sesuai dengan harga yang dibayarkan
	3. Daya saing harga	a. Harga yang ditawarkan oleh Dusun Sahabat Alam Batu

penting yang mempengaruhi pilihan pembeli” Cahya (2024).		lebih kompetitif dibandingkan tempat wisata alam lain. b. Dusun Sahabat Alam Batu menawarkan nilai lebih baik dibandingkan tempat wisata lain dengan harga yang sama.
	4. Kesesuaian harga dengan manfaat	a. Persepsi konsumen terhadap manfaat yang diperoleh sesuai dengan harga yang dibayar
Kualitas Pelayanan (X3) Berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan Meryawan (2024.139)	1. Berwujud (<i>tangibles</i>)	a. Fasilitas fisik di Dusun Sahabat Alam Batu yang bersih dan terawat. b. Peralatan dan perlengkapan wisata terlihat modern dan layak digunakan. c. Penampilan staf/karyawan rapi dan profesional.
	2. Keandalan (<i>Reability</i>)	a. Kemampuan memberikan layanan sesuai janji kepada konsumen b. Staf/karyawan dapat diandalkan
	3. Daya Tanggap (<i>Responsive ness</i>)	a. Karyawan bersikap proaktif dalam memberikan informasi atau bantuan. b. Pengelola cepat merespons pertanyaan atau keluhan dari pengunjung.
	4. Jaminan (<i>Assurance</i>)	a. Sikap sopan santun dan profesionalisme petugas b. Rasa aman dan nyaman yang dirasakan pelanggan dalam berinteraksi dengan petugas c. Kepercayaan pelanggan terhadap informasi dan layanan yang diberikan
	5. Empati (<i>Empathy</i>)	a. Kemampuan petugas memberikan perhatian secara individual kepada pelanggan b. Kesiediaan mendengarkan keluhan, masukan, atau pertanyaan pelanggan c. Kepekaan petugas terhadap kondisi atau situasi khusus pelanggan

Kepuasan Pelanggan (Y) Sebagai perasaan atau evaluasi yang timbul setelah membandingkan antara harapan atau ekspektasi yang dimiliki pelanggan terhadap suatu produk atau layanan dengan kenyataan yang mereka alami setelah mengonsumsi produk atau layanan tersebut Cahya (2024)	1. Kualitas Produk	a. Puas dengan kualitas pelayanan yang diterima sesuai dengan harapan pelanggan b. Puas dengan pilihan layanan dan produk yang ditawarkan sesuai kebutuhan
	2. Emosi	a. Tingkat kebahagiaan atau kegembiraan yang dirasakan
	3.	b. pelanggan selama atau setelah pengalaman bertransaksi
	4. Kemudahan	a. Kemudahan dalam memperoleh informasi mengenai jadwal dan tarif harga b. Kemudahan dalam mengakses lokasi Dusun Sahabat Alam Batu.

Sumber: Diolah Oleh Peneliti (2025)

G. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan metode kuisioner. Menurut Sugiyono (2019:199) kuisioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan memberikan pernyataan atau pertanyaan yang tertulis kepada responden untuk dijawab. Pertanyaan dalam penelitian ini diajukan kepada responden dalam hal ini yaitu konsumen pada pengunjung Dusun Sahabat Alam Kabupaten Malang.

Dengan pengukuran skala pada penelitian ini menggunakan skala *likert* 5 (lima) poin, yaitu poin 1 (sangat tidak setuju), 2 (tidak setuju), 3 (cukup), 4 (setuju), 5 (sangat setuju).

Tabel 3. 2 Skala Interval Pembobotan Jawaban Responden

Jawaban	Skor
Sangat Tidak Setuju (STS)	1
Tidak Setuju (TS)	2
Cukup (C)	3
Setuju (S)	4
Sangat Setuju (SS)	5

Sumber (Nurian, 2024)

H. Teknik Analisis Data

1. Uji instrument

a. Uji Validitas

Suatu alat ukur dikatakan valid jika alat tersebut mampu mengukur apa yang seharusnya diukur. Uji validitas adalah derajat ketepatan alat ukur penelitian terhadap isi atau arti sebenarnya yang diukur (Sugiarto 2017:205). Artinya data yang valid adalah data yang tepat dan akurat. Semakin tinggi tingkat ke validan data yang terjadi pada objek penelitian dengan data yang dilaporkan maka semakin tinggi juga validitas data itu sendiri. Indikator dalam kuisioner dikatakan valid apabila $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$ sebaliknya jika nilai $r \text{ hitung} < r \text{ tabel}$ maka tidak valid.

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan instrumen yang digunakan dalam penelitian untuk memperoleh informasi yang diinginkan dan dapat dipercaya sebagai alat pengumpul data yang mampu mengungkap konsistensi dan ketelitian informasi yang sebenarnya di lapangan (Sugiarto 2017:205). Dikatakan reliabel jika instrument yang dicoba

berulang-ulang menghasilkan data yang sama. Indikator dalam kuisioner dikatakan reliabel apabila nilai Cronbach's alpha > Cronbach's Alpha Standar =0,60.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteeroskedastisitas merupakan uji varian yang tidak sama pada seluruh pengamatan di dalam model regresi (Bahri 2018:180). Regresi akan dikatakan baik jika tidak terjadi heteeroskedastisitas dalam model. Uji heteeroskedastisitas yang paling sering digunakan yaitu menggunakan uji Scatterplot dan dikatakan heteeroskedastisitas apabila tidak adanya pola tertentu pada grafik scattertlot. Jika terdapat pola tertentu, seperti titik-titik menyebar di atas dan di bawah maka 0 pada sumbu Y, maka terjadi Heteeroskedastisitas.

Berikut adalah dasar pengambilan keputusan menurut (Santoso, 2016:78) adalah:

- 1) Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik (*point-point*) pada suatu pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar, kemudian menyempit) maka dikatakan heteroskedastisitas.
- 2) Jika tidak memiliki pola yang jelas serta titik-titik yang menyebar di atas maupun di bawa angka nol pada sumbu Y, maka tidak bisa dikatakan heteroskedastisitas.

b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas memiliki tujuan untuk menguji apakah model regresi yang ditemukan terdapat korelasi antar variabel yang independent (Bahri, 2018:168). Model regresi dikatakan baik apabila tidak terjadi korelasi yang sempurna di antara variabel bebasnya. Dasar pengambilan Keputusan uji multikolinieritas apabila nilai tolerance $> 0,10$ maka tidak terjadi multikolinieritas.

Menurut Sanyoso (2016:65) ada 2 (dua) pedoman model regresi yang bisa di katakan multikolinearitas adalah:

- 1) Jika terdapat nilai $VIF < 10$ atau nilai Tolerance $> 0,1$, maka dapat dikatakan tidak terjadi multikolinearitas.
- 2) Jika terdapat nilai $VIF > 10$ atau nilai Tolerance $< 0,1$, maka dapat dikatakan terjadi multikolinearitas

c. Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan uji distribusi data yang akan dianalisis, selanjutnya dilihat apakah penyebarannya di bawah kurva normal atau tidak pada variabel dependennya atau variabel independent (Bahri, 2018:162). Jika titik-titik pada p-plot menyebar disekitar garis diagonal, maka data dianggap terdistribusi dengan normal. Sebaliknya, jika titik-titik menyimpang jauh dari garis maka data tidak terdistribusi dengan normal.

3. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda adalah analisis yang menghubungkan antara dua atau lebih variabel indeviden dengan variabel dependen Bahri (2018 : 38).

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Keterangan:

Y = Kepuasan Konsumen

α = Konstanta

X_1 = *Customer Experience*

X_2 = Harga

X_3 = Kualitas Pelayanan

β = Koefisien Regresi Parsial

e = Standar error

4. Uji Hipotesis

a. Uji F

Uji F bertujuan untuk menguji hipotesis pada semua variabel independent yang telah dimasukan dalam model yang berpengaruh secara Bersama-sama terdapat suatu variabel deppenden serta menentukan model kelayakan model regresi (Bahri, 2018:192). Untuk menguji hipotesis tersebut, perlu menggunakan uji statistic F dengan kriteria pengambilan Keputusan yaitu menguji Tingkat signifikansi pada alpha 5% (0,05) dan membandingkan nilai F hitung dengan F tabel. Dikatakan

berpengaruh secara simultan apabila nilai signifikansi $< 0,05$ sedangkan untuk F hitung $> F$ tabel.

b. Uji t

Uji t bertujuan untuk menguji hipotesis yang berpengaruh pada variabel independent serta individu terhadap variabel dependen. Untuk menguji hipotesis tersebut, perlu menggunakan uji statistik t dengan kriteria pengambilan Keputusan yaitu menguji signifikansi 5% (0,05) dan menguji dengan perbandingan antara t hitung dan t tabel. Dikatakan berpengaruh secara parsial apabila nilai signifikansi $< 0,05$ dan t hitung $> t$ tabel.

5. Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Shahir (2021: 54) koefisien adalah besarnya pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) Jika nilai koefisien determinasi terlihat semakin tinggi, maka kemampuan yang dihasilkan variabel independen (X) dalam menjelaskan variasi perubahan pada variabel dependen (Y) juga akan terlihat semakin tinggi. Koefisien Determinasi (R^2) dilihat dari nilai R^2 itu sendiri, yang berkisar antara 0 sampai 1 (atau 0% sampai 100%).

6. Uji Dominasi

Uji dominasi adalah analisis untuk mengetahui variabel bebas (independen) mana yang paling besar kontribusinya terhadap variabel terikat (dependen) dalam model regresi berganda. Uji ini sangat penting ketika memiliki lebih dari satu variabel independen, dan ingin tahu mana yang paling

berpengaruh atau dominan. Penentuan variabel paling dominan atau paling berpengaruh diperoleh dari koefisien beta masing-masing variable yang dapat dilihat pada uji t pada. Semakin besar nilai absolut Beta standar, semakin besar pengaruh (dominan) variabel independen terhadap variabel dependen.