

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Desain Penelitian

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode penelitian deskriptif kuantitatif. Penelitian ini bertujuan untuk memberikan masukan untuk PT. Dwidaya agar dapat memahami perilaku konsumen terhadap *online travel agent*.

Menurut Sugiyono (2017) penelitian kuantitatif adalah sebuah metode yang digunakan untuk mengobservasi populasi dan sampel tertentu lalu menganalisis data yang bersifat statistic atau kuantitatif dan bertujuan untuk menguji hipotesis,

sedangkan menurut Prastowo (2011) deskriptif adalah sebuah metode cara kerja dengan mendeskripsikan objek penelitian, dan dapat dimengerti bahwa metode ini dapat digunakan untuk menyelidiki informasi faktual. Metode deskriptif ini digunakan untuk menjelaskan perilaku konsumen PT. Dwidaya di tengah maraknya *online travel agent*.

Dengan demikian, metode penelitian kuantitatif deskriptif adalah metode yang digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu agar dapat mengetahui nilai variabel mandiri dengan cara meneliti suatu objek secara terus menerus dan menyelidik agar dapat menjangkau informasi faktual secara interval.

B. Obyek Penelitian

Menurut Sugiyono (2017) obyek penelitian adalah suatu kegiatan untuk mempelajari orang atau nilai dan mengambil kesimpulan yang dilakukan oleh peneliti.

Obyek penelitian ini adalah perilaku konsumen PT. Dwidaya cabang Bandung yang terletak di Ruko Paskal Hypersquare Blok F 7, Jl. Pasir Kaliki No. 25 - 27 Bandung 40181 dan konsumen tersebut pernah menggunakan *online travel agent*.

C. Populasi dan Sampling

1. Populasi

Populasi menurut Sugiyono (2017) adalah area yang menyamaratakan dan terdiri dari objek/subjek berkuantitas dan berkarakteristik tertentu dan hal ini sudah ditetapkan oleh peneliti sebelumnya yang kemudian dipelajari dan ditarik kesimpulan. Populasi dari penelitian ini adalah seluruh konsumen PT. Dwidaya cabang Bandung.

2. Sampling

Sampel menurut Sugiyono (2017) adalah sebagian karakteristik dan jumlah yang ada di dalam populasi yang sudah ditentukan oleh peneliti. Dengan demikian, untuk menentukan sampel dalam penelitian ini, peneliti akan menggunakan rumus Lemeshow sebagai berikut:

$$n = \frac{z^2 pq}{e^2} \dots\dots\dots (1)$$

n = jumlah sampel

z = tingkat kepercayaan (0,95 sehingga $t = 1,96$)

p = proporsi kategori dari seluruh kategori

q = proporsi kategori lain selain $p(1-p)$

e = *margin error*

Diketahui:

z = Tingkat kepercayaan (digunakan 0,95 sehingga nilai $t = 1,96$)

p = 50% = 0,5

q = $(1-p) = 1-0,5 = 0,5$

e = 10% = 0,1

$$n = \frac{z^2 pq}{e^2} = \frac{(1,96)^2 \times 0,5 \times 0,5}{(0,1)^2} = \frac{0,9604}{0,01} = 96,04$$

maka jumlah sampel yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah 100 responden.

Dalam penelitian ini, peneliti akan menggunakan *nonprobability sampling* sebagai Teknik samplingnya. Menurut Sugiyono (2013) yang dimaksud dengan *nonprobability sampling* adalah sebuah cara untuk mengambil sampel dengan tidak memberikan peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap responden di dalam populasi yang ditentukan untuk menjadi sampel.

D. Metode Pengumpulan Data

1. Teknik Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2017) teknik pengumpulan data merupakan metode yang paling penting dalam sebuah penelitian, jika peneliti tidak

mengetahui Teknik ini, peneliti tidak akan mendapatkan data yang diinginkan karena tujuan peneliti mengadakan penelitian ini adalah untuk mendapatkan data.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan penyebaran kuesioner dan studi kepustakaan sebagai teknik pengumpulan data.

a. Penyebaran Kuesioner

Menurut Sugiyono (2010), kuesioner adalah sebuah Teknik untuk mengumpulkan data dengan memberi pertanyaan atau pernyataan kepada responden yang telah ditentukan untuk dijawab. Peneliti akan menyebarkan kuesioner kepada konsumen PT. Dwidaya Bandung dan sudah pernah menggunakan *online travel agent* melalui *google forms*.

b. Studi Kepustakaan

Menurut Nazir (2013) studi kepustakaan adalah sebuah Teknik mengumpulkan data dengan menelaah data, buku, literatur, catatan dan laporan yang berhubungan dengan penelitian ini.

2. Alat Kumpul Data

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan kuesioner sebagai alat kumpul data. Menurut Sugiyono (2018) kuesioner adalah sebuah cara untuk mendapatkan data responden dengan memberikan pertanyaan maupun pernyataan yang telah ditentukan untuk dijawab. Kuesioner ini akan dibagikan kepada 100 sampel konsumen PT. Dwidaya Bandung.

3. Validitas dan Reliabilitas Alat Kumpul Data

a. Validitas

Menurut Sugiyono (2017) validitas menunjukkan ketepatan data yang telah dikumpulkan oleh peneliti. Sebuah item dinyatakan valid jika totalnya sama dengan atau di atas 0,3, jika item tersebut di bawah 0,3 maka akan dinyatakan tidak valid. Dalam mencari nilai korelasi penulis menggunakan rumus pearson Product Moment, dengan rumus sebagai berikut:

$$r_{hitung} = \frac{n(\sum X_i Y_i) - (\sum X_i) \cdot (\sum Y_i)}{\sqrt{\{n \cdot \sum X_i^2 - (\sum X_i)^2\} \cdot \{n \cdot \sum Y_i^2 - (\sum Y_i)^2\}}}$$

Keterangan :

r hitung = koefisien korelasi

Xi = jumlah skor item

Yi = jumlah skor total

n = jumlah responden

TABEL 1

UJI VALIDITAS

Pernyataan	R hitung	R tabel	Keterangan
Q8	.644	0.316	Valid
Q9	.478	0.316	Valid
Q10	.684	0.316	Valid
Q11	.551	0.316	Valid
Q12	.441	0.316	Valid
Q13	.692	0.316	Valid
Q14	.592	0.316	Valid
Q15	.431	0.316	Valid
Q16	.498	0.316	Valid

Q17	.383	0.316	Valid
Q18	.451	0.316	Valid
Q19	.594	0.316	Valid
Q20	.554	0.316	Valid
Q21	.679	0.316	Valid
Q22	.414	0.316	Valid
Q23	.651	0.316	Valid
Q24	.605	0.316	Valid

b. Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2017) reliabilitas adalah sejauh apakah hasil pengukuran yang memanfaatkan objek yang sama akan menciptakan data yang sama juga dan uji reliabilitas ini dilakukan secara bersamaan kepada semua pernyataan, kemudian suatu pernyataan akan dinyatakan reliabel bila koefisien reliabilitasnya sama dengan atau lebih dari 0.70.

$$r_{11} = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right)$$

r = Reliabilitas Instrumen

k = Banyaknya item pertanyaan atau pernyataan

TABEL 2

UJI RELIABILITAS

Cronbach's Alpha	N of Items	Keterangan
.836	17	Reliabel

E. Definisi Operasional Variabel

1. Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen dipengaruhi oleh dua faktor yaitu faktor internal dan eksternal, faktor-faktor inilah yang mengarahkan konsumen untuk menilai barang, memilih barang, atau menggunakan jasa yang diinginkan oleh konsumen tersebut. (Subianto,2007)

2. Faktor Internal

Menurut Subianto (2007), perilaku konsumen terbagi menjadi faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal diantaranya adalah motivasi, persepsi, kepribadian, sikap dan pembelajaran.

3. Faktor Eksternal

Menurut Subianto (2007), perilaku konsumen terbagi menjadi faktor internal dan faktor eksternal. Faktor eksternal diantaranya adalah kebudayaan, keluarga, kelas sosial dan kelompok referensi.

Berikut ini adalah tabel matriks operasional variabel yang telah peneliti buat :

TABEL 3
MATRIKS OPERATIONAL VARIABLE

KONSEP	VARIABEL	SUB VARIABEL	DIMENSI	INDIKATOR	Q
Perilaku konsumen dipengaruhi oleh dua faktor yaitu faktor internal dan eksternal, faktor-faktor inilah yang mengarahkan konsumen untuk menilai barang, memilih barang, atau menggunakan jasa yang diinginkan oleh konsumen tersebut. (Subianto,2007)	Perilaku Konsumen	Faktor Internal	Motivasi	Primer	8
				Selektif	9,10
			Persepsi	Produk	11
				Harga	12
				Iklan	13
				Penjual	14
			Kepribadian	Perasaan	15,16
		Pengetahuan		17	
		Dorongan naluri		19	
		Sikap	Sikap konsumen	18	
		Pembelajaran	Pengalaman	20-23	
		Faktor Eksternal	Kelas Sosial	Golongan kelas sosial	7
				Kebudayaan	Promosi
			Kelompok referensi	Kelompok referensi	31
			Keluarga	Pengambil inisiatif	26
				Keputusan membeli	27
				Mengambil keputusan	28
Pembeli	29				
Pengguna	30				

Sumber : Subianto (2007)

F. Analisis Data

Menurut Sugiyono (2017), analisis data adalah sebuah kegiatan untuk menganalisis data dengan cara mengelompokkan data dari responden, membuat tabel mengenai data yang sudah didapat dari responden dan menjelaskan data yang telah didapat untuk menguji hipotesis.

Dengan demikian, dapat diartikan bahwa analisis data adalah sebuah kegiatan untuk menganalisis data yang telah didapatkan dan untuk menjawab pertanyaan penelitian. Analisis data yang akan peneliti gunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif.

Adapun menurut Sugiyono (2018) statistik deskriptif menggambarkan atau mendeskripsikan sebuah data yang sudah dikumpulkan oleh peneliti sebagaimana adanya tetapi tidak untuk membuat kesimpulan yang digeneralisasi atau untuk umum.

Dengan demikian, statistik deskriptif dapat diartikan sebagai sebuah teknik menganalisis data dengan cara mendeskripsikan hasil dari penelitian tanpa mengubah hasil analisis tersebut, setelah seluruh data terkumpul akan diolah dan dianalisis menggunakan SPSS dengan menggunakan modifikasi skala Likert.

Menurut Hadi dalam Hertanto (2017), maksud dari modifikasi skala Likert adalah untuk menghilangkan kelemahan yang terdapat di skala Likert lima tingkat dengan alasan jawaban yang di tengah memiliki arti ganda yaitu ragu-ragu antara setuju dan tidak setuju, dan juga jika disediakan jawaban yang di tengah maka akan menghilangkan banyak data dan informasi dari responden.

Dengan demikian peneliti menggunakan modifikasi skala Likert agar mendapatkan hasil yang maksimal, dengan bobot nilai sebagai berikut :

TABEL 4
MODIFIKASI SKALA LIKERT

BOBOT NILAI	KETERANGAN
1	SANGAT TIDAK SETUJU
2	TIDAK SETUJU
3	SETUJU
4	SANGAT SETUJU

G. Jadwal Penelitian

TABEL 5
JADWAL PENELITIAN

Kegiatan	Feb 2020	Mar 2020	Apr 2020	Mei 2020	Juni 2020	Juli 2020
Penyusunan Usulan Penelitian						
Sidang Usulan Penelitian						
Penyusunan Skripsi						
Pengambilan Data						
Analisis Data						
Laporan Hasil Penelitian						
Presentasi Hasil Penelitian						

