

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Desain Penelitian

Peneliti menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif sebagaimana objek/pihak yang diteliti ialah sekelompok manusia dalam peristiwa masa sekarang. Penelitian kuantitatif ialah sebuah jenis prosedur penelitian dengan *output* berbentuk angka serta pada umumnya dianalisis dengan metode statistik inferensial maupun deskriptif (Silaen, 2018:18).

Merujuk pada definisi tersebut, pengumpulan data dalam penelitian menggunakan instrumen dan analisis data yang sifatnya kuantitatif/statistik (Sugiyono 2017:8) yakni kuesioner. Teknik analisis menggunakan analisis jalur/*path analysis* mengingat terdapat variabel (*interening variables*) yang harus dilalui variabel independen dalam mempengaruhi variabel dependen/terikat. Teknik/pengujian ini akan melihat yang pengaruh eWOM konten TikTok sebagai variabel independen (X) terhadap *destination brand image* sebagai variabel *intervening* (Y), yang kemudian mempengaruhi variabel minat berkunjung (Z).

Setelah kuisisioner terbentuk dan disebarakan, hasil pengambilan data akan melalui tahap uji validitas, reliabilitas, dan asumsi klasik. Jika dianggap valid, dilakukan pengolahan dan analisis data, sampai pada pemaknaan keseluruhan hasil penelitian dalam bentuk kesimpulan dan rekomendasi. Untuk memudahkan kalkulasi dan pengolahan data, peneliti menggunakan *software IBM SPSS Statistic* versi 25.

B. Objek Penelitian

Penelitian ini menjadikan Generasi Z pengguna TikTok yang pernah melihat/memiliki pengalaman menonton konten *review* maupun rekomendasi destinasi wisata di Bandung Raya sebagai objek penelitian. Hal ini didasari oleh faktor demografis pengguna TikTok yang didominasi Generasi Z beserta karakteristik mereka yang kuat dalam mempengaruhi keputusan pembelian

generasi lainnya. Kekuatan inilah yang membuat peneliti memutuskan Generasi Z menjadi objek penelitian.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi didefinisikan sebagai keseluruhan objek yang ingin/akan diteliti. Anggota dalam populasi dapat terklasifikasikan sebagai benda hidup ataupun benda mati, dimana sifat-sifat yang ada di dalamnya dapat diukur atau diamati Nasution (2003:1). Dalam penelitian ini, yang dimaksud sebagai populasi ialah seluruh Generasi Z pengguna TikTok yang pernah menyaksikan konten *review* atau rekomendasi destinasi wisata Bandung Raya baik melalui For You Page, dan atau *search bar*.

2. Sampel

Sebagian Generasi Z pengguna TikTok yang pernah menyaksikan konten *review* atau rekomendasi destinasi wisata Bandung Raya baik melalui For You Page, dan atau *search bar* merupakan sampel dalam penelitian. Peneliti memilih untuk mengaplikasikan *Non-probability sampling* yang diartikan sebagai prosedur pengambilan sampel dengan tidak mengajukan probabilitas keseluruhan elemen pada populasi dilibatkan sebagai sampel dalam penelitian (Etikan dan Bala, 2017:1), mempertimbangkan angka populasi yang besar dan tidak dapat diketahui secara pasti.

Teknik pengambilan sampel menggunakan *accidental sampling* yang dikemukakan Sugiyono (2010:124) sebagai teknik penentuan sampel secara kebetulan, yakni siapapun yang secara insidental bertemu dengan peneliti (dalam hal ini melihat publikasi selebaran kebutuhan responen) dapat menjadi bagian dalam sampel, apabila dipandang orang tersebut sesuai kriteria pengisian data. Metode ini dipilih mengingat seringnya penggunaan oleh penelitian-penelitian yang dilakukan oleh pemasar/*marketers* pada populasi berukuran besar (Etikan dan Bala, 2017:1)

Untuk memperoleh dan mengolektifkan data, instrumen yang digunakan ialah kuesioner. Kuisisioner tersebut disebarkan kepada Generasi Z yang melihat

publikasi kebutuhan responden penelitian selama masa/periode pengisian kuisisioner berlangsung. Dengan parameter yang beragam dalam lingkup ilmu sosial, peneliti menggunakan model estimasi menggunakan *Maximum Likelihood* (ML) dengan jumlah sampel yang dibutuhkan ialah dalam rentang 100-200 (Ghozali, 2011:64). Dengan limitasi sumber daya dan waktu yang ada, 150 merupakan angka minimum responden yang ditetapkan peneliti. Peneliti berhasil melebihi batas minimum responden dengan jumlah responden penelitian sebanyak 255 responden dengan data *username* TikTok yang dimiliki setiap responden.

D. Metode Pengumpulan Data

Nazir (2014:153) menyatakan bahwa pengumpulan data merupakan prosedur sistematis dan standar untuk mendapatkan berbagai macam data yang dibutuhkan penelitian. Dalam penelitian ilmiah data tersebut dikumpulkan untuk dikaji dengan berbagai analisis sesuai kebutuhan. Peneliti akan menyebarkan pengumuman kebutuhan responden secara *online* hingga target kuantitas responden sudah memenuhi syarat untuk selanjutnya diuji validitas, reliabilitas, dan asumsi klasik.

1. Teknik Pengumpulan Data

a. Studi Dokumentasi

Sugiyono (2010:329) mengemukakan bahwa studi dokumen memanfaatkan catatan peristiwa yang telah lalu berbentuk dokumen baik tulisan, gambar, maupun karya monumental milik seseorang. Dalam mengumpulkan dokumen terdapat dua klasifikasi data yakni data primer serta sekunder. Data primer diambil dari sumbernya secara langsung oleh peneliti sesuai kebutuhan, sedangkan data sekunder didapatkan dari sumber-sumber terpercaya yang menyediakan data yang bermanfaat bagi penelitian

b. Penyebaran Kuesioner

Sugiyono (2008: 199) menerangkan makna penyebaran kuesioner sebagai teknik pengumpul data dengan cara memberi set/seperangkat

pertanyaan penelitian pada responden untuk dijawab/direspon dengan ukuran tertentu. Kuesioner disebarikan melalui platform sosial media dengan rincian persyaratan/kualifikasi responden yang dicantumkan.

2. Alat Pengumpulan Data

a. Alat Dokumentasi

Penelitian menggunakan alat dokumentasi berbentuk dokumen-dokumen terkait yang relevan untuk kemudian dijadikan sumber informasi penelitian, terutama yang secara langsung mendukung argumen dan pendalaman peneliti dalam melakukan penelitian.

b. Kuesioner

Kuesioner atau daftar pertanyaan didefinisikan Nazir (2014:179) sebagai set pertanyaan yang berkaitan dengan masalah penelitian, dan jawaban dari pertanyaan memiliki makna dan peran dalam pengujian hipotesis. Daftar pertanyaan dibuat berdasarkan operasionalisasi teori yang dipilih sebagai acuan dalam melaksanakan penelitian. Teori dioperasionalisasikan menjadi indikator yang kemudian menjadi pertanyaan dalam kuesioner. Peneliti menggunakan kuesioner dengan 19 butir pertanyaan yang mencakup operasionalisasi 3 variabel di antaranya eWOM konten TikTok, *destination brand image*, dan minat berkunjung

Dalam kuesioner, skala yang digunakan ialah skala likert yang didefinisikan Sugiyono (2012: 93) sebagai metode pengukuran pendapat, persepsi, dan sikap seseorang atau kelompok orang tentang sebuah fenomena sosial. Berikut skala pengukuran yang digunakan menurut Sekaran (2011).

Tabel 3. 1 Skala dan Poin Pengukuran Kuesioner

Skala	<i>Strongly Disagree</i>	<i>Disagree</i>	<i>Neither Agree nor Disagree</i>	<i>Agree</i>	<i>Strongly Agree</i>
Poin	1	2	3	4	5

Diadaptasi dari Sekaran (2011)

E. Matriks Operasional Variabel

Tabel 3. 2 Matriks Operasional Variabel

Variabel	Sub Variabel	Dimensi	Indikator	Skala	Instrumen
eWOM	Karakteristik (Park dan Lee, 2008; Luo et al. 2013)	Kuantitas (Matute et al., 2016)	<ul style="list-style-type: none"> - Tingkat ketersediaan eWOM dalam aplikasi - Tingkat frekuensi munculnya eWOM dalam aplikasi 	Ordinal	Kuesioner (1) (2)
		Kredibilitas (Chung et al., 2008)	<ul style="list-style-type: none"> - Tingkat <i>trustworthy</i>/kepercayaan pengguna terhadap kreator/pembuat eWOM - Tingkat <i>trustworthy</i>/kepercayaan pengguna terhadap informasi yang terkandung dalam eWOM 	Ordinal	Kuesioner (3) (4)
		Kualitas (Nelson et al., 2005; Cheung et al., 2008; Cheung dan Thadani, 2012)	<ul style="list-style-type: none"> - Tingkat ketepatan titik temu antara kebutuhan informasi pengguna dengan eWOM yang tersedia pada aplikasi - Tingkat kelengkapan informasi yang sifatnya detil dan akurat - Tingkat kepuasan terhadap cara kreator mengkomunikasikan informasi secara jelas dan mudah dipahami - Tingkat keterbaruan informasi eWOM dalam aplikasi, terkini dan <i>up to date</i>. 	Ordinal	Kuesioner (5) (6) (7) (8)
	Komponen	Kognitif	<ul style="list-style-type: none"> - Tingkat pemahaman terhadap destinasi 	Ordinal	Kuisisioner (9) (10)

Variabel	Sub Variabel	Dimensi	Indikator	Skala	Instrumen
<i>Destination Brand Image</i> (Keller, 1993:57; Farquhar, 1989: 24)	(Tasci et al., 2007:1999)		- Tingkat respon mental terhadap destinasi (muncul perhatian, pemikiran skeptis, hingga evaluasi)		
		Afektif	- Tingkat respon emosional terhadap destinasi dalam hal ini perasaan positif	Ordinal	Kuesioner (11)
		Konatif	- Tingkat respon tindakan terhadap destinasi baik yang sifatnya masih rencana maupun langsung	Ordinal	Kuesioner (12)
	Faktor (Keller, 2012:79)	<i>Strength of brand association</i>	- Tingkat keinginan untuk menggali informasi destinasi secara lebih dalam	Ordinal	Kuesioner (13)
		<i>Favorability of brand association</i>	- Tingkat ketertarikan terhadap nilai-nilai menguntungkan yang bermanfaat terhadap pemenuhan kebutuhan dan keinginan	Ordinal	Kuesioner (14)
		<i>Uniqueness of brand association</i>	- Tingkat keunikan produk yang menggugah keinginan melakukan pembelian	Ordinal	Kuesioner (15)
Minat Berkunjung (<i>Visit Intention</i>) (Luo dan Ye, 2020:123)			- Tingkat kemungkinan/ <i>likelihood</i> saya untuk mengunjungi destinasi wisata - Tingkat pemanfaatan ketersediaan waktu untuk mengunjungi destinasi wisata - Tingkat niatan individu untuk mengunjungi destinasi wisata	Ordinal	Kuesioner (16) (17) (18)

Sumber: Olahan peneliti diadaptasi dari Park dan Lee (2008); Luo et al. (2013); Matute et al., (2016); Chung et al., (2008); Nelson et al., (2005); Cheung et al., (2008); Cheung dan Thadani, (2012); Gomez et al. (2015); Aaker (2009); Keller, (1993:57); Farquhar, (1989: 24); Tasci et al., (2007:1999); Keller, (2012:79); Luo dan Ye (2020:123).

F. Uji Validitas, Reliabilitas, dan Asumsi Klasik

Sebagai syarat menggunakan teknik regresi linear diperlukan tiga pengujian data agar hasil dapat dinyatakan valid. Ketiga pengujian ini adalah uji validitas, reliabilitas, serta uji asumsi klasik yang perlu dilakukan ketika instrumen penelitian juga menguji variabel tak langsung (*intervening variable*). Pengujian instrumen dilakukan terlebih dahulu pada 35 responden Generasi Z pengguna TikTok sebelum disebarakan untuk memenuhi batas minimum 150 responden. Sebelum tiga uji instrumen dilakukan, peneliti mencari *pilot respondents* yang menjadi sumber *feedback* atas kemudahan pemahaman bahasa yang digunakan peneliti pada kuesioner. Peneliti mengutamakan *Pilot Respondents* (PR) ialah mereka yang usianya muda (berada pada *down-tier* generasi). Berikut data hasil penilaian kemudahan pemahaman bahasa yang digunakan dalam kuesioner oleh *pilot respondents*, yang seluruh masukannya sudah ditindaklanjuti:

Tabel 3. 3 Hasil Pilot Respondents

No. PR	Tahun Lahir	Kejelasan Bahasa Kuesioner	Keterangan
1	2001	Sudah baik dan jelas	
2	2002	Sudah baik dan jelas	
3	2005	Sudah baik dan jelas	
4	2000	Inkonsistensi bahasa formal dan non-formal	Item No. (3) (4)
5	2007	Sudah baik dan jelas	

Sumber: Olahan Peneliti (2022)

1. Uji Validitas

Pengukuran terhadap kemampuan alat pengumpul data dalam mengukur sebuah ukuran merupakan definisi validitas (Sangadji dan Sopiah, 2010:160). Apabila pengukuran sudah dilakukan dan menunjukkan makna valid, instrumen pengumpul data dapat dikatakan benar dan linear dengan teori (Natawiria dan Riduwan, 2010:109). Hal yang pertama harus dilakukan peneliti dalam menguji validitas instrumen ialah penghitungan harga korelasi setiap komponen melalui pengkorelasiian item alat ukur dengan total skor yang ialah keseluruhan jumlah skor tiap item. Berikut rumus yang digunakan untuk menghitung harga kolerasi item instrumen dengan *Pearson Product Moment*:

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

r_{hitung} : Koefisien Korelasi

$\sum X_i$: Jumlah Skor Item

$\sum Y_i$: Jumlah Skor Total

n: Jumlah Responden

Dengan kaidah perhitungan jika $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ maka dinyatakan valid dan sebaliknya jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka dinyatakan tidak valid. Untuk signifikansi () sebesar 5% dengan N=35 adalah 0,334. Mengacu pada hal tersebut, instrumen penelitian akan dikatakan valid jika $r_{hitung} \geq 0,334$. Peneliti menggunakan aplikasi SPSS versi 25 untuk melakukan pengujian validitas kuesioner yang disusun berdasarkan konsep maupun teori. Berikut merupakan hasil uji validitas setiap variabel:

Tabel 3. 4 Uji Validitas Variabel eWOM

No. Item	Sub-Variabel	Dimensi	<i>Pearson Correlation</i>	Keterangan
1	Karakteristik	Kuantitas	0,504	Valid
2			0,696	Valid

3		Kredibilitas	0,514	Valid
4			0,339	Valid
5		Kualitas	0,393	Valid
6			0,338	Valid
7			0,534	Valid
8			0,506	Valid

Sumber: Olahan Peneliti (2022)

Tabel 3. 5 Uji Validitas Variabel Destination Brand Image

No. Item	Sub-Variabel	Dimensi	<i>Pearson Correlation</i>	Keterangan
9	Komponen	Kognitif	0,379	Valid
10			0,504	Valid
11		Afektif	0,708	Valid
12		Konatif	0,538	Valid
13	Faktor	<i>Strength of brand association</i>	0,401	Valid
14		<i>Favorability of brand association</i>	0,550	Valid
15		<i>Uniqueness of brand association</i>	0,677	Valid

Sumber: Olahan Peneliti (2022)

Tabel 3. 6 Uji Validitas Variabel Minat Berkunjung

No. Item	Variabel	<i>Pearson Correlation</i>	Keterangan
16	Minat Berkunjung (<i>Visit Intention</i>)	0,732	Valid
17		0,481	Valid
18		0,337	Valid

Sumber: Olahan Peneliti (2022)

Seluruh perhitungan *Pearson Correlation* pada tiap item variabel menunjukkan angka di atas 0,334 dan dinyatakan valid untuk dijadikan sebuah instrumen penelitian.

2. Uji Reliabilitas

Pengukuran konsistensi instrumen penelitian yang menggunakan skala perlu dilakukan dengan uji reliabilitas. Konsistensi tersebut perlu diketahui mengingat penggunaan instrumen yang dilakukan secara berulang. Sekaran (2011:182) menyatakan bahwa nilai *Alpha Cronbach* yang hasilnya kurang dari 0,60 dinilai buruk, untuk dinilai sangat baik, nilai *Alpha Cronbach* harus lebih dari 0,80. Peneliti juga akan melakukan uji reliabilitas pada 30 responden dan mengolahnya pada SPSS versi 25. Rumus perhitungan reliabilitas dijabarkan sebagai berikut:

$$r_{11} = \left[\frac{n}{n-1} \right] \left[\frac{S_t^2 - \sum p_i q_i}{s_t^2} \right]$$

keterangan :

r_{11} = Reliabilitas tes secara keseluruhan

n = Banyak butir soal (item)

$\sum s_i^2$ = Jumlah varians skor tiap item

s_t^2 = Varians skor total

Berikut merupakan hasil perhitungan reliabilitas dengan nilai *Alpa Cronbach*:

Tabel 3. 7 Uji Reliabilitas Instrumen

<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Items</i>	Keterangan
0,820	18	Sangat Baik

Sumber: Olahan Peneliti (2022)

Dengan nilai *Cronbach's Alpha* di atas 0,80, instrumen tidak hanya melewati ambang batas reliabilitas buruk, namun juga melampaui batas nilai reliabilitas baik. Melalui pernyataan tersebut, instrumen penelitian dinyatakan reliabel.

3. Uji Asumsi Klasik

Pengujian ini juga merupakan Uji Pra Syarat dalam analisis regresi untuk membuktikan bahwa model regresi yang digunakan adalah baik. Terutama pada model penelitian dengan variabel *intervening* yang secara tidak langsung

mempengaruhi variabel dependen. Uji asumsi klasik pada umumnya meliputi tiga pengujian di antaranya uji normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedasitas. Mengingat hanya terdapat satu variabel independen dalam penelitian, uji multikolinearitas tidak dilakukan.

a. Uji Normalitas

Pengujian ini bertujuan untuk melihat pendistribusian tiap variabel ialah normal, mendekati normal, atau bahkan tidak normal (Umar, 2009:181). Regresi yang baik ialah regresi dengan distribusi variabel normal atau mendekati normal. Uji statistik non-parametrik dilakukan mengingat tidak adanya parameter/ukuran mutlak yang digunakan dalam penelitian melalui Uji *Kolmogorov-Smirnov* (K-S). Uji K-S memiliki dasar dalam pengambilan keputusan dengan angka nilai signifikan 0.05 sebagai acuan saat diolah pada aplikasi SPSS versi 25. Jika nilai lebih dari 0.05 maka distribusi disebut normal dan berlaku sebaliknya. Berikut merupakan hasil uji normalitas pada instrumen penelitian:

Tabel 3. 8 Uji Normalitas K-S Instrumen

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		35
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.86835411
Most Extreme Differences	Absolute	.094
	Positive	.080
	Negative	-.094
Test Statistic		.094
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

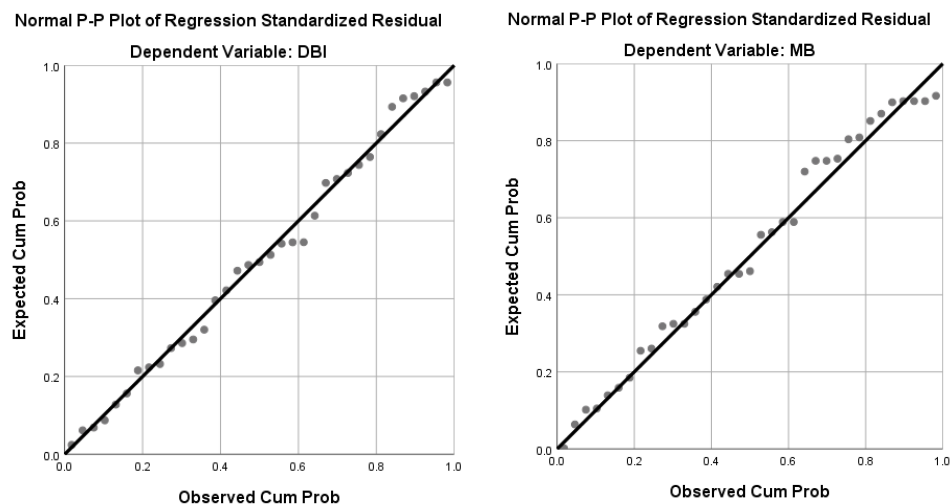
c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber: Olahan Peneliti (2022)

Hasil menunjukkan nilai signifikansi K-S sebesar 0,200 yang mengindikasikan distribusi data bersifat normal. Kenormalan data juga

terlihat dari hasil *P-Plot* saat pengujian dilakukan pada variabel dependen Y (DBI) dan Z (Minat Berkunjung) yang tersebar tidak jauh dari garis diagonal sebagai berikut:



Gambar 3. 1 *P-Plot* Normalitas Model Regresi
Sumber: Olahan Peneliti (2022)

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas menilai ada tidaknya ketidaksamaan varian. Model yang regresi yang baik harus bersifat homokedastisitas dengan melihat residual pengamatan satu dengan pengamatan yang lainnya. Dikatakan variannya tetap maka model dapat disebut homoskedastisitas. Terdapat banyak metoda dalam melakukan pengujian ini, namun peneliti memilih untuk melakukan pengujian dengan Metode Glesjer yang dilakukan dengan meregresikan seluruh variabel independen terhadap nilai mutlak residualnya.

Apabila ditemukan pengaruh variabel dependen secara signifikan terhadap nilai mutlak residual, dapat dikatakan bahwa model regresi memiliki masalah heteroskedastisitas. Keputusan ada tidaknya heteroskedastisitas dapat melihat nilai probabilitas yang lebih besar dari nilai alfa (Signifikansi $> 0,05$) maka gejala heteroskedastisitas tak terjadi, dan berlaku sebaliknya. Berikut hasil uji heteroskedastisitas pada instrumen

penelitian yang juga nampak pada *scatterplot* masing-masing variabel dependen:

Tabel 3. 9 Signifikansi Heteroskedastisitas eWOM Sebagai Variabel Independen

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.679	1.677		-.405	.688
	eWOM	.069	.053	.221	1.304	.201

a. Dependent Variable: Abs_Res1

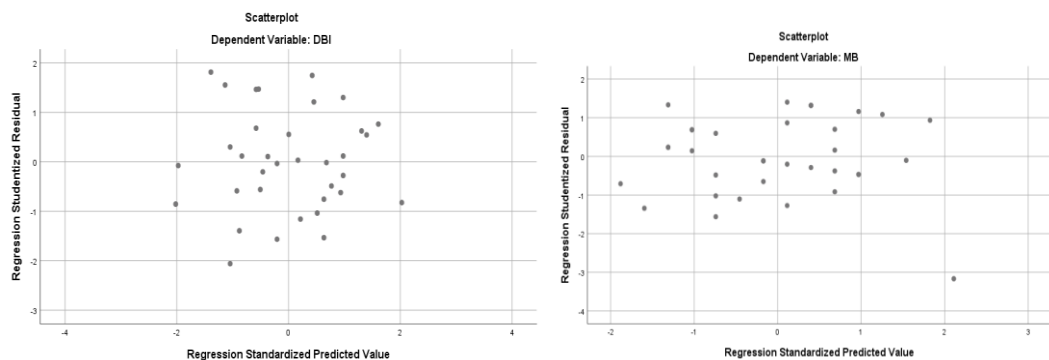
Sumber: Olahan Peneliti (2022)

Tabel 3. 10 Signifikansi Heteroskedastisitas Dalam Regresi, eWOM Sebagai Variabel Independen dan Minat Berkunjung Sebagai Variabel Dependen

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.933	2.600		1.513	.140
	eWOM	-.018	.079	-.043	-.235	.816
	MB	-.105	.141	-.136	-.745	.461

a. Dependent Variable: Abs_Res2

Sumber: Olahan Peneliti (2022)



Gambar 3. 2 Scatterplot Variabel-Variabel Dependen

Sumber: Olahan Peneliti (2022)

Hasil nilai signifikansi heteroskedastisitas yang seluruhnya di atas 0,05, serta hasil *scatterplot* yang menyebar mengindikasikan bahwa masalah heteroskedastisitas tidak terjadi pada instrumen penelitian yang digunakan.

G. Teknik Analisis Data

Peneliti menggunakan teknik analisis jalur yang digunakan untuk menguji pengaruh satu variabel independen (X) terhadap variabel terikat (Z) melalui variabel *intervening* dalam hal ini DBI. Skor total setiap responden dalam variabel diakumulasikan untuk kemudian membentuk tabulasi data. Tabulasi yang dibuat kemudian melalui tahap *input* pada SPSS dan diolah dengan *tools analyze>regression>linear*. Hasil ada atau tidaknya pengaruh dapat didapat melalui dua cara yakni membandingkan nilai signifikansi (pada *output model summary*) dan nilai t.

Jika nilai signifikansi $>0,05$, maka variabel independen memiliki pengaruh terhadap variabel dependen dan berlaku sebaliknya. Cara lain dengan nilai t ialah jika hasil $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka variabel independen memiliki pengaruh terhadap variabel dependen dan berlaku sebaliknya. Regresi diujikan secara berurut antara X dengan Y, kemudian Y dengan variabel Z. Perkalian antar pengaruh langsung β X ke Y dengan β Y ke Z akan menghasilkan angka pengaruh tidak langsung yang disebabkan oleh variabel Y.