

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Desain Penelitian

Metode penelitian kuantitatif menurut Creswell (2014) adalah suatu pendekatan penelitian yang menggunakan pengukuran dan analisis statistik untuk memperoleh pemahaman tentang fenomena yang diamati. Metode ini menghasilkan data yang berupa angka dan statistik. Menurut Kusumastuti, Khoiron & Achmad (2020) dengan meneliti hubungan antara variabel-variabel yang diteliti, teknik penelitian kuantitatif dapat digunakan untuk menguji teori tertentu. Variabel-variabel yang diteliti diukur dengan menggunakan instrumen penelitian, dan data yang dihasilkan berupa angka-angka yang dapat dianalisis dengan teknik statistik.

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan pendekatan kuantitatif dan menerapkan teknik analisis deskriptif untuk menganalisis data. Suatu teknik analisis statistik yang digunakan untuk menggambarkan atau meringkas data secara numerik atau grafis. Teknik analisis ini bertujuan untuk menyajikan informasi tentang karakteristik sampel atau populasi yang diamati, seperti ukuran tendensi sentral, variasi, dan distribusi data (Cresswell, 2014).

B. Obyek Penelitian

Mytours Jakarta merupakan perusahaan biro perjalanan penyedia jasa tur domestik dan internasional, tiket pesawat, voucher hotel, sewa mobil dan bus, kapal pesiar, dokumen perjalanan, tiket kereta api dan asuransi perjalanan yang berada di Jakarta dan berdiri sejak tahun 2008. Konten yang

dipublikasikan melalui akun @mytoursconnect yaitu berfokus pada penyampaian informasi tentang paket wisata dan informasi tiket pesawat. Kurniawan & Puspitaningtyas (2016) menyebutkan bahwa objek penelitian ialah orang yang akan diteliti. Keadaan objek dalam hal karakteristik fisik, jumlah, sudut pandang, sikap pro-kontra, kondisi mental, atau bahkan proses yang terjadi disebut sebagai sifat objek penelitian. Objek penelitian yang diteliti dalam penelitian ini adalah media sosial Instagram dengan akun bernama @mytoursconnect.

Subjek penelitian merupakan hal, benda, atau individu yang dijadikan batasan dalam penelitian yang berkaitan dengan variabel penelitian melekat pada subjek dan menjadi fokus permasalahan dalam penelitian tersebut (Arikunto, 2016). Dalam penelitian ini, subyek yang menjadi fokus adalah para pengikut atau *followers* akun media sosial Instagram @mytoursconnect.

Berikut penulis menampilkan ringkasan umum mengenai perusahaan mytours yang menjadi lokus penelitian ini.

GAMBAR 6

LOGO MYTOURS



Nama Perusahaan : PT Jalan Jalan Nusantara (Mytours)

Alamat : Soepomo Office Park Jl. Prof. Dr. Soepomo
No.143, Blok J, Jakarta Selatan 12810,
Indonesia

Telepon : +6221 2283 5999

Email : marcomm@mytours.co.id

Alasan penulis memilih Instagram sebagai fokus penelitian adalah karena *engagement* Instagram @mytoursconnect belum memenuhi standar penggunaan media sosial yang seharusnya mampu berkembang sebagai potensi bisnis bagi mytours untuk mengiklankan produk.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Menurut Amirullah (2015) populasi adalah sekelompok individu, objek, atau kejadian yang dipilih. Populasi mencakup setiap variabel yang dapat digunakan untuk memperoleh kesimpulan. Populasi penelitian ini ialah *followers* atau pengikut dari akun Instagram @mytoursconnect yang per tanggal 6 April 2023 memiliki 17.300 followers.

2. *Sampling*

Menurut Siyoto & Sodik (2015) Sampel adalah bagian dari populasi dengan jumlah anggota yang lebih sedikit daripada seluruh populasi. Untuk menentukan berapa banyak sampel yang diperlukan, penulis menggunakan rumus Slovin. Berikut ini adalah ketentuan-ketentuan yang terdapat dalam rumus tersebut:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Keterangan:

n: jumlah sampel

N: jumlah populasi

e: Persentase toleransi kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat diterima dengan tetap menjaga tingkat keakuratan. (10% atau 0,1)

Berikut ini adalah hasil perhitungan menggunakan rumus Slovin yang telah disebutkan sebelumnya:

$$n = \frac{17300}{1+17300(0,1)^2} = 99,425 \text{ dibulatkan menjadi } 100 \text{ responden}$$

Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 99.425 responden, berdasarkan estimasi yang dibuat dengan menggunakan rumus Slovin, namun angka tersebut dibulatkan menjadi 100 minimal responden untuk mempermudah pengambilan sampel. Pada penelitian ini penulis mendapatkan 101 responden. Penulis menggunakan *simple random sampling* yang artinya setiap anggota populasi memiliki probabilitas yang sama untuk dipilih (Cresswell, 2014).

D. Metode Pengumpulan Data

1. Teknik pengumpulan data

a. Penyebaran Kuesioner

Kuesioner adalah beberapa pertanyaan tertulis yang digunakan untuk mendapatkan informasi dari responden berdasarkan pengetahuan yang responden miliki (Arikunto, 2016). Kuesioner diberikan secara pribadi kepada responden, dan dibuat melalui *Google Form*.

b. Studi Kepustakaan

Studi kepustakaan adalah rangkaian kegiatan yang terkait dengan cara mengumpulkan data dari berbagai sumber pustaka, membaca, mencatat, serta mengolah materi penelitian (Zed, 2004). Studi Kepustakaan bagi penulis yaitu untuk memperoleh struktur yang lebih teratur dan sistematis dalam menulis sebuah karya ilmiah.

2. Alat Pengumpulan Data

a. Kuesioner/Angket

Dalam penelitian ini, kuesioner atau angket disebarkan kepada responden digunakan untuk mengumpulkan data. Kuesioner dilakukan melalui *platform* Google formulir. Penulis mengevaluasi pendapat responden tentang fenomena tertentu dengan menggunakan *skala Likert*, sebagai berikut:

Sangat Setuju	: SS mempunyai 5 point
Setuju	: S mempunyai 4 point
Ragu-Ragu	: RR mempunyai 3 point
Tidak Setuju	: TS mempunyai 2 point
Sangat Tidak Setuju	: STS mempunyai 1 point

b. Literatur

Literatur adalah sumber informasi yang digunakan untuk mendukung pembuatan publikasi ilmiah, termasuk makalah ilmiah, data statistik, dan data lainnya.

E. Definisi Operasional Variabel

Menurut Nurdin & Hartati (2019) operasional variabel adalah kualitas, aspek, atau nilai suatu entitas yang dapat bervariasi dalam beberapa hal. Penulis telah menentukan variabel yang diamati, untuk digunakan dalam analisis dan pengambilan kesimpulan. Model AISAS, yang memiliki lima dimensi yaitu *Attention*, *Interest*, *Search*, *Action*, dan *Share* (Sugiyama & Andree, 2011) digunakan dalam penelitian ini.

1. Tingkat perhatian pelanggan terhadap produk yang mempengaruhi iklan yang ditayangkan di berbagai media seperti radio, televisi, atau media sosial yang disukai banyak orang dikenal dengan Dimensi *Attention*.
2. Dimensi *Search* adalah pada saat pelanggan mulai mengajukan pertanyaan tentang produk yang ditawarkan. Konsumen sekarang memulai pencarian informasi untuk memahami lebih dalam lagi tentang produk yang mereka minati.
3. Dimensi *Action* konsumen mulai berinteraksi secara fisik dengan produk, dan tidak hanya berhenti pada tahap mencari informasi. Pada dimensi ini, pelanggan mulai melakukan Tindakan langsung terhadap barang, seperti mencoba membeli barang yang mereka minati.
4. Dimensi *Share* adalah tingkatan terakhir dalam model AISAS yang menandakan bahwa suatu merek atau produk telah berhasil dipasarkan sehingga konsumen merekomendasikannya kepada orang lain.

Pada tabel 5 berikut ini dapat dilihat Matriks Operasional Variabel:

TABEL 3
MATRIKS OPERASIONAL VARIABEL

Konsep	Variabel	Dimensi	Indikator	No Kuesioner
Ada lima aspek yang dapat menggambarkan efektivitas penggunaan media sosial Instagram, yang dijelaskan melalui model AISAS (<i>Attention, Interest, Search, Action, dan Share</i>) (Dentsu Way, 2011).	Media Sosial Instagram	<i>Attention</i>	Postingan Instagram mytours jelas dan informatif	X1
			Tertarik dengan postingan produk yang diposting oleh Instagram mytours	X2
			Kesadaran terhadap produk mytours meningkat berkat iklan yang terlihat di Instagram.	X3
		<i>Interest</i>	Produk mytours memiliki daya tarik yang dapat menarik perhatian.	X4
			Foto dan video dalam postingan mytours berhasil menciptakan daya tarik dan menarik perhatian.	X5
		<i>Search</i>	Informasi mengenai paket wisata yang ditawarkan ditampilkan dalam Instagram Mytours	X6
			Kontak tertera pada Instagram Mytours memudahkan untuk menghubungi Mytours kapanpun selama 24 jam.	X7
			Terdapat informasi harga produk	X8
		<i>Action</i>	Keinginan konsumen dapat dipengaruhi oleh konten produk yang ditawarkan oleh Mytours.	X9
			Produk-produk yang tersedia di Mytours menjadi pertimbangan dalam melakukan pembelian.	X10
			Konsumen membeli produk dari Mytours.	X11
		<i>Share</i>	Melalui Instagram, Mytours menyampaikan berbagai informasi mengenai produknya.	X12
			Mytours memposting testimonial dari pelanggan mereka di Instagram.	X13
			Informasi yang disampaikan oleh Mytours dapat dipercaya	X14
			Bersedia merekomendasikan produk Mytours kepada teman, keluarga, atau kerabat melalui media sosial	X15

Sumber: Sugiyama & Andree (2011)

F. Analisis Data

Menurut Bahri (2018) analisis data adalah proses pengolahan data yang telah dikumpulkan dan akan dianalisis dengan teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian. Dalam penelitian ini menggunakan data statistik deskriptif sebagai teknik analisis. Penelitian ini dianalisis menggunakan sistem

SPSS (*Statistical Product and Service Solutions*) untuk mengevaluasi lalu selanjutnya diolah menggunakan Microsoft Excel.

Dalam mengidentifikasi jenis deskriptif persentase yang diperoleh dari setiap indikator dalam variabel, serta menghitung persentase tersebut, hasilnya kemudian diungkapkan dalam bentuk kalimat (Riduwan, 2004). Data yang diperoleh dari kuesioner dalam penelitian ini adalah data berupa angka yang dianalisis secara deskriptif menggunakan metode persentase dengan rumus:

$$DP = \frac{n}{N} \times 100\%$$

Keterangan:

DP = Deskriptif Persentase (dalam bentuk %)

n = Skor yang diperoleh

N = Skor maksimal item pernyataan

Untuk mengidentifikasi jenis deskriptif persentase yang diperoleh untuk setiap indikator dalam variabel, serta menginterpretasikan hasil perhitungan deskriptif persentase ke dalam kalimat, berikut ialah cara menentukan tingkat kriteria :

- Persentase tertinggi

Skor maksimal/skor maksimal x 100%

$$\frac{5}{5} \times 100\% = 100\%$$

- Persentase terendah

Skor minimal/skor maksimal x 100%

$$\frac{1}{5} \times 100\% = 20\%$$

Untuk memahami tingkat kriteria tersebut, langkah selanjutnya adalah membandingkan skor yang diperoleh (dalam bentuk persentase) dengan tabel kriteria melalui analisis deskriptif persentase.

TABEL 4
KRITERIA PERSENTASE GARIS KONTINUM

No	Persentase	Kriteria
1	20,00%-36,00%	Sangat tidak baik
2	36,00%-52,00%	Tidak baik
3	52,00%-68,00%	Cukup
4	68,00%-84,00%	Baik
5	84,00%-100,0%	Sangat Baik

Sumber : Riduwan (2004)

Berikut ialah langkah-langkah untuk menguji garis kontinum:

- ✓ Membuat rangkuman analisis dimensi.
- ✓ Menghitung skor ideal dengan menggunakan rumus:
skor tertinggi x nilai setiap item x total responden
- ✓ Menghitung jarak interval:
skor ideal – skor minimum / 5
- ✓ Menghitung persentase skor:
total skor – skor ideal x 100%

Dengan menggunakan perhitungan ini maka dapat mengklasifikasikan nilai dari setiap item yang diteliti.

G. Uji Instrumen Penelitian

1. Uji Validitas dan Reabilitas

a. Uji Validitas

Menurut Ghozali (2009) Uji validitas bertujuan untuk menentukan apakah kuesioner yang digunakan dalam penelitian memiliki keabsahan atau validitas yang cukup, yaitu sejauh mana kuesioner tersebut dapat diandalkan dan tepat dalam mengukur variabel yang diteliti. *Microsoft Excel* dapat digunakan untuk merangkum dan sistem *Statistical Program for Social Science (SPSS)* dapat digunakan untuk menguji validitas. Uji validitas untuk penelitian ini dilakukan dengan menggunakan rumus korelasi Pearson, dengan rumus:

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

Keterangan:

R_{XY} : Korelasi antara X dan Y

X : Skor butir

Y : Total skor yang diperoleh

N : Banyaknya subjek

$\sum X^2$: Total kuadrat dari nilai X

$\sum Y^2$: Total kuadrat dari nilai Y

Dalam pengujian validitas, jika nilai koefisien korelasi r hitung untuk suatu pertanyaan dalam kuesioner melebihi nilai korelasi r tabel sebesar 0,334 maka pertanyaan tersebut dianggap valid berdasarkan uji signifikansi 0,05. Hasil uji validitas indikator kuesioner untuk variabel yang diteliti, dengan total 15 pertanyaan dan 35 responden, dirangkum dalam tabel berikut ini:

TABEL 5
UJI VALIDITAS

Nomor Pernyataan	Rtabel	Rhitung	Keterangan
X1	0,334	0,766	VALID
X2	0,334	0,804	VALID
X3	0,334	0,792	VALID
X4	0,334	0,686	VALID
X5	0,334	0,664	VALID
X6	0,334	0,752	VALID
X7	0,334	0,810	VALID
X8	0,334	0,729	VALID
X9	0,334	0,738	VALID
X10	0,334	0,698	VALID
X11	0,334	0,710	VALID
X12	0,334	0,809	VALID
X13	0,334	0,716	VALID
X14	0,334	0,744	VALID
X15	0,334	0,679	VALID

Sumber : Data Olahan Penulis (2023)

Nilai koefisien korelasi r hitung melebihi nilai r tabel sebesar 0,334 dapat disimpulkan bahwa dari total 15 indikator pertanyaan dalam kuesioner yang telah diuji menggunakan sistem *Statistical Program for Social Science* (SPSS), semuanya telah dinyatakan valid berdasarkan hasil uji validitas.

b. Uji Reabilitas

Sebuah kuesioner dapat diukur dengan menggunakan uji reliabilitas sebagai indikator dalam penelitian. Ukuran reliabilitas yang tinggi dipandang mampu menghasilkan data yang reliabel (Ghozali, 2009). Metode Alpha digunakan oleh penulis dalam penelitian ini untuk mengukur reliabilitas kuesioner dengan menggunakan rumus Alpha Cronbach, yaitu:

$$\alpha = \left(\frac{n}{n-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma_{t^2}}{\sigma_{t^2}} \right)$$

Keterangan:

α : Reliabilitas yang dicari

n : Jumlah kriteria

σ_{t^2} : Varian total

Menurut Ghozali (2009), suatu variabel dapat dianggap reliabel jika skor Cronbach's Alpha lebih besar dari 0,6 sebagai indikator tingkat reliabilitas. Dalam pengolahan data dan analisis penelitian menggunakan system Statistical Program for Social Science (SPSS), hasil perhitungan yang diperoleh peneliti menunjukkan angka sebesar 0,60. Oleh karena itu, berdasarkan hasil perhitungan tersebut, variabel tersebut dinyatakan reliabel.

TABEL 6
UJI REABILITAS

Cronbach's Alpha	N of Items	Keterangan
0,940	15	Reliabel

Sumber : Data Olahan Penulis (2023)

H. Jadwal Penelitian

TABEL 7
JADWAL PENELITIAN

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

Sumber: Olahan Penulis (2023)