

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Rancangan Penelitian

Sugiyono (2010), menyatakan bahwa metode penelitian dapat diartikan sebagai cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Metode penelitian yang dilakukan mencakup prosedur dan teknik penelitian. Tujuan dilakukannya metode penelitian adalah untuk memudahkan peneliti dalam memecahkan masalah penelitian. Dengan memahami metode penelitian, tidak hanya mengembangkan bidang yang digeluti namun juga dapat mengembangkan berbagai bidang ilmu lainnya. Selain itu, metode penelitian juga dapat memperbanyak penemuan baru yang bermanfaat bagi masyarakat luas dan dunia pendidikan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif yaitu metode berupa survey dan eksperimen.

Sugiyono (2018), mengatakan, metode kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian positivisme, digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data berupa kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menggambarkan dan menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Sedangkan metode penelitian deskriptif dilakukan untuk mengetahui keberadaan variabel mandiri, baik hanya pada satu variabel atau lebih (variabel yang berdiri sendiri

atau variabel bebas) tanpa membuat perbandingan variabel itu sendiri dan mencari hubungan dengan variabel lain Sugiyono, (2010)

Metode kuantitatif dinamakan metode tradisional dan sering disebut juga sebagai metode positivistic karena berlandaskan pada filsafat *positivism*. Metode ini sebagai metode ilmiah atau *scientific* karena telah memenuhi aturan-aturan ilmiah yaitu konkrit atau empiris, objektif, terukur, rasional, sistematis, dan *replicable* atau dapat diulang. Metode kuantitatif juga disebut metode konfirmatif, karena metode tersebut cocok digunakan untuk pembuktian atau konfirmasi. Metode ini menggunakan data penelitian berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik. Dalam hal ini metode kuantitatif dapat dibagi menjadi dua, yaitu metode eksperiment dan metode survei.

Metode eksperimen merupakan metode penelitian yang digunakan untuk mencari pengaruh *treatment* tertentu (perlakuan) dalam kondisi yang terkontrol (laboratorium). Dan menurut Kerlinger dalam Sugiyono, (2018) mengatakan bahwa penelitian survey adalah penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil, tetapi data yang dipelajari adalah data dari sampel yang diambil dari populasi tersebut, sehingga ditemukan kejadian yang relatif, distribusi, dan hubungan antar variabel sosiologis maupun psikologis.

B. Partisipan dan Tempat Penelitian

Penelitian yang dilakukan ini mendapatkan informasi langsung dari Direktur Djava Vista Travel dalam memerlukan data dan keperluan lainnya dalam melengkapi penelitian ini yaitu Bapak Mahmud Aziz Yuswono, S. Par. Lokasi penelitian yang dijadikan objek penelitian adalah Djava Vista Travel Bandung yang sudah berdiri sejak tahun 2012, memiliki visi menjadi perusahaan penyedia jasa perjalanan yang terpercaya, berpengalaman dan profesional di Bandung serta memiliki misi memberikan pelayanan terbaik kepada pelanggan karena kepuasan pelanggan merupakan prioritas perusahaan, selalu berkembang dalam segi inovasi dan teknologi, terus meningkatkan kualitas dan mampu bersaing di tingginya persaingan industri tour and travel di Kota Bandung. Dalam hal ini peneliti akan menggunakan *Probability sampling* yang mengarah kepada *simple random sampling*. Maka peneliti akan menentukan sampling yang sesuai dengan karakteristik yang dikehendaki.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi diartikan sebagai wilayah generalisasi yang terdiri atas: objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya, Sugiyono (2018). Dalam penelitian ini, populasi yang diambil adalah sebanyak 3000 orang.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut Sugiyono (2018). Sampel yang diambil harus benar-benar representatif (mewakili). Pada penelitian ini, teknik pengambilan sampel akan menggunakan *Probability Sampling*. Teknik *Probability Sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap anggota populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel, Sugiyono (2018). Selanjutnya, teknik yang akan digunakan dari *Probability Sampling* dalam penelitian ini adalah *simple random sampling* karna pengambilan anggota sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memerhatikan strata yang ada di dalam populasi tersebut. Sampel yang akan diambil dalam penelitian ini adalah para pengguna *website* Djawa Vista Tours Travel Bandung.

Dengan jumlah populasi sebanyak 3000 orang, maka perhitungan jumlah sampel dapat menggunakan rumus Slovin, sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan :

n = Jumlah sampel

N = jumlah total populasi

e = batas toleransi error sebesar 10%

Maka dari rumus Slovin tersebut, sampel yang diperlukan dalam penelitian ini adalah :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

$$n = \frac{3000}{1 + (3000 \cdot (0.01)^2)}$$

$n = 96,77$ dibulatkan menjadi $= 100$ orang.

Jadi jumlah sampel yang digunakan untuk mengetahui segmentasi pasar pengguna *website* adalah 100 orang.

D. Pengumpulan Data

Setelah menentukan metode penelitian yang sesuai, adapun teknik pengumpulan data yang bertujuan mempermudah penelitian. Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data, Sugiyono (2013). Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara, kuesioner (angket), observasi, dan dokumentasi.

1. Wawancara

Arikunto (2013) menjelaskan bahwa wawancara bebas terpimpin adalah wawancara yang dilakukan dengan mengajukan pertanyaan secara bebas namun masih tetap berada pada pedoman wawancara yang sudah dibuat. Pertanyaan dapat berkembang selama kegiatan wawancara dilaksanakan. Kegiatan wawancara dapat dilakukan secara langsung

kepada pihak Direktur Djava Vista Tours Travel Bandung yaitu Bapak Mahmud Aziz, yang bersangkutan dengan objek yang akan diteliti.

2. Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawabnya, Sugiyono (2018). Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden. Dan skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala likert, Sugiyono (2017) mengemukakan, skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam penelitian, fenomena sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian.

Maka dari itu, penelitian ini menggunakan skala likert dengan 4 interval yang terdiri dari (SS) Sangat Setuju, (S) Setuju, (TS) Tidak Setuju, dan (STS) Sangat Tidak Setuju. Tujuan adanya skala likert dengan 4 interval adalah untuk melihat pendapat responden yang lebih mengarah kepada pilihan setuju atau tidak setuju.

TABEL 2
Tabel bobot nilai

Sangat Setuju	4
Setuju	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Jawaban	Keterangan
0% - 29.99%	Sangat Tidak Setuju
30% - 49.99%	Tidak Setuju
50% - 79.99%	Setuju
80% - 100%	Sangat Setuju

Keterangan :

$Y = \text{Skor tertinggi likert} \times \text{jumlah responden}$

(Angka Tertinggi 4) " Bobot Nilai"

$X = \text{Skor terendah likert} \times \text{jumlah responden}$

(Angka Terendah 1) " Bobot Nilai"

Rumus Index % = $\text{Total Skor} / Y \times X$

3. Observasi

Menurut Sugiyono (2015), observasi merupakan kegiatan pemuatan penelitian terhadap suatu objek. Sedangkan Nasution (1988) menyatakan bahwa observasi adalah dasar semua ilmu pengetahuan. Dalam teknik observasi ini, dilakukan bila penelitian berkenaan dengan perilaku manusia, proses kerja, gejala-gejala alam, dan bila responden yang diamati tidak terlalu besar.

E. Definisi Operasional Variabel

Dalam bukunya, Tjiptono dan Chandra mengatakan bahwa segmentasi geografis membagi dunia menjadi kelompok-kelompok geografis, dimana pasar pada segmen yang relatif dekat satu sama lain dan mudah didatangi pada kunjungan yang sama atau dihubungi dalam zona waktu yang sama. Namun, adapun keterbatasan pokok bahwa beberapa pasar yang berada dalam kawasan geografis yang sama bukan berarti hal preferensi atau perilaku konsumennya sama. Kemudian, segmentasi demografis didasarkan pada karakteristik yang terukur dari populasi seperti usia, jenis kelamin, penghasilan, pendidikan, dan pekerjaan. Lalu adapun segmentasi psikografis yang merupakan proses pengelompokkan orang dalam hal sikap, nilai dan gaya hidup. pada umumnya, data yang diperoleh dari hasil segmentasi psikografis ini adalah hasil responden yang mengungkapkan sejauh mana mereka setuju atau tidak dengan sejumlah pernyataan. Dan terdapat segmentasi perilaku yang berfokus pada apakah orang membeli dan menggunakan suatu produk atau tidak, di samping frekuensi dan volume pembelian atau pemakaian.

F. Matriks Operasional Variabel

TABEL 2

TEORI	VARIABEL	SUB-VARIABEL	INDIKATOR	SUB - INDIKATOR	KUESIONER
Tjiptono, 2012 Segmentasi pasar dapat diartikan sebagai proses mengelompokkan pasar keseluruhan yang heterogen menjadi kelompok-kelompok atau segmen-segmen yang memiliki kesamaan dalam hal kebutuhan, keinginan, perilaku dan atau respon terhadap program pemasaran spesifik.	Segmentasi Pasar Website	a. Geografis	- Wilayah	- Kota Asal	a. DKI Jakarta b. Jawa Barat c. Jawa Tengah d. Jawa Timur e. Diluar Pulau Jawa Barat
		b. Demografis	a. Usia	- Usia responden	- 18-25 tahun - 26-35 tahun - 36-45 tahun - 46-55 tahun - > 55 tahun
			b. Jenis kelamin	- Jenis kelamin responden	- Laki-laki - Perempuan
			c. Pendidikan	- Pendidikan terakhir responden	- SMA - D-III - D-IV / S-1 - S-2
			d. Pekerjaan	- Pekerjaan responden	- Pelajar/ mahasiswa - Pegawai negeri - Pegawai swasta - Wiraswasta - Ibu rumah tangga - Lainnya
			e. Penghasilan	- Penghasilan bulanan responden	- < Rp. 500.000,- - Rp.500.000 – Rp.2.000.000 - Rp. 2.000.000 - Rp.5.000.000 - Rp.5.000.000 - Rp.10.000.000 - > Rp. 10.000.000
		c. Psikografis	a. Kepribadian	- Sifat	- Merencanakan waktu libur responden melalui website - Mencari informasi mengenai tempat wisata yang akan dikunjungi - Memanfaatkan waktu liburan dengan baik - Rutinitas melakukan perjalanan wisata - Penggunaan online travel agent

					<ul style="list-style-type: none"> - Peminatan terhadap paket wisata yang tersedia di website
				- Karakteristik	<ul style="list-style-type: none"> - Mencoba pengalaman baru dalam berwisata - Minat mengunjungi tempat wisata baru - Minat mengunjungi atraksi wisata alam - Minat mengunjungi atraksi wisata kebudayaan - Minat mengunjungi atraksi wisata buatan - Minat mengunjungi atraksi wisata relaksasi
			b. Kelas Sosial	- Kelas atas	<ul style="list-style-type: none"> - Mengutamakan fasilitas dan pelayanan terbaik - Memilih kualitas daripada kuantitas produk wisata - Mengutamakan keselamatan dalam berwisata
				- Kelas menengah	<ul style="list-style-type: none"> - Melihat atraksi wisata berdasarkan ulasan orang lain - Penggunaan akomodasi terbaik dalam berwisata
				- Kelas bawah	<ul style="list-style-type: none"> - Penilaian melakukan perjalanan wisata adalah untuk bersenang-senang - Bersedia mengeluarkan biaya lebih untuk mendapatkan pelayanan terbaik
			c. Gaya hidup	- Kebiasaan	<ul style="list-style-type: none"> - Kebiasaan menghabiskan waktu libur dengan keluarga - Kebiasaan mengisi waktu libur dengan berjalan-jalan - Melakukan aktivitas liburan secara praktis - Pemilihan transportasi dan

					fasilitas yang berkualitas - Pemilihan atraksi wisata yang bersih - Mengutamakan fasilitas yang nyaman selama melakukan perjalanan wisata
		d. Perilaku	Manfaat yang dicari oleh konsumen	- Peminat	- Website menjawab kebutuhan responden - Website membantu responden dalam mengambil keputusan - Harga produk wisata terjangkau - Kualitas yang diberikan website Djava Vista Tours Travel sesuai dengan yang diharapkan
				- Pencari citra/ imej	
				- Pembelanja yang cerdas	
				- Kalangan tradisional	
				- Pencicip yang puas	
				- Peminat yang besar sekali	
			Status pengguna	- Bukan pengguna	- Sering menggunakan produk wisata
				- Bebas pengguna	
				- Pengguna potensial	
				- Pengguna pertama	
		Tahap kesiapan pembeli	- Tidak menyadari	- Tertarik menggunakan produk wisata	
			- Menyadari		
			- Tertarik		
			- Ingin membeli		
		Tingkat pemakaian	- Kecil	- Hanya menggunakan website Djava Vista Tours Travel	
			- Sedang		
			- Besar		
		Loyalitas konsumen	Inti utama loyal	- Responden hanya menggunakan jasa Djava Vista Tours Travel - Bersedia merekomendasikan <i>website</i> Djava Vista Tours Travel kepada keluarga atau rekan	
			Loyalitas yang terpecah		
			Loyalitas berubah		
			Pengubah loyalitas		

Sumber : Diadaptasi dari Nembah F. Hartimbul Ginting (2011) dan Modifikasi penulis (2019)

G. Analisis Data

Analisis data adalah kegiatan setelah data dari seluruh responden terkumpul. Kegiatan dalam analisis data adalah mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data dari tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan, Sugiyono (2014).

Statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisa data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi.

H. Pengujian Keabsahan Data

Validitas merupakan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada obyek penelitian dengan data yang dapat dilaporkan oleh peneliti. Dengan demikian data yang valid adalah data yang sesuai antara data yang dilaporkan oleh peneliti dengan data yang sesungguhnya terjadi pada obyek penelitian.