

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei sebagai sarana untuk mengumpulkan data yang diperlukan melalui pengisian kuesioner. Penelitian kuantitatif adalah pendekatan penelitian yang menggunakan data berupa angka atau variabel-variabel terukur untuk menggambarkan, menganalisis, dan menjelaskan fenomena atau hubungan antara variabel dalam suatu penelitian (Trochim & Donnelly, 2022). Pendekatan ini digunakan untuk mengidentifikasi hubungan antara kualitas layanan, religiusitas, dan *persepsi hotel atmosphere* terhadap niat berkunjung kembali di Rayz Hotel UMM. Pendekatan kuantitatif merupakan metode penelitian yang menggunakan angka dan data yang terukur untuk menganalisis dan menggambarkan fenomena yang diteliti.

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Rayz Hotel UMM, yang merupakan objek utama dari studi ini. di Rayz Hotel UMM merupakan hotel yang berlokasi di UMM (Universitas Muhammadiyah Malang) atau wilayah terdekatnya. Penelitian ini memilih di Rayz Hotel UMM. sebagai lokasi penelitian karena letaknya yang berada di lingkungan kampus Universitas Muhammadiyah Malang (UMM) dan merupakan badan amal usaha Muhammadiyah.

2. Waktu Penelitian:

Waktu penelitian ini dilakukan selama 2 bulan, mulai dari bulan November hingga Desember. Rentang waktu yang lebih lama dapat memberikan gambaran yang lebih lengkap tentang efek kualitas layanan, religiusitas, dan *persepsi hotel atmosphere* terhadap niat berkunjung kembali. Pemilihan waktu penelitian selama 2 bulan pada Rayz Hotel UMM.

C. Populasi, Sampel, dan Sampling

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2017). Sedangkan menurut Indrianto dan

Supomo (2016), populasi merupakan sekelompok orang, kejadian atau atau segala segala sesuatu yang mempunyai karakteristik tertentu. Populasi dalam penelitian ini adalah pengunjung yang pernah berkunjung atau menginap di Rayz Hotel UMM.

2. Sampel dan Sampling

Sampel adalah sebagian kecil dari keseluruhan jumlah dan karakteristik yang ada dalam populasi, Wicaksono (2022). Metode pengambilan sampel yang diterapkan dalam penelitian ini mengacu pada rumus yang diajukan oleh Ferdinand (2014) karena ukuran populasi penelitian belum diketahui dengan pasti dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{Jumlah Sampel} = \text{jumlah indikator} \times (5 \text{ sampai } 10)$$

Hair, et al (2010) mengemukakan bahwa ukuran sampel yang optimal biasanya berkisar antara 100 hingga 200 responden. Namun, ukuran sampel ini dapat disesuaikan dengan jumlah indikator yang terdapat dalam kuesioner, dengan catatan bahwa sebaiknya memiliki 5 hingga 10 kali jumlah indikator yang ada. Pada penelitian ini terdapat 14 indikator yang digunakan.

Penelitian ini terdapat 14 indikator penelitian dipilih angka 5-10 sebagai pengalinya, dengan perhitungan:

$$\begin{aligned} &5 \times 14 \text{ sampai } 10 \times 14 \text{ sampel} \\ &5 \times 14 = 70 \text{ sampai } 10 \times 14 = 140 \text{ sampel} \end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan diatas, batas minimum sampel 70 dan batas maksimum sampel 140, sehingga pada penelitian ini peneliti mengambil sebanyak 88 responden.

Pada penelitian ini peneliti menggunakan metode Accidental sampling (atau disebut juga sebagai convenience sampling) adalah metode pengambilan sampel di mana responden dipilih berdasarkan ketersediaan, kemudahan akses, atau kebetulan. Metode ini digunakan oleh peneliti karena sumber daya atau waktu yang terbatas, dan peneliti memilih responden yang mudah diakses atau yang ada di sekitar mereka.

D. Pengembangan Instrumen Penelitian

Teknik yang digunakan untuk mengukur variabel penelitian ini yaitu skala likert. Menurut Sugiyono (2012) skala likert adalah teknik pengukuran yang digunakan untuk mengukur persepsi, sikap, dan pendapat dari individu

atau kelompok orang mengenai fenomena sosial. Skala likert digunakan dalam mengukur pertanyaan yang ada pada tiap indikator dalam variabel. Terdapat 5 tingkatan yang memiliki bobot pada masing – masing tingkatan yang terdiri dari 1 sampai 5 dimulai dari tidak setuju hingga sangat setuju.

Tabel 3.2
Skala Likert

No.	Skala Jawaban	Skor
1.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1
2.	Tidak Setuju (TS)	2
3.	Netral (N)	3
4.	Setuju (S)	4
5.	Sangat Setuju (SS)	5

(Sumber: Sugiono, 2012)

Dari alternative jawaban responden menggunakan skala likert, maka perlu dilakukan pengelompokan jawaban responden berdasarkan nilai indeks yang akan diperoleh dari perhitungan Rentang Skala. Berikut adalah rumus yang dapat digunakan untuk menghitung rentang skala menurut (Husein, 2010):

$$RS = \frac{n(m-1)}{m} = \frac{88(5-1)}{5} = 70,4 = 70$$

Keterangan :

RS = Rentang Skala

m = Jumlah alternative jawaban setiap item

n = Jumlah Sampel

Dengan demikian kategori skala dapat ditentukan sebagai berikut :

Berdasarkan hasil perhitungan, telah diperoleh rentang skala sebesar 70 dengan demikian skala penelitian kualitas pelayanan, religiusitas, persepsi hotel atmosphere, dan niat berkunjung kembali dapat dilihat dalam table berikut:

Tabel 3.3
Rentang Skala

Interval	Persepsi Kualitas Pelayanan	Religiusitas	Persepsi <i>hotel atmosphere</i>	Niat Berkunjung Kembali
88-157,4	Sangat Tidak Baik	Sangat Tidak Baik	Sangat Tidak Sesuai	Sangat Tidak Yakin
158,4-227,8	Tidak Baik	Tidak Baik	Tidak Sesuai	Tidak Yakin
228,4-298,2	Cukup Baik	Cukup Baik	Cukup Sesuai	Cukup Yakin
299,2-368,6	Baik	Baik	Sesuai	Yakin
369,6-440	Sangat Baik	Sangat Baik	Sangat Sesuai	Sangat Yakin

E. Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data

1. Sumber Data

Sumber data adalah sumber atau sumber-sumber yang digunakan dalam penelitian atau analisis untuk mengumpulkan informasi atau data yang diperlukan (Susanto, 2020). Sumber data yang digunakan oleh peneliti adalah berupa kuesioner dengan mendapatkan data salah satu keluarga mahasiswa UMM manajemen Angkatan 2020 yang pernah menginap dan berkunjung ke Rayz Hotel UMM. Data ini mencakup berbagai aspek, seperti persepsi konsumen tentang Persepsi kualitas pelayanan yang mereka terima selama menginap, sejauh mana faktor religiusitas memengaruhi niat mereka untuk kembali, dan bagaimana Persepsi atmosfer hotel mempengaruhi pengalaman mereka secara keseluruhan. Data ini membantu dalam menganalisis pengaruh variabel-variabel yang diteliti terhadap niat berkunjung kembali.

2. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah metode atau pendekatan yang digunakan untuk mengumpulkan informasi atau data yang diperlukan dalam sebuah penelitian atau studi (Utama & Indriani, 2020). Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dapat melalui kuesioner dimana Peneliti dapat merancang kuesioner yang mencakup pertanyaan terkait kualitas layanan, religiusitas, hotel atmosphere, dan niat berkunjung kembali. Kuesioner ini dapat didistribusikan kepada konsumen yang telah berkunjung ataupun menginap di Rayz Hotel UMM. Data yang diperoleh dari kuesioner dapat dianalisis untuk mengidentifikasi hubungan antara variabel-variabel yang diteliti.

F. Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan PLS: Validitas, Reabilitas, dan T-Statistik untuk menganalisis data dalam penelitian ini, digunakan Partial Least Squares (PLS) sebagai metode analisis statistik. Partial Least Squares (PLS) bertujuan untuk menguji validitas, reliabilitas, dan signifikansi statistik (Hair & Hult, 2021) dari variabel-variabel yang terkait dengan Strategi Pengembangan Produk Penetrasi Pasar, dan Program Membership terhadap Minat Beli Konsumen.

1. Validitas: Pada analisis data dengan PLS, validitas biasanya dievaluasi melalui validitas konvergen dan validitas diskriminan.
 - a. Validitas Konvergen: *Convergent validity assesses the extent to which each indicator used in measuring a variable correlates strongly with the measured construct.* Validitas konvergen mengukur sejauh mana setiap indikator yang digunakan dalam pengukuran variabel memiliki korelasi yang kuat dengan konstruk yang diukur (Rodriguez & Garcia, 2021). Dalam penelitian ini, validitas konvergen akan diuji dengan memeriksa tingkat beban faktor (factor loading) antara variabel (seperti pengembangan produk, penetrasi pasar, dan program membership) dengan indikator-indikatornya dalam model PLS. Jika beban faktor signifikan dan kuat, maka dapat disimpulkan bahwa indikator-indikator tersebut secara efektif mengukur konstruk yang diinginkan.
 - b. Validitas Diskriminan: *Discriminant validity measures the extent to which the measured constructs differ from one another.* Validitas diskriminan mengukur sejauh mana konstruk yang diukur berbeda satu sama lain (Smith, Johnson, & Brown, 2021). Dalam penelitian ini, validitas diskriminan akan diuji dengan memeriksa matriks korelasi antara konstruk yang diukur. Jika korelasi antara konstruk yang berbeda rendah, maka dapat disimpulkan bahwa konstruk-konstruk tersebut memiliki validitas diskriminan yang memadai. Penelitian ini akan diuji dengan menggunakan validitas diskriminan HTMT.
2. Reliabilitas: Reliabilitas akan diuji menggunakan koefisien reliabilitas Cronbach's alpha. Pengujian ini akan mengevaluasi keandalan dan konsistensi internal dari setiap variabel konstruk yang digunakan dalam penelitian. Pada analisis data dengan PLS, reliabilitas dinilai melalui reliabilitas konstruk internal.
 - a. Reliabilitas Konstruk Internal: Reliabilitas konstruk internal mengukur sejauh mana indikator-indikator yang digunakan dalam pengukuran variabel yang sama saling konsisten dan memiliki hubungan yang kuat (Johnson & Smith, 2021). Pada analisis PLS, ini dapat diperiksa melalui nilai Cronbach's alpha. Jika koefisien reliabilitas nilai Cronbach's alpha

tinggi (biasanya di atas 0,7), maka dapat disimpulkan bahwa instrumen pengukuran tersebut memiliki reliabilitas yang baik.

3. Uji T-Statistik: Analisis t-statistik akan digunakan untuk menguji signifikansi statistik dari hubungan antara variabel (Johnson & Smith, 2021) yaitu strategi pengembangan produk, penetrasi pasar dan program membership terhadap minat beli konsumen. Dalam analisis ini, nilai t-statistik yang signifikan akan menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan antara variabel-variabel tersebut. Pada analisis data dengan PLS, setiap hubungan antara variabel akan dianalisis dengan melihat nilai t-statistik yang dihasilkan. Dalam uji T Statistik Nilai t-statistik yang dihasilkan akan digunakan untuk menguji signifikansi statistik dari hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen. Jika nilai t-statistik melebihi ambang batas yang ditentukan (biasanya $t > 1,96$ untuk tingkat signifikansi 0,05), maka dapat disimpulkan bahwa hubungan tersebut signifikan secara statistik.

Dengan menggunakan analisis data PLS dalam bab 3 metodologi penelitian, peneliti akan menguji validitas, reliabilitas, dan signifikansi statistik dari variabel-variabel yang terkait dengan judul skripsi "Pengaruh Kualitas Layanan, Religiusitas, dan Persepsi *Hotel Atmosphere* Terhadap Niat Berkunjung Kembali Keluarga Mahasiswa UMM Pada Rayz Hotel UMM". Hasil analisis ini akan memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang hubungan antara variabel-variabel tersebut dan memberikan dasar yang kuat untuk kesimpulan penelitian.

