

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Menurut Creswell dalam (Kusumastuti, Khoiron, & Achmadi, 2020) mengatakan bahwa metode penelitian kuantitatif adalah metode untuk menguji sebuah teori tertentu dengan cara meneliti hubungan antara variabel, dimana variabel diukur berdasarkan instrumen penelitian sehingga data yang dihasilkan terdiri dari angka-angka yang dapat dianalisis oleh prosedur statistik. Menurut Sugiyono dalam (Hermawan F. T., 2020) metoda penelitian kuantitatif merupakan metoda survey yang digunakan untuk memperoleh data alamiah, namun peneliti perlu mengumpulkan data dengan melakukan proses mengedarkan kuesioner, *test*, wawancara terstruktur, dan lainnya.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan teknik analisis deskriptif. Sedangkan pengertian statistik deskriptif menurut (Sugiyono, 2018) ialah statistik sering dipakai dalam menganalisis data dengan memberikan deskripsi atau gambaran perihal data yang sebelumnya telah dikumpulkan sebagaimana adanya tanpa ada maksud untuk membuat kesimpulan yang berlaku terhadap umum maupun menggeneralisasi

B. Objek Penelitian

CV. Muki Travel merupakan sebuah biro perjalanan wisata yang telah berdiri sejak tahun 2019, memiliki satu kantor utama yang berlokasi di Jl. Bimosuko, Sapen Utara CT XI 76A, Papringan, Caturtunggal, Kec. Depok, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta yang saat ini menjadi lokasi penelitian. CV. Muki Travel memfasilitasi kebutuhan konsumen dengan menyediakan produk paket wisata dan juga *car rental*.

GAMBAR 6

LOGO CV. MUKI TRAVEL



Sumber : CV. Muki Travel (2022)

Objek penelitian dalam penelitian ini merupakan akun media Instagram dari CV. Muki Travel dengan nama akun @mukitravel yang memiliki *followers*

sebanyak 11.000 akun, *following* sebanyak 149 akun dan postingan yang dibagikan sebanyak 177 kiriman sejak pertama kali pembuatan akun Instagram pada tahun 2019. Akun Instagram @mukitravel memposting konten berupa foto dan video setiap minggunya baik berupa *instastory*, *reels* ataupun *feeds* Instagram. Selain itu akun @mukitravel juga kerap meng-upload testimoni yang dibagikan oleh customer setelah mengikuti kegiatan *tour*. Adapun konten yang dibagikan melalui akun @mukitravel yaitu berisikan informasi produk paket wisata dan *car rental*.

Alasan peneliti memilih Instagram sebagai objek penelitian ialah engagement Instagram CV. Muki Travel belum memenuhi standar yang seharusnya dan penggunaan media sosial pada masa kini yang seharusnya mampu menjadi peluang bisnis bagi CV. Muki Travel untuk memasarkan produknya.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Menurut (Sugiyono, 2017) populasi merupakan wilayah hasil generalisasi yang berasal dari adanya objek dan subjek yang mempunyai karakteristik dan kualitas untuk dapat dipelajari oleh peneliti & ditarik menjadi sebuah kesimpulan. Penelitian ini bertujuan untuk mengukur penggunaan media sosial Instagram milik CV. Muki Travel. Adapun objek yang dijadikan populasi dalam penelitian ini yaitu *followers* dari akun Instagram @mukitravel sebanyak 11.000 akun.

2. Sampel

Menurut (Sugiyono, 2017) sampel yaitu bagian dari jumlah dari karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Sampel dari penelitian ini diambil dari jumlah populasi yaitu *followers* dari akun @mukitravel. Dalam perhitungan sampel, peneliti menggunakan rumus Isaac dan Michael dalam (Sugiono, 2013) dengan tingkat kesalahan sebesar 1%, 5%, 10% seperti yang dituliskan di bawah ini :

$$s = \frac{\lambda^2 . N . P . Q}{d^2 (N - 1) + \lambda^2 . P . Q}$$

λ^2 dengan dk = 1, taraf kesalahan bias 1%, 5%, 10%.

P = Q = 0,5. d = 0,05. s = jumlah sampel

Keterangan :

s : jumlah sampel

λ^2 : Chi kuadran yang harganya tergantung derajat kebebasan dan tingkat kesalahan. Derajat kebebasan 1 dan kesalahan 10% harga Chi Kuadrat = 2,706 (Tabel Chi Kuadrat)

N : jumlah populasi

P : Peluang benar (0,5)

Q : Peluang salah (0,5)

d : Perbedaan antara rata-rata sampel dengan rata-rata populasi

Maka,

$$s = \frac{2,706 \times 11.000 \times 0,5 \times 0,5}{0,005^2 \times (11.000 - 1) + 2,706 \times 0,5 \times 0,5}$$

$$s = \frac{7,441.5}{(0.274975) + 0,6765}$$

$$s = \frac{7,441}{0,951}$$

$$s = 270$$

yang bila mana dibulatkan maka jumlah sampel yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah sebanyak 270 responden.

3. Teknik Sampling

Menurut (Sugiyono, 2018) Teknik Sampling ialah metode yang diperuntukan mengambil sebuah sampel dalam sebuah penelitian. Lanjut menurut (Sugiyono, 2017) teknik sampling yang digunakan adalah teknik sampel non-probability dengan teknik sampel purposive dimana teknik ditentukan berdasarkan pertimbangan tertentu. Dalam penelitian ini objek yang digunakan sebagai responden yaitu *followers* atau pengikut akun Instagram @mukitravel.

D. Metode Pengumpulan Data

1. Teknik Kumpul Data

Teknik kumpul data yang digunakan oleh peneliti adalah sebagai berikut :

a. *Survey*

Menurut (Adiyanta, 2019) survey merupakan kumpulan informasi yang berasal dari responden yang telah diberikan kuesioner sebelumnya.

b. Studi Kepustakaan

Menurut (Sugiyono, 2016) studi kepustakaan mengacu pada kajian teoritis dan referensi lainnya yang berkenaan dengan nilai, norma & budaya yang berkembang pada keadaan sosial yang tidak luput dari literatur ilmiah. Data diperoleh berdasarkan data yang dianggap relevan

terhadap permasalahan yang akan terjadi dengan melakukan kepustakaan melalui buku, jurnal, artikel penelitian terdahulu.

2. Alat Kumpul Data

a. Kuesioner/Angket

Menurut (Sugiyono, 2018) pertanyaan yang hendak diberikan kepada responden. Melalui kuesioner adalah dengan melakukan perhitungan skala likert yang mengukur sikap, pendapat, dan juga persepsi dari responden (Sugiyono, 2018). Untuk keperluan penelitian, peneliti menggunakan 5 (lima) skala, yaitu :

Sangat Setuju	= SS	Mempunyai	5
Setuju	= S	Mempunyai	4
Ragu-Ragu	=RR	Mempunyai	3
Tidak Setuju	= TS	Mempunyai	2
Sangat Tidak Setuju	= STS	Mempunyai	1

b. Literatur

Literatur merupakan suatu keterangan yang menjadi acuan dalam pembuatan suatu karya ilmiah.

E. Definisi Operasional Variabel

Definisi Operasional Variabel menurut (Sugiono, 2012) merupakan suatu atribut, sifat, atau nilai dari sebuah objek yang memiliki variasi tertentu

dimana kegiatan tersebut telah ditetapkan sebelumnya oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya.

Efektivitas menurut (Ravianto, 2014) efektivitas merupakan seberapa baik pekerjaan yang telah kita lakukan, sejauh mana orang tersebut menghasilkan hasil yang sesuai dengan apa yang diharapkan. Dengan artian apabila suatu pekerjaan dapat diselesaikan sesuai dengan perencanaan, baik dalam biaya, waktu maupun sebuah mutu maka dapat dikatakan efektif.

Dimensi yang digunakan adalah AISAS model yang terdiri dari dimensi *Attention, Interest, Search, Action, dan Share*.

1. Dimensi *Attention* merupakan bentuk perhatian konsumen terhadap produk yang mempengaruhi sebuah iklan yang berada di media seperti radio, televisi ataupun media sosial yang telah dipergunakan khalayak banyak.
2. Dimensi *Interest* bersifat pasif, dan merupakan bentuk ketertarikan konsumen sebagai upaya memotivasi khalayak untuk mencari informasi seputar produk dan layanan.
3. Dimensi *Search* adalah tahap dimana konsumen mulai memasuki zona aktif dan mulai menggali informasi seputar produk, barang dan jasa.
4. Dimensi *Action* konsumen mulai memasuki *physical interaction*, tidak berhenti pada level informasi
5. Dimensi *Share* yakni tingkatan terakhir yang menandakan bahwa brand sudah berhasil dipasarkan sehingga konsumen merekomendasikan suatu merek/produk tersebut atas orang lain.

TABEL 2

Matriks Operasional Variabel

Konsep	Variabel	Dimensi	Penyataan
Terdapat 5 aspek yang mampu mencakup efektivitas penggunaan media sosial Instagram yang dijelaskan melalui AISAS Model oleh (Dentsu Way, 2011) ialah: <i>Attention</i> (perhatian), <i>Interest</i> (ketertarikan), <i>Search</i> (pencarian), <i>Action</i> (tindakan), dan <i>Share</i> (membagikan).	Marketing	<i>Attention</i>	Postingan Instagram Muki Travel jelas dan informatif
			Postingan produk yang dibagikan melalui Instagram Muki Travel menyita perhatian saya
			Iklan di Instagram membantu kesadaran saya terhadap produk Muki Travel
		<i>Interest</i>	Produk Muki Travel dapat menarik perhatian
			Postingan Muki Travel menarik karena dibuat dalam bentuk foto dan video
		<i>Search</i>	Saya mencari informasi mengenai produk paket wisata melalui Instagram Muki Travel
			Terdapat kontak yang tercantum di Instagram sehingga memudahkan anda menghubungi pihak Muki Travel 24 jam
			Informasi mengenai harga dapat dibandingkan dengan akun lainnya
		<i>Action</i>	Konten produk Muki Travel mempengaruhi keinginan konsumen
			Produk yang ditawarkan menimbulkan pertimbangan terhadap pembelian
			Konsumen membeli produk Muki Travel
		<i>Share</i>	Muki Travel menyampaikan berbagai informasi produk melalui Instagram
			Muki Travel membagikan sebuah testimoni dari customer ke Instagram
Anda percaya terhadap informasi yang disampaikan Muki Travel			
Anda bersedia merekomendasikan produk Muki Travel pada teman, keluarga atau kerabat melalui media sosial yang dimiliki			

Sumber :(Bella, 2020)

F. Analisis Data

Analisis data menurut (Sugiyono, 2017) merupakan sebuah perhitungan untuk menjawab segala rumusan dari setiap masalah penelitian deskriptif. Pada penelitian ini teknik analisis yang dipergunakan ialah data statistik deskriptif. Dengan menggunakan program SPSS (*Statistical Product for Service Solution*) versi 20 dan Ms.Excel dalam proses statistik yang akan ditampilkan dalam bentuk gambar, table dan grafik.

TABEL 3
BOBOT NILAI SKALA LIKERT

Bobot Nilai	Arti
1	Sangat Tidak Setuju
2	Tidak Setuju
3	Ragu-Ragu
4	Setuju
5	Sangat Setuju

Sumber : (Sugiyono, 2018)

Berikut merupakan cara untuk membuktikan skor daerah kontinum :

- Menyusun rekapitulasi analisis dimensi
- Mencari score ideal dengan menggunakan cara :

Score ideal = score tertinggi x nilai setiap item x total responden

- Mencari jarak interval

(Jarak interval kelas = score ideal – score minimum) : 5

- Persentase score = (total score – score ideal) x 100%

Melalui perhitungan ini maka didapat pembagian kategori nilai dari setiap item yang diteliti sebagai berikut :

1. Uji Validitas

Menurut (Ghozali, 2006) uji validitas digunakan untuk memperkirakan seberapa besar validitas kuesioner. Kuesioner yang dinyatakan valid apabila pernyataan dalam kuesioner tersebut dapat mengungkapkan hal yang dapat diukur dengan menggunakan sebuah kuesioner. Teknik validitas pun digunakan sebagai teknik korelasi product moment. Dengan rumus sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{N \sum X^2 - (\sum X)^2} \sqrt{N \sum Y^2 - (\sum Y)^2}}$$

Keterangan:

r_{xy} = Korelasi antara X dan Y

X = Skor butir

Y = Skor total yang diperoleh

N = Banyaknya subjek

$\sum X^2$ = Total kuadrat nilai X

$\sum Y^2$ = Total kuadrat nilai Y

Penelitian ini memiliki responden sejumlah 270 orang yang berasal dari followers Instagram Muki Travel, jumlah r tabel yang didapatkan yaitu. suatu instrument dapat dikatakan valid apabila nilai r hitung lebih besar dibandingkan r tabel.

TABEL 4
UJI VALIDITAS

No Butir Kuesioner	rtabel	rhitung	Keterangan
1	0,361	0,577	VALID
2	0,361	0,522	VALID
3	0,361	0,624	VALID
4	0,361	0,553	VALID
5	0,361	0,476	VALID
6	0,361	0,431	VALID
7	0,361	0,573	VALID
8	0,361	0,732	VALID
9	0,361	0,527	VALID
10	0,361	0,453	VALID
11	0,361	0,804	VALID
12	0,361	0,540	VALID
13	0,361	0,486	VALID
14	0,361	0,539	VALID
15	0,361	0,524	VALID
16	0,361	0,414	VALID
17	0,361	0,463	VALID

Sumber : Data Olahan Peneliti (2022)

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas ialah suatu alat untuk mengukur kuesioner yang menjadi indikator, pengukuran dengan reabilitas yang tinggi adalah pengukuran yang dapat menghasilkan data yang dianggap reliabel (Ghozali, 2006). Menurut (Suryabrata, 2004) reliabilitas dapat menunjukkan sejauh mana hasil pengukuran reliabel dengan artian memiliki tingkat konsistensi.

$$\alpha = \left[\frac{k}{(k-1)} \right] \left[1 - \frac{\sum s_i^2}{s_x^2} \right]$$

Keterangan:

α = Koefisien Reliabilitas Alpha Cronbach

k = Banyaknya item pertanyaan

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

s_x^2 = Varian skor uji seluruh item K

Dalam menentukan tingkat reliabilitas suatu instrument menurut (Ghozali, 2006) suatu variable bisa digunakan jika skor Cronbach's Alpha > 0,6. Dalam mengelola data & peneliti menggunakan aplikasi SPSS, hasil dari perhitungan yang diperoleh peneliti dengan jumlah 0,60 sehingga dari hasil perhitungan tersebut dinyatakan reliabel.

TABEL 5
RELIABILITAS

Cronbach's Alpha	Butir Kuesioner	Reliability	Keterangan
0,60	17	0,957	Reliabel

Sumber : Data Olahan Peneliti (2022)

G. Jadwal Penelitian

TABEL 6
JADWAL PENELITIAN

Kegiatan	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun	Jul
Awal Persiapan Penelitian							
Penyusunan Usulan Penelitian							
Seminar Usulan Penelitian							
Survey Lapangan							
Penyusunan Proyek Akhir							
Sidang Proyek Akhir							

Sumber : Program Studi Manajemen Bisnis Perjalanan (2022)