

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Dalam sebuah penelitian yang akan dilakukan untuk menganalisa suatu objek atau permasalahan, peneliti harus menggunakan jenis dan metode penelitian yang efektif dan efisien. Dengan metode penelitian yang tepat akan membantu peneliti dalam melakukan penelitian yang efektif dan memperoleh hasil yang diharapkan oleh peneliti.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode penelitian secara kuantitatif yang menurut Sugiyono (2010) Metode penelitian kuantitatif juga dapat didefinisikan sebagai metode studi berdasarkan teori positivisme, digunakan untuk menganalisis studi, analisis data secara statistik, dengan tujuan menguji teori yang telah ditentukan oleh populasi atau sampel tertentu, dan mengumpulkan data menggunakan instrumen. Menurut Priyono (2008) penelitian kuantitatif adalah penelitian yang menggunakan asumsi-asumsi pendekatan positivis. Menurut Suyitno (2018) penelitian kuantitatif adalah penelitian yang bertujuan untuk memecahkan masalah melalui desain studi yang absah untuk menarik kesimpulan secara objektif. Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa penelitian kuantitatif adalah penelitian yang menggunakan data-data berupa angka dan dalam pengolahannya menggunakan alat statistik.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode penelitian kuantitatif karena data yang digunakan dalam penelitian adalah data yang berbentuk nominal dan juga dalam analisa data akan digunakan alat bantu statistik,

B. Objek Penelitian

Objek penelitian adalah fokus peneliti dalam permasalahan yang dianalisis dalam sebuah penelitian, dan hendak dicari solusi atau jawaban dari permasalahan yang ada. Menurut Sugiyono (2012) Objek penelitian adalah sasaran empiris untuk mengumpulkan data dengan berbagai tujuan dan penggunaan variabel yang objektif, akurat dan dapat diandalkan.

1. Profil Perusahaan Atourin

Atourin adalah sebuah perusahaan *startup* yang berjalan pada sektor industri pariwisata, Atourin berdiri sejak Mei 2018 yang sejak saat itu hingga sekarang, perusahaan tersebut masih mengembangkan inovasi yang diharapkan dapat membantu para wisatawan dalam membuat Paket perjalanannya sendiri, dengan inovasi yang disebut dengan *trip planner* wisatawan akan mendapatkan rekomendasi rencana perjalanan sesuai dengan kebutuhan yang berdasarkan dengan estimasi biaya dan kategori wisata yang disukainya, dan juga terdapat informasi mengenai obyek wisata yang dibutuhkan oleh wisatawan yang disajikan secara lengkap dan terintegrasi di dalam satu halaman saja, sudah memuat berupa fasilitas

wisata, cara menuju lokasi dan tips bila berada di lokasi. Atourin memiliki visi dan misi dalam melakukan bisnis ini sebagai berikut:

a. Visi Atourin

“Memajukan industri pariwisata Indonesia dan berkontribusi meningkatkan perekonomian Indonesia melalui implementasi teknologi serta menjadi perusahaan teknologi pariwisata raksasa di Indonesia”.

b. Misi Atourin

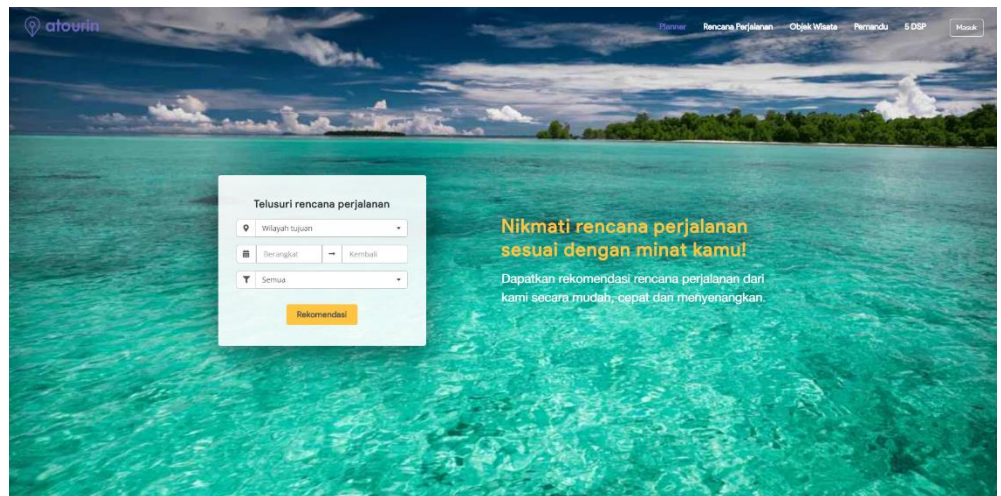
1. Mencari, mengumpulkan, mengintegrasikan, serta menyajikan data wisata se-Indonesia yang dapat diandalkan
2. Menjadi pusat dan sumber referensi informasi obyek wisata dan rencana perjalanan di seluruh wilayah Indonesia
3. Menyediakan layanan yang dapat memberikan kemudahan dan kepraktisan dalam merencanakan perjalanan dengan industri yang teroptimasi baik untuk *user* maupun partner bisnis
4. Mengembangkan potensi wisata dengan meningkatkan pengelolaan obyek wisata dan memberdayakan masyarakat industri
5. Maksimalkan koordinasi dan kerja sama dengan berbagai pihak atau stakeholder yang terlibat melalui skema yang saling menguntungkan dan efisien.

2. Website Atourin.com

Atourin sebagai perusahaan *startup* sangat fokus pada pengembangan *website* yang memiliki fitur *trip planner*, yang mana *website* tersebut memiliki domain yaitu [Atourin.com](https://atourin.com). Website [Atourin.com](https://atourin.com) menjadi objek penelitian yang dilakukan oleh peneliti, berikut adalah tampilan *interface* dari *website* [Atourin.com](https://atourin.com):

GAMBAR 4

TAMPILAN AWAL PADA WEBSITE

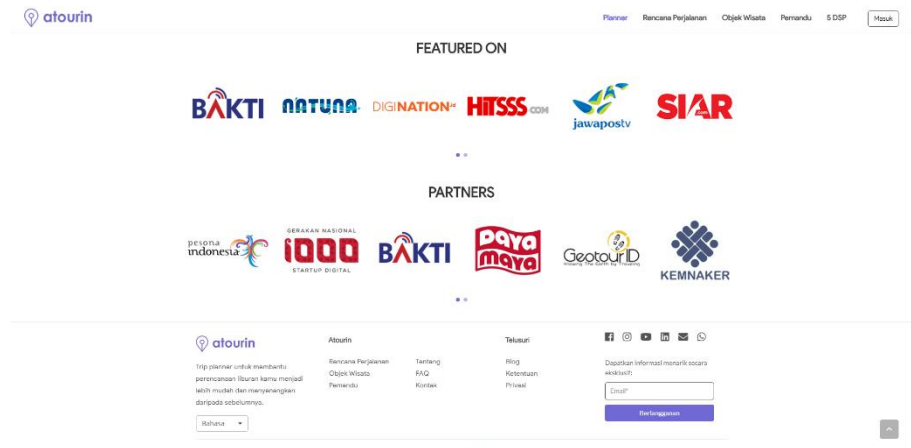


Sumber: <https://atourin.com/id> 2020

Pada tampilan awal *website* [Atourin.com](https://atourin.com) pengunjung dapat langsung memilih rencana perjalanan yang diinginkan dengan filter jadwal perjalanan dan tema dari perjalanan tersebut.

GAMBAR 5

TAMPILAN INFORMASI PERUSAHAAN DAN MENU NAVIGASI

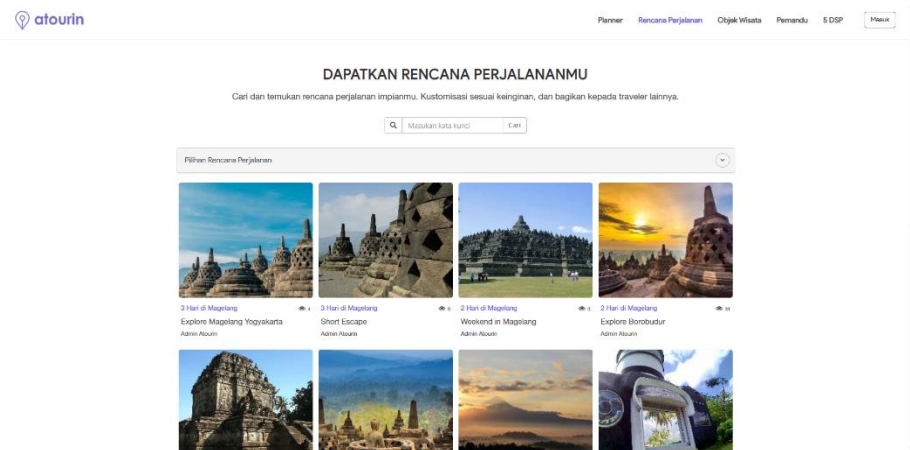


Sumber: <https://atourin.com/id> 2020

Pada tampilan menu diatas terdapat *partner* dari Atourin dan juga menu navigasi menuju menu lainnya seperti menu rencana Perjalanan, menu Objek Wisata, dan menu pemilihan Pemandu.

GAMBAR 6

TAMPILAN KATALOG PRODUK PADA WEBSITE

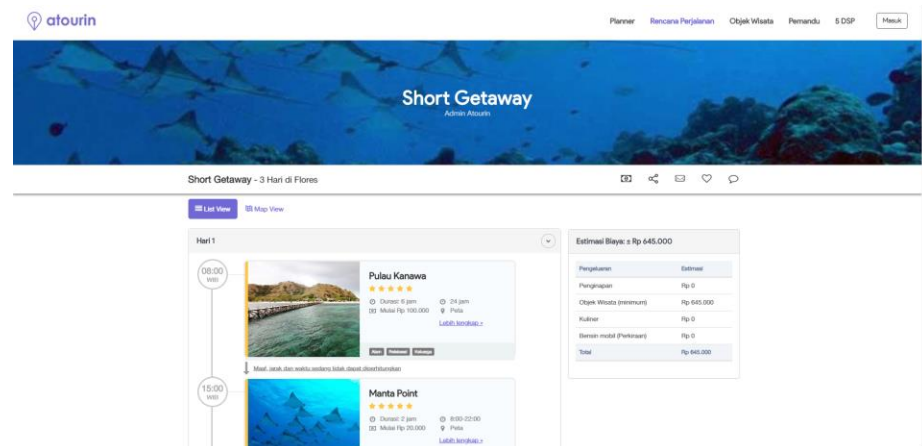


Sumber: <https://atourin.com/id> 2020

Pada tampilan ini terdapat produk-produk perjalanan yang sudah dibuat sebelumnya oleh perusahaan atourin berdasarkan tempat wisata yang terbaik.

GAMBAR 7

TAMPILAN MENU TRIP PLANNER



Sumber: <https://atourin.com/id> 2020

Pada menu ini pengunjung dapat menggunakan fitur *trip planner* untuk memilih sendiri objek wisata yang diinginkan dan terdapat tampilan estimasi biaya dengan paket wisata yang disusun oleh pengunjung tersebut.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi pada penelitian adalah sekumpulan besar individu yang menjadi dasar atau tujuan utama dalam penelitian yang dilakukan. Penelitian yang dilakukan juga menjadi alasan untuk kepentingan para individu yang terkait. Menurut Sugiyono (2012) populasi adalah wilayah generalisasi yang merupakan objek atau subjek yang mempunyai sesuatu karakteristik yang ditetapkan oleh peneliti agar dipelajari dan untuk ditarik. Populasi dalam penelitian kali ini adalah

para pengunjung dan pengguna *website Atourin.com* yang merasakan layanan fitur pada *website* tersebut.

2. Sample

Sampel adalah bagian dari populasi yang perlu diselidiki secara lebih spesifik dalam sebuah penelitian, Sampel yang diambil harus mencerminkan atau mewakili sifat karakteristik dari populasi, terlepas dari apa yang berasal dari survei, hasilnya harus dapat mewakili populasi (Sugiyono, 2015).

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan *non-Probability Sampling* dan *convenience sampling* sebagai teknik pengambilan sampel dengan total sampel yaitu 100 responden, teknik *convenience sampling* ini digunakan oleh peneliti karena kemudahannya dalam memilih sampel yang akan menjadi objek penelitian kali ini, dan juga teknik ini dirasa sesuai dengan keadaan Indonesia saat penelitian dilakukan yang sedang terdampak wabah virus Covid-19, pada situasi pandemi Covid-19 ini masyarakat dihimbau oleh pemerintah untuk tidak melakukan kegiatan diluar rumah.

D. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data adalah salah satu kegiatan penting dalam sebuah penelitian, pengumpulan data dilakukan secara sistematis dan efektif untuk mendapatkan data yang tepat. Teknik pengumpulan data dalam kegiatan

penelitian ini, peneliti menggunakan teknik pengumpulan data dengan cara sebagai berikut:

a. Penyebaran Kuesioner

Kuesioner adalah salah satu metode pengambilan data dengan cara menyebarkan angket kepada sampel yang telah ditentukan, angket berisi kalimat pertanyaan dengan opsi jawaban. Kelebihan teknik ini adalah responden tidak akan merasa tertekan secara mental karena lebih leluasa saat menjawabnya.

Kuesioner dalam penelitian ini digunakan untuk mencari data tentang kualitas layanan website kepada pengunjung terhadap fitur-fitur yang ada pada *website Atourin.com*, pengukuran akan dilakukan dengan model *eMICA* yang terdiri dari 12 indikator pertanyaan.

b. Studi Pustaka

Menurut Sugiyono (2012) studi kepustakaan berkaitan dengan studi teoritis dan referensi lain yang terkait dengan nilai-nilai, budaya dan norma-norma yang berkembang dalam situasi sosial yang diteliti. Teknik ini bertujuan untuk mencari solusi dari sebuah masalah yang ada dengan menggunakan teori-teori yang telah diuji keabsahannya dan telah digunakan dalam penelitian oleh para peneliti lain.

E. Definisi Operasional Variabel

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan variabel *eMICA* (*Extended Model of Internet Commerce Adoption*) yang diciptakan oleh Lois Burgess, Joan Cooper, Carole Alcock. Model *eMICA* ini adalah lanjutan dari model sebelumnya yaitu *MICA* (*A Model of Internet Commerce Adoption*), dalam model lanjutan ini diciptakan untuk mengukur layanan *website* berdasarkan fitur-fitur yang ada pada *website* tersebut.

TABEL 3

MATRIKS OPERASIONAL VARIABEL

Variabel	Dimensi	Indikator	Instrumen
<i>eMICA</i> (<i>Extended Model of Internet Commerce Adoption</i>)	Fase 1 (<i>Promotion</i>)	1. Detail Kontak	Kuesioner
		2. Gambar	
		3. Deskripsi Perusahaan	
	Fase 2 (<i>Provision</i>)	4. Tautan menuju Informasi lebih lanjut	
		5. Katalog Produk yang ditawarkan	
		6. Fitur <i>Value Added</i> (Testimoni, Galeri Foto)	
		7. Fitur <i>Value Added</i> Interaktif (Material Unduhan & <i>Log In Option</i>)	

	8. Bantuan kepada <i>user</i> secara <i>Online (FAQ & Support services)</i>
	9. Database mengenai informasi pada <i>website</i>
	10. Pemesanan secara <i>online/online booking</i>
	11. Fitur <i>value add in</i> tingkat lanjut (Ruang Obrolan/ <i>Chat Room</i>)
Fase 3 <i>(Proccesing)</i>	12. Fitur Pembayaran secara <i>online</i> yang aman

Sumber: Hasil Olahan Peneliti

Matriks diatas akan menjadi sebuah dasar untuk situs *website* yang digunakan sebagai *e-commerce* sesuai dengan indikator yang dibutuhkan saat ini.

F. Analisis Data

1. Teknik Analisis

Peneliti menggunakan cara analisa secara statistik deskriptif, Menurut Sugiyono (2012) adalah metode yang berfungsi untuk mendeskripsikan atau memberi gambaran terhadap objek yang diteliti melalui data atau sampel yang telah terkumpul sebagaimana adanya, tanpa melakukan analisis dan membuat kesimpulan yang berlaku umum. Penelitian ini akan mengukur tingkat kualitas layanan *website*

dengan skala 1 sampai 5 dan kemudian skala tersebut akan diubah menjadi bentuk skala *likert*, berikut adalah tingkatan dalam skala *likert*:

TABEL 4
RENTANG TEORI SKALA LIKERT

Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Cukup Setuju	Setuju	Sangat Setuju
1	2	3	4	5

Sumber: Hasil Olahan Peneliti

Penulis menggunakan *Importance Performance Analysis* (IPA) untuk menginterpretasikan hasil studi, *Importance-Performance Analysis* digunakan untuk melihat tingkat kesesuaian antara harapan dan kualitas layanan, sehingga akan menghasilkan nilai kepuasan dari orang tersebut. Menurut John A. Martilla dan John C. James mengemukakan bahwa IPA adalah suatu rangkaian atribut layanan yang berkaitan dengan layanan khusus dievaluasi berdasarkan tingkat kepentingan masing-masing atribut menurut konsumen dan bagaimana layanan dipersepsikan kinerjanya relatif terhadap masing-masing atribut.

Kemudian dari hasil olahan data menggunakan Teknik IPA akan diproyeksikan menjadi sebuah diagram kartesius untuk melihat hasil analisa dari setiap variabel yang telah diteliti oleh penulis. Diagram kartesius adalah bagan empat bagian dengan dua garis tegak lurus yang saling berpotongan pada titik X dan Y.

G. Jadwal Penelitian

TABEL 5

JADWAL PENELITIAN

No	Bulan Kegiatan/minggu	Feb				Mar				Apr				Mei				Jun				Jul				Agu				Sep				Okt				Nov			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Pra-survei Lokasi Penelitian	■	■	■	■																																				
2	Penyusunan Proposal Penelitian					■	■	■	■	■	■	■	■																												
3	Seminar Proposal Penelitian												■																												
4	Revisi Proposal													■	■	■	■	■	■	■	■																				
5	Observasi Lapangan																	■	■	■	■																				
6	Penyebaran Kuesioner																					■	■	■	■																
7	Pengolahan Data																									■	■	■	■	■	■	■	■								
8	Persiapan Sidang																																	■	■	■	■				
9	Sidang																																					■	■	■	■

Sumber: Hasil Olahan Peneliti