

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif karena bermaksud untuk mencari tahu hubungan antara variabel dengan menggunakan instrumen penelitian yang akan menghasilkan data numerik. Creswell (2013) menjelaskan metode kuantitatif sebagai metode untuk menguji teori dalam bentuk angka yang kemudian dianalisis secara statistik dilihat dari hubungan antara beberapa variabel.

Penelitian ini merupakan jenis penelitian korelasional. Penelitian korelasional dapat diartikan sebagai penelitian untuk melihat hubungan antara dua atau lebih variabel, melihat tingkat hubungannya dan tidak ada upaya untuk mengubah keadaan variabel maka tidak dapat dilakukan manipulasi terhadap variabel (Fraenkel dan Wallen, 2008). Pemilihan metode kuantitatif korelasional didasari oleh tujuan dalam penelitian ini yaitu untuk menyelidiki hubungan antara *Electronic Word Of Mouth* terhadap proses keputusan berwisata serta melihat seberapa besar tingkat hubungan antar kedua variabel tersebut.

B. Objek Penelitian

Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Garut menggunakan berbagai media online dan offline untuk promosi seperti adanya situs resmi pariwisata Kabupaten Garut, penyelenggaraan dan ikut serta dalam berbagai

event, penggunaan baliho serta adanya akun resmi di media sosial. Namun promosi pariwisata Kabupaten Garut yang dianggap kurang, padahal Kabupaten Garut memiliki daya tarik wisata kelas dunia diantaranya yaitu, memiliki 211 daya tarik wisata diantaranya adalah, 102 daya tarik alam, 35 daya tarik budaya, 7 daya tarik minat khusus dan 67 daya tarik buatan.

Maka dari itu, Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Garut bekerjasama dengan Kementerian Pariwisata untuk memanfaatkan media sosial yang banyak digunakan oleh generasi milenial dalam mempromosikan pariwisata di Kabupaten Garut. Strategi promosi ini dimaksudkan agar promosi tidak hanya dilakukan oleh pemerintah saja melainkan juga dari masyarakat khususnya oleh generasi milenial. Langkah pertama dalam promosi tersebut adalah mengadakan pasar digital di tiga daya tarik unggulan di Kabupaten Garut yaitu Situ Bagendit, Dayeuh Manggung dan Situ dan Candi Cangkuang pada tahun 2019. Pasar wisata digital diadakan dengan tujuan untuk promosi melalui pariwisata tempat diadakannya pasar digital itu sendiri, dan sasaran utama pasar digital di Kabupaten Garut ini adalah untuk menarik wisatawan milenial.

Ulasan melalui media sosial dapat juga dikatakan sebagai *electronic Word Of Mouth*. Dengan kata lain, pemerintah Kabupaten Garut menggunakan *electronic Word Of Mouth* yang terjadi di media sosial. Kegiatan membagikan informasi di media sosial mengenai pariwisata Kabupaten Garut bukan merupakan hal yang baru, bahkan terdapat beberapa akun media sosial dengan lebih dari 500.000 pengikut yang memuat konten pariwisata Kabupaten Garut dan kegiatan tersebut kali ini didukung oleh pemerintah. Bupati Garut Rudy Gunawan berharap melalui pasar digital, ulasan atau unggahan wisatawan

khususnya generasi milenial dapat meningkatkan kunjungan dan popularitas pariwisata di Kabupaten Garut.

C. Populasi dan Sample

1. Populasi

Populasi merupakan suatu generalisasi yang terdiri dari objek maupun subjek dengan suatu kualitas dan sifat yang telah ditetapkan peneliti agar dapat dipelajari sehingga dapat menarik suatu kesimpulan (Sugiyono, 2015). Populasi dalam penelitian ini adalah generasi milenial yang pernah mendapatkan informasi mengenai pariwisata di Kabupaten Garut melalui media sosial. Namun, jumlah populasi dalam penelitian adalah *infinite population* karena jumlahnya tidak diketahui serta tidak adanya data mengenai hal tersebut.

2. Sampel

Sampel merupakan komponen atau fragmen dari populasi dalam suatu penelitian dan harus benar-benar dapat menggambarkan kondisi populasi (Suhartanto, 2014). Sampel ditetapkan atas dasar populasi yang terlalu banyak sehingga sulit untuk dijangkau oleh peneliti karena kesulitan dalam pengolahan data serta keterbatasan waktu dan tenaga (Silalahi, 2015).

Penentuan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *non-probability sampling* dengan pendekatan *accidental sampling*. *Non-probability sampling* berarti tidak semua elemen populasi mempunyai kesempatan yang sama untuk dijadikan sebagai sampel (Silalahi, 2010).

Sedangkan *accidental sampling* menurut Sugiyono (2017) berarti teknik untuk menentukan sampel secara kebetulan, sampel ditemui oleh peneliti secara kebetulan dan cocok untuk dijadikan sebagai sampel. Pemilihan teknik pengambilan sampel *non-probability accidental sampling* dilakukan berdasarkan pertimbangan waktu, biaya dan tenaga yang terbatas.

Teknik penetapan jumlah sampel dihitung dengan formula Lemeshow karena jumlah populasi yang tidak diketahui (Silalahi, 2015). Berikut adalah formula Lemeshow:

$$n = \frac{z^2 x p x q}{E^2}$$

Keterangan

n = besaran sampel

z = nilai dari z berdasarkan besaran kritis = 1,96

p = nilai estimasi proporsi

estimasi proporsi tidak ditetapkan maka digunakan 0,5

q = 1-p

E = tingkat kesalahan yang dapat diterima = 10%

Berdasarkan rumus, maka $n = \frac{1,96^2 \times 0,5 \times 0,5}{0,10^2} = 96$

Berdasarkan perhitungan menggunakan formula Lemeshow tersebut, peneliti menetapkan 100 responden, jumlah tersebut dapat dikatakan *representative* karena melebihi jumlah minimal sampel.

D. Metode Pengumpulan Data

1. Teknik Pengumpulan Data

Teknik atau metode pengumpulan data adalah penggunaan suatu langkah tertentu untuk memperoleh atau mengumpulkan suatu data dari fenomena yang empirik (Silalahi, 2015). Teknik mengumpulkan data dapat dilakukan dengan berbagai cara seperti wawancara, menggunakan kuesioner, observasi atau pengamatan dan gabungan ketiganya (Sugiyono, 2017). Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini yaitu,

a. Penyebaran Kuesioner

Sugiyono (2017) mengartikan kuesioner sebagai teknik untuk mengumpulkan data dengan cara memberikan seperangkat pernyataan atau pertanyaan tertulis untuk dijawab oleh responden. Pemilihan teknik dengan cara menyebar kuesioner cocok digunakan bila dalam suatu penelitian memiliki populasi dengan jumlah responden yang banyak dan terdapat di lokasi yang cakupannya luas (Sugiyono, 2017). Pemilihan teknik penyebaran kuesioner sejalan dengan populasi penelitian yang memiliki jumlah tidak terbatas serta keterbatasan peneliti dalam waktu, biaya dan tenaga. Kuesioner dalam penelitian ini memuat pertanyaan mengenai *electronic word of mouth* dan proses

keputusan berwisata di Kabupaten Garut dan dibuat dalam bentuk *google form* dan disebarakan melalui sosial media seperti *instagram*, *facebook* dan *twitter*. Kuesioner tersebut ditujukan pada 100 generasi milenial yang mengetahui pariwisata di Kabupaten Garut melalui media sosial.

b. Studi Kepustakaan

Studi pustaka merupakan teknik pengumpulan data dengan cara mencari informasi dari buku, majalah, koran maupun literatur yang lain dengan tujuan untuk membuat suatu landasan teori (Arikunto, 2006).

2. Alat pengumpulan data

Alat pengumpulan data atau instrumen penelitian merupakan alat yang digunakan untuk mengetahui keadaan alam atau sosial yang diamati (Sugiyono, 2014). Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan alat pengumpulan data sebagai berikut:

a. Kuesioner

Sugiyono (2017) kuesioner atau angket merupakan alat pengumpul data berupa seperangkat pernyataan dan pertanyaan yang perlu dijawab responden. Kuesioner atau angket adalah alat pengumpul data yang efisien apabila peneliti dapat memahami apa yang disyaratkan secara jelas dan mengukur variabel dengan baik (Silalahi, 2010). Kuesioner merupakan alat yang digunakan untuk memperoleh data dengan teknik penyebaran kuesioner.

Skala pengukuran yang digunakan dalam kuesioner di penelitian ini adalah Skala Guttman. Skala Guttman digunakan untuk mencari jawaban yang tegas mengenai suatu permasalahan tertentu (Sugiyono, 2012). Penggunaan Skala Guttman dipilih dengan harapan dapat menjelaskan secara tegas seberapa besar pengaruh *electronic Word Of Mouth* melalui media sosial terhadap proses keputusan berkunjung ke Kabupaten Garut.

Bentuk penggunaan Skala Guttman disesuaikan dengan penelitian. Skala Guttman menurut Sugiyono (2010) merupakan skala pengukuran yang dapat menjawab dengan tegas seperti, benar-salah, ya-tidak dan setuju-tidak. Selain itu Sugiyono (2010) juga menjelaskan bentuk Skala Guttman dapat diurai dalam pertanyaan maupun *checklist* kemudian jawaban diberi skor tertinggi sama dengan satu dan skor terendah sama dengan nol. Kuesioner yang digunakan untuk mengumpulkan data dalam penelitian ini menggunakan Skala Guttman dengan pilihan “ya” atau “tidak” dalam bentuk *checklist*. Jawaban “ya” memiliki skor tertinggi dan “tidak” dengan skor paling rendah.

b. Literatur

Mirzaqon dan Purwoko (2017) menjelaskan pengertian literatur sebagai sumber data bagi suatu penelitian, literatur dapat berupa jurnal, buku, dan situs internet yang memuat topik yang dibutuhkan dalam penelitian. Penelitian ini melakukan studi pustaka terhadap jurnal, buku, berita daring serta dokumen resmi yang

membahas mengenai *electronic Word Of Mouth*, perilaku wisatawan, proses keputusan berwisata, media sosial, generasi, Kabupaten Garut dan situs internet yang memuat data survei penggunaan media sosial. Literature merupakan alat yang digunakan untuk memperoleh data dengan teknik studi pustaka.

3. Validitas dan Reliabilitas Alat Pengumpul Data

a. Validitas

Validitas menunjukkan pengukuran terhadap sejauh mana suatu ukuran dapat menunjukkan secara akurat karakteristik (variabel) yang diukur (Silalahi, 2015). Uji Validitas dalam penelitian ini menggunakan rumus Kendall's Tau karena dalam penelitian ini menggunakan kuesioner dengan skala Guttman yang akan menghasilkan data ordinal. Franzen (2013) menjelaskan bahwa Kendall's Tau berguna untuk menghitung data ordinal.

Kendall's Tau merupakan salah satu cara menguji validitas dengan membagikan proporsi antara jawaban sepakat dan tidak sepakat ke dalam dua urutan peringkat (Franzen, 2013). Adapun rumus Kendall's Tau (τ) yaitu sebagai berikut:

$$\tau = \frac{N_c - N_d}{\frac{N}{2}(N-1)}$$

Keterangan:

N: Jumlah sampel

N_c: Jumlah nilai kelompok atas (*concordant*)

N_d: Jumlah nilai kelompok bawah (*discordand*)

Kemudian, hasil perhitungan dari rumus tersebut akan dibandingkan dengan nilai rtabel. Rtabel dalam menggunakan rumus Kendall's tau disesuaikan dengan nilai signifikansi yang ditetapkan yaitu 5% dan jumlah responden dalam uji validitas yaitu 30 responden. Maka diperoleh nilai rtabel = 0,255. Nilai r hitung harus lebih besar daripada rtabel agar dapat dinyatakan valid. Perhitungan uji validitas dibantu oleh SPSS 25.0. Berikut merupakan hasil perhitungan uji validitas koisioner ini.

TABEL 2
HASIL UJI VALIDITAS

No Item	R hasil	R Tabel	Keterangan
K4	0,598	0,255	VALID
K5	0,484	0,255	VALID
K6	0,412	0,255	VALID
K7	0,463	0,255	VALID
K8	0,359	0,255	VALID
K9	0,354	0,255	VALID
K10	0,330	0,255	VALID
K11	0,439	0,255	VALID
K12	0,392	0,255	VALID
K13	0,517	0,255	VALID
K14	0,479	0,255	VALID
K15	0,489	0,255	VALID
K16	0,482	0,255	VALID
K17	0,538	0,255	VALID
K18	0,502	0,255	VALID
K19	0,521	0,255	VALID
K20	0,587	0,255	VALID
K21	0,594	0,255	VALID

K22	0,612	0,255	VALID
K23	0,470	0,255	VALID
K24	0,682	0,255	VALID
K25	0,596	0,255	VALID
K26	0,616	0,255	VALID
K27	0,639	0,255	VALID
K28	0,596	0,255	VALID
K29	0,651	0,255	VALID
K30	0,598	0,255	VALID

Sumber: Hasil olahan SPSS, 2020.

Table 2 menunjukkan bahwa 27 item kuesioner valid dimana K4 sampai K14 merupakan item untuk variabel *electronic word of mouth* dan K15 sampai K30 merupakan item dari variabel proses keputusan berwisata. Tiap item dalam alat kumpul data penelitian ini dikatakan valid karena nilai rhitungnya lebih besar daripada rtabel sehingga dapat digunakan untuk mencari data yang dibutuhkan.

b. Reliabilitas

Reliabilitas atau keandalan merupakan pengukuran untuk mengetahui sejauh mana ukuran menghasilkan hasil yang sama terlepas dari waktu dan situasi (Silalahi, 2010). Dalam penelitian ini akan digunakan *Alpha Cronbach* untuk mengukur korelasi antar item. Berikut merupakan formula *Alpha Cronbach*:

$$\alpha = \left(\frac{K}{K-1} \right) \left(\frac{s_r^2 - \sum s_i^2}{s_x^2} \right)$$

Keterangan

α = koefisien reliabilitas *Alpha Cronbach*

K = jumlah item pertanyaan

$\sum s_i^2$ = jumlah varian skor item

s_r^2 = varian skor uji keseluruhan item K

Arikunto (2006) menjelaskan bahwa kuesioner dianggap reliable apabila nilai *Alpha Cronbachnya* $>0,6$.

TABEL 3
HASIL UJI RELIABILITAS

Variabel	Alpha Cronbach	Keterangan
<i>Electronic Word Of Mouth</i>	0,810	Reliabel
Proses Keputusan Berwisata	0,933	Reliabel

Sumber: Olahan Peneliti, 2020.

Tabel 3. menunjukkan bahwa kuesioner reliable karena nilai *Alpha Cronbachnya* $>0,6$ sehingga dapat digunakan untuk mencari data.

E. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional merupakan sifat yang dipelajari dan ditentukan agar suatu variabel dapat diukur (Sugiyono, 2014). Definisi operasional variabel dapat mengurangi kesalahan dalam pengamatan dan pengukuran (Silalahi, 2009). Dalam penelitian ini terdapat dua variabel yaitu variabel variabel Independen dan variabel dependen.

1. Variabel Independen (X)

Variabel independen menurut Silalahi (2015) merupakan variabel yang ada terlebih dahulu daripada variabel lain, sehingga disebut juga variabel sebab karena variabel independen adalah sebab dari perubahan dalam variabel lain. Variabel independen dalam penelitian ini adalah *electronic word of mouth* atau *eWOM*. *Electronic word of mouth* atau *eWOM* menurut Litvin dkk. (2008) adalah segala jenis komunikasi yang bersifat informal melalui internet yang ditujukan pada konsumen mengenai karakteristik suatu barang atau jasa.

EWOM menurut Goyette dkk (2010) terbagi menjadi empat dimensi yaitu *intensity (activity)*, *positive valence/praise*, *negative valence*, dan *content*. *EWOM* diukur dengan menggunakan skala Guttman model ordinal dengan dua pilihan jawaban yaitu “ya” dan “tidak”. Dimana apabila responden memilih jawaban “ya”, berarti ia cenderung ikut serta dalam kegiatan *eWOM* khususnya mengenai pariwisata di Kabupaten Garut.

2. Variabel Dependen (Y)

Variabel terikat atau variabel *dependen* adalah fenomena yang berusaha dicari tahu kebenarannya (Silalahi, 2015). Silalahi (2015) juga menjelaskan bahwa jika dilihat dari hubungannya, variabel dependen merespon perubahan dari variabel independen. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah proses keputusan berwisata.

Proses keputusan berwisata menurut Wall dan Mathieson (2006) terbagi menjadi beberapa tahapan yaitu, kebutuhan dan keinginan berwisata, pencarian dan evaluasi informasi, keputusan berwisata, persiapan dan pengalaman berwisata, dan evaluasi kepuasan perjalanan wisata. Proses Keputusan Berwisata diukur dengan menggunakan skala Guttman model ordinal dengan dua pilihan jawaban yaitu “ya” dan “tidak” untuk mengetahui jawaban pasti generasi milenial dalam proses membuat keputusan berwisata ke Kabupaten Garut.

Definisi operasional variabel selanjutnya akan dijelaskan secara rinci dalam tabel 4 Matriks Operasional Variabel berikut ini

TABEL 4
MATRIKS OPERASIONAL VARIABEL

Variabel	Dimensi	Indikator	No. Item
<i>Electronic Word Of Mouth</i>	<i>Intensity (Activity)</i>	Frekuensi dalam mendapatkan informasi di media sosial mengenai destinasi wisata Kabupaten Garut.	K.4
		Frekuensi dalam diskusi dengan pengguna media sosial lain mengenai destinasi wisata Kabupaten Garut.	K.5
		Jumlah ulasan dari pengguna media sosial lain mengenai destinasi wisata Kabupaten Garut.	K.6
	<i>Positive Valence/Praise</i>	Komentar positif di media sosial mengenai destinasi wisata Kabupaten Garut.	K.7
		Rekomendasi untuk datang ke destinasi wisata Kabupaten Garut di media sosial.	K.8
	<i>Negative Valence</i>	Komentar negatif di media sosial mengenai destinasi wisata Kabupaten Garut.	K.9
		Saran untuk tidak mengunjungi destinasi wisata Kabupaten Garut di media sosial.	K.10

Variabel	Dimensi	Indikator	No. Item
<i>Electronic Word Of Mouth</i>	<i>Content</i>	Ketersediaan informasi yang lengkap di media sosial mengenai destinasi wisata Kabupaten Garut.	K. 11
		Ketersediaan informasi terkini di media sosial mengenai destinasi wisata Kabupaten Garut.	K.12
		Ketersediaan informasi di media sosial mengenai keunikan destinasi wisata Kabupaten Garut.	K.13
		Ketersediaan informasi di media sosial mengenai harga di destinasi wisata Kabupaten Garut.	K.14
Proses Keputusan Berwisata	Kebutuhan atau Keinginan Berwisata	Keinginan untuk berwisata ke destinasi wisata Kabupaten Garut setelah mendapat informasi dari media sosial.	K.15
		Kebutuhan untuk berwisata ke destinasi wisata Kabupaten Garut setelah mendapat informasi dari media sosial.	K.16
	Pencarian dan Evaluasi Informasi	Pencarian informasi di media sosial mengenai destinasi wisata Kabupaten Garut.	K.17
		Diskusi di media sosial mengenai destinasi wisata Kabupaten Garut.	K.18

Variabel	Dimensi	Indikator	No. Item
Proses Keputusan Berwisata	Pencarian Informasi dan Evaluasi	Mengevaluasi informasi dari media sosial mengenai destinasi wisata Kabupaten Garut yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan.	K.19
	Keputusan Berwisata	Pembuatan keputusan berwisata ke destinasi wisata Kabupaten Garut berdasarkan informasi dari media sosial.	K.20
		Pemilihan daya tarik wisata di Kabupaten Garut berdasarkan informasi dari media sosial.	K.21
		Pemilihan waktu kunjungan ke destinasi wisata Kabupaten Garut berdasarkan informasi dari media sosial.	K.22
		Pemilihan aktivitas yang akan dilakukan selama berwisata di Kabupaten Garut berdasarkan informasi dari media sosial.	K.23
		Pemilihan moda transportasi ke destinasi wisata Kabupaten Garut berdasarkan informasi dari media sosial.	K.24
	Persiapan Dan Pengalaman Berwisata	Melakukan perjalanan wisata ke destinasi wisata Kabupaten Garut sesuai informasi dari media sosial.	K.25
		Pencarian informasi tambahan mengenai destinasi wisata Kabupaten Garut melalui media sosial.	K.26

Variabel	Dimensi	Indikator	No. Item
Proses Keputusan Berwisata	Persiapan Dan Pengalaman Berwisata	Membagikan informasi selama berwisata di Kabupaten Garut melalui media sosial.	K.27
	Evaluasi Kepuasan Perjalanan	Keinginan untuk berkunjung kembali ke destinasi wisata Kabupaten Garut.	K.28
		Melakukan evaluasi perjalanan wisata ke Kabupaten Garut melalui sosial media.	K.29
		Merekomendasikan untuk mengunjungi destinasi wisata Kabupaten Garut melalui media sosial.	K.30

Sumber: Goyette (2010) dan Wall & Mathieson (2006).

F. Analisis Data

Penelitian ini menggunakan menggunakan dua jenis analisis data yaitu analisis data univariat dan analisis data bivariat. Adapun langkah dalam analisis data menurut Arikunto (2010) dibagi menjadi tiga langkah yaitu:

1. Persiapan, hal yang dilakukan dalam langkah ini adalah melakukan pemeriksaan kelengkapan identitas responden dan isian data.
2. Tabulasi, yaitu kegiatan dimana jawaban dari responden digambarkan dengan cara tertentu sehingga dapat digunakan untuk menghitung secara statistic suatu variabel yang diteliti. G. E. R. Burroughs (Arikunto, 2010) berpendapat bahwa kegiatan yang berkenaan dengan tabulasi antara lain:
 - a. Pemberian skor pada item yang perlu diberi skor
 - b. Pemberian kode pada item yang diberi skor
 - c. Pengubahan jenis data sesuai dengan teknik analisis data yang digunakan
 - d. Pemberian kode pada hubungan dengan pengolahan data apabila menggunakan komputer. Pada langkah ini, akan dilakukan pemberian kode pada semua variabel dan akan ditempatkan pada *coding sheet form*.
3. Penerapan data, pada tahap ini peneliti melakukan pengolahan data dengan menggunakan teknik atau aturan yang telah dipilih sesuai dengan kebutuhan penelitian.

Analisis yang dilakukan lebih dahulu adalah analisis univariat. Analisis univariat dapat didefinisikan sebagai analisis data terhadap suatu variabel dengan tujuan untuk mendapatkan deskripsi yang dilihat dari distribusi frekuensi dan

ukuran tendensi (Silalahi, 2015). Pada penelitian ini, analisis univariat akan dilakukan pada setiap variabel penelitian yaitu, pada variabel *electronic word of mouth* dan proses keputusan berwisata.

Langkah awal analisis ini yaitu dengan memberikan skor pada tiap jawaban dalam item pertanyaan. Data responden dari penelitian ini diukur dengan menggunakan skor skala *Guttman* guna mendapatkan jawaban yang tegas. Semua item pertanyaan merupakan pertanyaan bentuk positif sehingga skor untuk semua item pertanyaan sama, berikut merupakan skor skala *guttman* dalam penelitian ini:

TABEL 3.4
SKOR SKALA GUTTMAN

Jawaban	Skor
Ya	1
Tidak	0

Selanjutnya data akan disajikan dengan menggunakan persentase dan dihitung menggunakan rumus Bungin (2010) berikut:

$$P (\%) = \frac{f}{n} \times 100\%$$

Keterangan:

P: persentase (%)

f: frekuensi setiap jawaban yang dipilih

n: jumlah responden

Data yang telah dihitung akan dianalisis dan disesuaikan dengan kategori skor sebagai berikut:

TABEL 3.5
KRITERIA SKOR

Persentase (%)	Kategori
0-33,3	Rendah
30,4-66,7	Sedang
66,7-100	Tinggi

Selanjutnya akan dilanjutkan dengan alat statistik *chi square*, *chi square* dapat digunakan untuk mencari tahu ada tidaknya hubungan antara dua variabel (Santoso, 2016). Analisis *chi Square* dilakukan dengan menggunakan bantuan SPSS 25. Langkah pertama yang harus dilakukan adalah mencari nilai *chi square* hitung dengan menggunakan rumus yang dikemukakan oleh Sugiyono (2007) sebagai berikut:

$$x^2 = \frac{\sum(f_o - f_e)^2}{f_e}$$

Keterangan:

x^2 = nilai *chi square*

f_o = frekuensi yang diobservasi

f_e = frekuensi yang diharapkan

Selanjutnya dihitung nilai *chi square* tabel dengan rumus sebagai berikut:

$$dk = (k-1) (b-1)$$

Keterangan:

$dk = \text{chi square table}$

$k = \text{jumlah kolom}$

$b = \text{jumlah baris}$

Kesimpulan dapat ditarik berdasarkan perhitungan *chi square* tabel dan hitung. Adapun aturan dalam membuat keputusan tersebut dalam taraf signifikansi 0,5 yaitu:

1. H_0 diterima jika nilai *chi square* hitung $<$ *chi square* tabel
2. H_0 ditolak jika nilai *chi square* hitung $>$ *chi square* tabel

G. Jadwal Penelitian

TABEL 5
JADWAL PENELITIAN

No.	Kegiatan	Bulan							
		Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun	Jul	Ags
1	Observasi								
2	Pengajuan TOR dan Usulan Penelitian								
3	Pembuatan Usulan Penelitian								
4	Seminar Usulan Penelitian								
5	Revisi Usulan Penelitian								
6	Pengumpulan Data								
7	Penyusunan Skripsi								
8	Pengumpulan Skripsi								
9	Sidang Skripsi								

Sumber: Olahan peneliti, 2020.