

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Desain Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian verifikatif dengan pendekatan kuantitatif. Pendekatan kuantitatif digunakan karena pendekatan penelitian ini lebih memungkinkan untuk menghasilkan penemuan – penemuan yang lebih terstruktur melalui prosedur statistik dan kualifikasi (Wiratha, 2006). Menurut Apuke (2017) Teknik kuantitatif dapat digunakan dengan simbol numerik ini untuk membuat kesimpulan yang umumnya dikaitkan dengan suatu parameter.

Sedangkan, penelitian verifikatif merupakan penelitian yang dilakukan terhadap populasi atau sampel tertentu dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2017). Penelitian verifikatif bertujuan untuk menguji kebenaran suatu pengetahuan. Metode penelitian ini merupakan metode yang cocok untuk menguji hipotesis yang ada, dimana tujuannya untuk menguji pengaruh media sosial (X) terhadap keputusan berkunjung wisatawan nusantara (Y)

B. Objek Penelitian

Objek penelitian merupakan suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek, atau kegiatan yang memiliki alterasi tertentu dan nantinya ditentukan oleh peneliti untuk ditelaah dan kemudian disimpulkan (Sugiyono, 2017).

Objek yang akan ditelaah pada penelitian ini adalah akun media sosial Dinas Pariwisata Kabupaten Lombok Barat. Media sosial Dinas Pariwisata Kabupaten Lombok Barat yang diteliti terdiri dari Facebook dan Instagram. Penetapan media sosial Facebook dan Instagram digunakan sebagai objek penelitian dikarenakan Dinas Pariwisata Kabupaten Lombok Barat menggunakan kedua media sosial tersebut secara aktif. Selain itu, Facebook dan Instagram juga sering digunakan oleh generasi X dan Y yang nantinya merupakan responden pada penelitian ini.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Untuk mencapai tujuan penelitian, objek penelitian ini adalah wisatawan nusantara yang berkunjung ke Kabupaten Lombok Barat dan aktif dalam menggunakan media sosial Instagram dan Facebook.

2. Sampel

Metode penarikan sampel pada penelitian ini menggunakan metode teknik *non-probability sampling* dengan *accidental sampling* (incidental). Accidental sampling digunakan pada penelitian ini karena peneliti tidak mengetahui profil dan karakteristik wisatawan yang menggunakan media sosial Dinas Pariwisata Kabupaten Lombok Barat. Sehingga, kriteria responden penelitian ini adalah wisatawan nusantara yang pernah berkunjung ke Kabupaten Lombok Barat, aktif menggunakan media sosial dan pernah melihat unggahan akun *Instagram* atau *Facebook* milik Dinas Pariwisata Kabupaten Lombok Barat.

Jumlah sampel pada penelitian ini didasari oleh teori dari Scott (2013) yaitu penentuan jumlah sampel didapat dari perhitungan rumus sebagai berikut:

$$N_0 = \frac{Z^2 p(1-p)}{e^2}$$

Keterangan:

N_0 : Ukuran sampel yang diperlukan

Z : Z score - 96% = 1,96

p : Standard of deviation = 0,5

e : Margin of Error 7%

Maka perhitungan jumlah sampel pada penelitian ini, yaitu:

$$N_0 = \frac{1,96^2 0,5(1-0,5)}{0,07^2}$$

$$N_0 = \frac{0,9604}{0,0049}$$

$$N_0 = 196 \text{ responden}$$

Sedangkan Thompson (2004) menyatakan bahwa setidaknya terdapat 200 responden harus dijadikan sampel untuk mencapai kestabilan solusi melalui analisis faktor. Maka jumlah sampel penelitian ini adalah upgrade dari 196 sampel hasil perhitungan berdasarkan Scott (2013) terhadap sampel minimal yang dikemukakan oleh Thompson (2004) sehingga didapatkan sampel dari penelitian ini adalah sejumlah 200 responden.

D. Metode Pengumpulan Data

Sekaran dan Bougie (2018) mengungkapkan bahwa dalam melakukan penelitian, terdapat dua sumber utama pengumpulan data. Metode pertama adalah data primer, dimana data penelitian dikumpulkan secara langsung di lapangan dengan tujuan spesifik, (seperti: wawancara, observasi, memberikan kuesioner, dan eksperimen). Metode kedua adalah sumber data sekunder, dimana pengumpulan data ini berasal dari berbagai sumber yang telah ada atau dari sumber lain (seperti bulletin, publikasi pemerintah, dan data-data dari perusahaan baik yang terpublikasi maupun tidak).

Penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data primer, dimana peneliti kumpulkan dan olah sendiri secara langsung dari responden yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner dan melakukan wawancara. Pada penelitian ini, wawancara dilakukan secara langsung dengan Dinas Pariwisata Lombok Barat sebagai pihak pemasar. Pada penelitian ini bentuk kuesionernya adalah tertutup, dimana terdiri atas beberapa kalimat pernyataan, sehingga responden tinggal menentukan jawaban yang paling sesuai dengan yang responden rasakan.

Alat pengumpulan data pada penelitian ini adalah kuesioner dan pedoman wawancara. Kuesioner pada penelitian ini berbentuk google form dengan menggunakan Skala Likert. Pemilihan skala likert dikarenakan skala likert berkenaan dengan pernyataan tentang tingkah laku individu kepada suatu hal

Berikut kriteria penilaian dengan skala likert adalah:

Tabel 3 Kriteria Skala Likert

Kriteria Jawaban		Skor
Sangat Tidak Setuju	STS	1
Tidak Setuju	TS	2
Biasa saja	B	3
Setuju	S	4
Sangat Setuju	SS	5

Sumber: Malhorta, 2009

E. Definisi Operasional Variabel

Operasionalisasi variabel merupakan penentuan dimensi dan indikator, serta skala dari variabel dalam penelitian tersebut, sehingga pengujian hipotesis dapat dilakukan secara tepat. Berikut matriks operasional variabel beserta konsep dan dimensinya pada penelitian ini, yaitu:

Tabel 4 Matriks Operasional Variabel

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala	Instrumen Kuesioner
Media Sosial <i>Chris Heuer dalam Solis (2010)</i>	<i>Context</i>	Cara penyajian	Ordinal	1
		Waktu penayangan	Ordinal	2
		Penyajian konten	Ordinal	3,4,5
	<i>Communications</i>	Respon admin	Ordinal	6,7
		Informasi yang disampaikan	Ordinal	8,9
		Gaya penyampaian pesan	Ordinal	10
	<i>Collaborations</i>	Kerja sama dengan akun lain	Ordinal	11,12,13
	<i>Connections</i>	Hubungan berkelanjutan	Ordinal	14
		<i>Feedback</i>	Ordinal	15,16,17
Keputusan Berkunjung <i>Hsu dan Huang (2008)</i>	<i>Pull Factors</i>	Ketersediaan informasi	Ordinal	18
		Keunggulan destinasi	Ordinal	19, 20
	<i>Push Factors</i>	Motivasi Perjalanan	Ordinal	21
		Ekspetasi terhadap destinasi	Ordinal	22

Sumber: Olahan Peneliti, 2022

F. Analisis Data

Menurut Sujarweni (2015) “Analisis data diartikan sebagai upaya data yang sudah tersedia kemudian diolah dengan statistik dan dapat digunakan untuk menjawab rumusan masalah dalam penelitian. Dengan demikian analisis data dapat diartikan sebagai cara melaksanakan analisis terhadap data, dengan tujuan mengolah data tersebut untuk menjawab rumusan masalah”.

Dalam menganalisis data penelitian ini dibantu oleh *software program SPSS* untuk mempermudah proses analisis. Adapun analisis yang digunakan sebagai berikut:

1. Uji Kualitas Data

a. Uji Validitas

Menurut Ghozali dalam Sujarweni (2015), “Uji Validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner.” Penelitian ini menggunakan metode uji validitas dengan rumus *Pearson Product Moment*, yaitu:

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

Keterangan:

R_{hitung} : Koefisien Korelasi

$\sum X_i$: Jumlah skor item

$\sum Y_i$: Jumlah skor total (seluruh item)

N : Jumlah responden

Dengan kaidah perhitungannya adalah $R_{hitung} \geq R_{tabel}$, berarti valid sebaliknya jika $R_{hitung} \leq R_{tabel}$ berarti tidak valid. Nilai r_{tabel} untuk tingkat signifikansi (α) sebesar 5% dengan $N=36$ adalah 0,329 sehingga dalam penelitian ini instrumen dikatakan valid apabila $r_{hitung} \geq 0,329$. Berikut hasil uji validitas yang telah dilakukan:

Tabel 5 Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	Pearson Correlation	Keterangan
Media Sosial	1	0,539	Valid
	2	0,603	Valid
	3	0,751	Valid
	4	0,587	Valid
	5	0,573	Valid
	6	0,457	Valid
	7	0,732	Valid
	8	0,571	Valid
	9	0,411	Valid
	10	0,593	Valid
	11	0,762	Valid
	12	0,552	Valid
	13	0,502	Valid
	14	0,592	Valid
	15	0,395	Valid
	16	0,477	Valid
	17	0,407	Valid
Keputusan Berkunjung	18	0,535	Valid
	19	0,680	Valid
	20	0,666	Valid
	21	0,692	Valid
	22	0,601	Valid

Sumber: Olahan peneliti, 2022

Dilihat dari tabel di atas yang merupakan hasil pengumpulan data terhadap 36 orang responden, terdapat 22 item yang memiliki nilai r hitung (*pearson correlation*) lebih dari r tabel yaitu 0,329. Hasil menyatakan bahwa instrumen kuesioner yang telah di sebar, dapat dinyatakan valid 100%.

b. Uji Reliabilitas

Menurut Ghozali dalam Sujarweni (2015), “Uji reliabilitas dilakukan terhadap item pertanyaan yang dinyatakan valid. Uji ini

digunakan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk”.

Uji reliabilitas dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan cronboach alpha, dengan pengukuran dikatakan reliabel apabila *cronboach's alpha* > 0,6 (Ghozali, 2011). Berikut adalah hasil uji reliabilitas yang telah dilakukan:

Tabel 6 Hasil Uji Reliabilitas

Number of Items	Nilai Minimum	Nilai Alpha Cronboach	Keterangan
22	0,60	0,90	Reliabel

Sumber: Olahan Peneliti, 2022

Berdasarkan tabel diatas, didapatkan hasil nilai alpha cronboach dari 22 item sebesar 0,90 dimana lebih besar dari 0,60. Hasil dari uji reliabilitas ini dapat dikatakan bahwa setiap variabel dalam penelitian ini adalah variabel yang reliabel.

Dalam melakukan analisis regresi linear sederhana yang diperlukan yaitu minimal data interval, karena data yang dikumpulkan oleh peneliti adalah data ordinal maka diperlukan langkah transformasi data ordinal menjadi data interval dengan mengubah metode MSI (*Methods Successive of Interval*). Teknik analisis pada penelitian ini menggunakan beberapa tahapan yaitu MSI, Uji Asumsi Klasik serta Uji Hipotesis.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Menurut Ghozali dalam Surjaweni (2015) “Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal”. Pada penelitian ini maka skor media sosial dan skor keputusan berkunjung yang diperoleh harus diuji normalitasnya.

Penelitian ini menggunakan uji data normalitas Kolmogorov Smirnov. Data dinilai berdistribusi normal atau tidak, apabila nilai signifikan lebih besar dari 0,05 maka data dikatakan berdistribusi normal. Sebaliknya, apabila nilai signifikansinya lebih kecil dari 0,05 maka data dinyatakan tidak normal.

b. Uji Linearitas

Tujuan uji linearitas adalah mengetahui apakah dua variabel atau lebih yang diuji memiliki hubungan yang linear atau tidak secara signifikan. Uji ini digunakan sebagai persyarat untuk menganalisis kolerasi atau regresi linear. Dasar pengambilan keputusan dalam uji linearitas adalah apabila nilai probabilitas $> 0,05$ maka hubungan antara variable (X) dengan (Y) adalah linear. Sebaliknya, jika nilai probabilitas $< 0,05$ maka hubungan antara variable (X) dengan (Y) adalah tidak linear.

c. Uji Homogenitas

Uji homogenitas adalah uji prasyarat dalam analisis statistika yang harus dibuktikan apakah dua atau lebih kelompok data sampel berasal dari populasi dengan varians yang sama atau tidak. Uji homogenitas pada penelitian ini akan dilakukan menggunakan uji *Levene*.

Dasar pengambilan keputusan dalam uji ini adalah data dikatakan berasal dari populasi dengan varians yang sama (homogen) atau tidak, apabila nilai signifikansinya lebih dari 0,05 maka data dikatakan homogeny dan sebaliknya, apabila nilai signifikansinya lebih kecil dari 0,05 maka data dinyatakan tidak homogen kelompok data berasal dari populasi dengan varians yang berbeda (heterogen).

3. Analisis Regresi Linear

Menurut Suyono (2017) “Model regresi linier sederhana adalah model probabilistik yang menyatakan hubungan linier antara dua variabel di mana salah satu variabel dianggap mempengaruhi variabel yang lain”. Persamaan regresi linier sederhana secara matematik diekspresikan oleh:

$$Y \hat{=} a + bX$$

yang mana:

$Y \hat{=}$ = garis regresi / *variable response*

a = konstanta (intersep), perpotongan dengan sumbu vertikal

b = konstanta regresi (*slope*)

X = variabel bebas/ *predictor*

4. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi adalah nilai yang menyatakan atau dipakai untuk mengetahui kontribusi atau sumbangan yang diberikan oleh sebuah variabel atau lebih X terhadap Y. Untuk menentukan kekuatan pengaruh variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y), maka ditentukan dengan tabel di bawah ini:

Tabel 7 Interval Koefisien Regresi

Interval	Keterangan
$\geq 80,00\%$	Sangat Kuat
60,00% - 79,99%	Kuat
40,00% - 59,99%	Cukup Kuat
20,00% - 39,99%	Lemah
$\leq 19,99\%$	Sangat Lemah

Sumber: Wufron, 2020

5. Pengujian Hipotesis

Menurut Sujarweni (2015) “Uji t adalah pengujian koefisien regresi parsial individual yang digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen (X) secara individual mempengaruhi variabel dependen (Y)”. Guna untuk mengetahui apakah secara parsial variabel independen bermakna dipergunakan uji t secara parsial dengan rumus:

$$t_{hitung} = \frac{r \sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Keterangan:

r = koefisien korelasi

n = jumlah data