

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### **A. Pendekatan Penelitian**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif karena penelitian ini bertujuan untuk menguji sebuah teori dengan memeriksa variabel, dimana variabel ini dapat diukur menggunakan sebuah instrumen yang data-datanya diolah secara statistik (Creswell, 2009). Selain itu, penelitian kuantitatif ini bersifat deduktif yang menurut Creswell (2013) penelitian kuantitatif deduktif adalah penelitian tetap, yang sudah menetapkan tujuan di awal proposal penelitian dan penelitian ini mencoba untuk menguji teori yang sudah ditetapkan kepada variabel yang ada. Penggunaan metode kuantitatif dalam penelitian ini didasari oleh pemaparan menurut Rita dkk (2019) bahwa motivasi wisatawan milenial sangatlah beragam, sehingga hasil penelitian mengenai motivasi wisatawan milenial nusantara di Kota Bandung haruslah jelas dan akurat, maka dari itu penelitian kuantitatif cocok untuk mendapatkan data yang akurat berdasarkan fenomena empiris yang dapat dihitung dan diukur Sugiyono;(Hermawan, 2018).

Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis deskriptif, yang merupakan penyajian data deskriptif tentang populasi yang diteliti dan tidak mencoba untuk membangun hubungan sebab akibat antara variabel. Teknik ini digunakan untuk menggambarkan suatu peristiwa, kejadian atau untuk memberikan deskripsi faktual dan akurat dari populasi yang diteliti, seperti memberikan deskripsi tentang berapa kali sesuatu terjadi dan membantu dalam

menentukan statistik deskriptif tentang suatu populasi, yaitu, jumlah rata-rata kejadian atau frekuensi kejadian yang diukur sebagaimana adanya. (Singh, 2007)

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana motivasi perjalanan wisatawan milenial nusantara dalam berwisata di Kota Bandung.

## **B. Obyek Penelitian**

Wisatawan milenial merupakan pasar wisatawan yang sangat suka melakukan perjalanan wisata ke Kota Bandung, hal ini dijelaskan oleh Utomo (2019) yang menyatakan bahwa wisatawan milenial menyukai Kota Bandung karena destinasi ini memiliki daya tarik wisata yang beragam dan juga dari segi biaya, Kota Bandung merupakan destinasi yang memiliki harga murah untuk akomodasi, seperti penginapan dan rumah makan.

Selain dari keberagaman daya tarik wisata dan biaya, perjalanan wisata yang dilakukan oleh wisatawan milenial ke Kota Bandung juga dipicu oleh motivasi, baik itu motivasi dari diri wisatawan milenial (*push factor*) dan motivasi dari destinasi (*pull factor*). Dimana motivasi wisatawan milenial sangatlah beragam seperti yang diungkapkan oleh Mohsin & Alsawafi (2011) bahwa motivasi untuk beristirahat, mempelajari hal-hal baru dan relaksasi merupakan faktor terpenting yang mendorong wisatawan milenial untuk melakukan perjalanan wisata, selain itu juga menurut Kakyom Kim & Jogaratnam (2002) mencari kegembiraan merupakan faktor pendorong yang paling penting dalam motivasi wisatawan milenial, Xu dkk, (2009) mengungkapkan bahwa wisatawan milenial perempuan lebih tertarik untuk berbelanja ketika melakukan perjalanan wisata sedangkan wisatawan milenial laki-

laki lebih tertarik melakukan perjalanan wisata untuk melakukan kegiatan petualangan.

Adanya keberagaman dalam motivasi wisatawan milenial ini juga disampaikan oleh Rita dkk., (2019) bahwa motivasi wisatawan milenial dapat berbeda-beda baik dari segi budaya, geografi, demografi, sosial dan ekonomi dari wisatawan milenial. Beberapa penelitian sebelumnya juga sudah membahas mengenai motivasi wisatawan milenial.

### **C. Populasi dan Sampel**

#### **1. Populasi**

Populasi adalah jumlah dari objek yang menjadi masalah dalam penelitian sehingga dapat dijadikan sumber data penelitian. Dalam penelitian ini yang menjadi populasinya adalah wisatawan milenial yang melakukan perjalanan wisata ke Kota Bandung, dimana untuk jenis populasi dalam penelitian ini adalah *infinite population* karena belum adanya data mengenai jumlah keseluruhan wisatawan milenial yang mengunjungi Kota Bandung.

#### **2. Sampel**

Sampel dapat didefinisikan sebagai objek yang menjadi parameter atau karakteristik yang mewakili populasi dari seluruh populasi. (Singh, 2007). dimana Teknik sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non-probability sampling* dengan jenis *accidental sampling*. Dimana Teknik *non-probability sampling* ini merupakan teknik pengambilan sampel yang tidak melibatkan pemilihan secara acak, sedangkan untuk *accidental sampling*

merupakan teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data (Sugiyono, 2017).

Sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah wisatawan yang memenuhi beberapa kriteria yang diantaranya adalah wisatawan milenial yang lahir antara tahun 1983-1998, selain itu wisatawan milenial yang tidak tinggal di Kota Bandung dan juga wisatawan milenial yang memiliki keinginan untuk melakukan perjalanan wisata ke Kota Bandung ataupun sedang melakukan perjalanan wisata di Kota Bandung, dimana untuk jumlah wisatawan milenial yang diambil dihitung dengan menggunakan formula Lemeshow hal ini dikarenakan jumlah populasi wisatawan milenial yang berwisata di Kota Bandung tidak diketahui jumlahnya. Berikut adalah perhitungan penentuan jumlah sampel dengan menggunakan formula Lemeshow:

Keterangan:

$$n = \frac{z_{\alpha}^2 p(1 - p)}{d^2}$$

n = Jumlah Sampel

z = skor z pada kepercayaan 95 % = 1,96

p = maksimal estimasi = 0,5

d = alpha (0,10) atau sampling error = 10 %

Dari rumus diatas dapat dilihat jumlah sampel yang akan diambil yaitu:

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

$$n = \frac{3,8416 \cdot 0,25}{0,01}$$

$$n = 96,04 \text{ sampel}$$

Berdasarkan perhitungan formula Lemeshow diatas, dapat ditarik kesimpulan bahwa nilai n atau jumlah sampel yang diambil adalah 96 orang yang dibulatkan menjadi 201 orang wisatawan milenial yang berwisata ke Kota Bandung atau lebih, dikarenakan menurut L. Cohen dkk (2007) semakin besar sampel yang diambil dalam sebuah populasi maka akan semakin baik.

#### **D. Metode Pengumpulan Data**

##### **1. Teknik Pengumpulan Data**

###### **a. Penyebaran Kuesioner**

Penyebaran kuesioner ialah teknik pengumpulan data oleh peneliti yang dilakukan melalui penyebaran seperangkat pertanyaan tertulis kepada para responden untuk dijawab (Sugiyono, 2017).

Penyebaran kuesioner dilakukan secara *online* melalui *google form* yang disebar pada bulan Mei sampai bulan Juni 2020. Penyebaran kuesioner dilakukan kepada 242 wisatawan milenial yang dilakukan secara daring, dari 242 kuesioner yang disebar terdapat 41 kuesioner yang tidak valid dikarenakan wisatawan tersebut tidak memenuhi kriteria yang

sudah ditentukan dalam penelitian, sehingga jumlah data kuesioner yang valid dan diolah adalah sebanyak 201 kuesioner. Dari jumlah responden yang ada, mereka diberikan pertanyaan yang mengacu pada motivasi perjalanan wisatawan milenial dengan pilihan jawaban dari sangat tidak setuju – sangat setuju. Cara mencari responden dalam penelitian ini adalah dengan membuat unggahan di *Instagram* dan *Twitter* untuk meminta orang-orang yang merupakan generasi milenial dan memiliki keinginan melakukan perjalanan wisata ke Kota Bandung baik di waktu dekat maupun dimasa yang akan datang untuk mengisi kuesioner melalui *google form*.

b. Studi Kepustakaan

Studi kepustakaan merupakan teknik mengumpulkan dan mempelajari teori serta konsep dasar dengan cara menelaah berbagai sumber keilmuan seperti jurnal, buku dan laporan yang memiliki hubungan korelasi atas masalah yang diteliti (Nazir, 2013) .

Penelitian ini menggunakan studi kepustakaan sebagai teknik untuk mencari data sekunder dengan artian sumber-sumber keilmuan ini akan digunakan sebagai dasar untuk menganalisis dan membandingkan teori dengan keadaan aktual di lapangan. Adapun sumber-sumber data sekunder yang peneliti dapatkan berasal dari internet, buku, laporan serta jurnal kepariwisataan dan perjalanan yang memiliki kaitan dengan perilaku wisatawan dan generasi milenial.

## 2. Alat Pengumpulan Data

### a. Kuesioner

Kuesioner atau angket ialah suatu mekanisme pengumpulan data yang berisi satu set pertanyaan yang diformulasikan agar dapat dijawab oleh responden. (Silalahi, 2010). Pada penelitian ini kuesioner atau angket mengenai motivasi perjalanan wisatawan milenial dibuat menjadi pertanyaan dengan berisikan dimensi dari motivasi perjalanan wisatawan diantaranya faktor pendorong dan faktor penarik serta bagaimana keadaan demografi dari wisatawan milenial yang nantinya akan dijawab oleh responden.

Pertanyaan dalam kuesioner dibuat secara tertutup dan juga terbuka, dimana untuk pertanyaan tertutup wisatawan akan memilih jawaban dengan menggunakan skala likert 1-5.

Kuesioner dibuat untuk wisatawan milenial yang akan menjawab secara online melalui *google form* yang akan diberikan kepada wisatawan milenial yang berwisata di Kota Bandung.

## 3. Uji Validitas dan Reliabilitas

### a. Validitas

Validitas dapat disebut juga kesahihan merupakan sejauh mana perbedaan dalam skor suatu instrument (item dan kategori respons yang diberikan kepada satu variabel khusus) mencerminkan kebenaran perbedaan antara individu, kelompok, situasi dan variabel yang

dikemukakan untuk ukuran. Sebuah alat ukur dikatakan valid apabila mengukur apa yang hendak diukur dan mampu mengungkap data tentang karakteristik masalah yang diteliti secara tepat. (Silalahi, 2010)

Apabila alat ukur data tersebut telah memiliki validitas konstruk, dapat diartikan bahwa semua item (pernyataan) yang ada di dalam alat ukur data itu mengukur variabel yang akan diukur. Pernyataan-pernyataan dalam alat ukur data tersebut diberikan kepada kelompok responden sebagai sasaran uji coba, dimana untuk memperoleh distribusi nilai hasil pengukuran yang mendekati normal, maka sebaiknya jumlah responden untuk uji coba paling sedikit ialah 20 orang (Notoatmodjo, 2010)

Alat ukur data penelitian ini diuji validitasnya dengan menggunakan rumus korelasi Pearson dengan perhitungan:

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

Keterangan:

n = Banyak data

X = Nilai Skor dari seluruh Item Instrumen

Y = Total Skor dari seluruh Item Instrumen

Uji validitas alat ukur data dilakukan kepada 30 orang sampel, dengan taraf signifikansinya sebesar 5% (0,05). Maka dari itu dilihat pada r tabel,

nilai  $r$  sebesar 0,361 yang artinya jika data memiliki  $r$  hitung sama atau lebih besar dari  $r$  tabel maka data itu dinyatakan valid

Pada pengujian validitas alat ukur data mengenai motivasi perjalanan wisatawan milenial yang berwisata di Kota Bandung, maka digunakan alat bantu yaitu SPSS yang menunjukkan hasil sebagai berikut:

**TABEL 1**  
**HASIL UJI VALIDITAS MOTIVASI PERJALANAN**  
**WISATAWAN MILENIAL**

No Item	Variabel	t hitung	t tabel	Keterangan	
K.04	Faktor Pendorong ( <i>Push Factor</i> )	0,594	0,361	VALID	
K.05		0,511	0,361	VALID	
K.06		0,689	0,361	VALID	
K.07		0,472	0,361	VALID	
K.08		0,392	0,361	VALID	
K.09		0,461	0,361	VALID	
K.10		0,615	0,361	VALID	
K.11		0,648	0,361	VALID	
K.12		0,461	0,361	VALID	
K.13		0,659	0,361	VALID	
K.14		0,549	0,361	VALID	
K.15		0,69	0,361	VALID	
K.16		0,652	0,361	VALID	
K.17		0,641	0,361	VALID	
K.18		0,602	0,361	VALID	
K.19		0,757	0,361	VALID	
K.20		Faktor Penarik ( <i>Pull Factor</i> )	0,595	0,361	VALID
K.21			0,603	0,361	VALID
K.22			0,586	0,361	VALID
K.23	0,779		0,361	VALID	
K.24	0,783		0,361	VALID	
K.25	0,648		0,361	VALID	
K.26	0,65		0,361	VALID	
K.27	0,741		0,361	VALID	
K.28	0,71		0,361	VALID	
K.29	0,673		0,361	VALID	

K.30		0,663	0,361	VALID
------	--	-------	-------	-------

Sumber: Hasil Olahan SPSS, 2020

Tabel diatas menunjukkan bahwa 27 indikator dalam alat kumpul data atau kuesioner tersebut dinyatakan valid.

b. Reliabilitas

Reliabilitas alat ukur atau keandalan suatu alat ukur berarti mempelajari korespondensi atau hasil dari suatu alat ukur jika dilakukan pengukuran ulang dengan menggunakan alat ukur yang sama dengan responden yang sama maka tidak akan ada perubahan (Silalahi, 2010)

Pengukuran reliabilitas alat ukur data untuk menguji indikator-indikator dalam penelitian motivasi perjalanan wisatawan milenial ini menggunakan metode  $\alpha$ -Cronbach yang dijabarkan sebagai berikut:

$$\alpha = \frac{k}{(k - 1)} \left\{ 1 - \frac{\sum S_i^2}{S_t^2} \right\}$$

Keterangan:

$\alpha$  = Koefisien tes reliabilitas

n = Banyak butiran item yang dikeluarkan kedalam tes

$\sum S_i^2$  = Jumlah varian skor dari tiap-tiap butir item

$S_t^2$  = Total varian

Koefisien tabel reliabilitas mendapatkan nilai 0,361 yang artinya jika koefisien reliabilitas hitung lebih tinggi dari koefisien reliabilitas tabel maka dapat dinyatakan bahwa alat ukur data bersifat reliabel.

Guna mempermudah uji reliabilitas alat ukur data, maka peneliti menggunakan SPSS dalam melakukan pengujian reliabilitas dengan hasil pengukuran:

**TABEL 2**  
**HASIL UJI RELIABILITAS MOTIVASI PERJALANAN**  
**WISATAWAN MILENIAL**

<b>Cronbach's Alpha</b>	<b>r Tabel</b>	<b>Jumlah Item (N)</b>
0,936	0,361	27
Keterangan		Reliabel

Sumber : Data Hasil Olahan SPSS 2020

Terlihat dari tabel diatas yang menunjukkan bahwa hasil dari uji reliabilitas adalah 0,936. Sehingga dapat dikatakan bahwa kuesioner atau alat kumpul data yang digunakan bersifat reliabel.

#### **E. Definisi Operasional Variabel**

Operasionalisasi variabel dapat didefinisikan sebagai suatu atribut objek yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2017). Dimana operasionalisasi variabel pada penelitian ini diperlukan untuk menentukan konsep, jenis serta indikator dari variabel yang terkait dalam penelitian ini sehingga terlihat penelitian ini sesuai dengan judul penelitian.

Pada penelitian ini terdapat satu variabel yang akan diteliti, yakni motivasi perjalanan wisata yang diketahui sebagai seperangkat atribut yang menyebabkan seseorang ikut dalam kegiatan wisata (Pizam dkk, 1979) untuk mencapai tujuan dan memenuhi harapannya (Beerli & Martín, 2004). Terkait pada teori motivasi yang digunakan yaitu teori Crompton (1979), variabel motivasi dijelaskan memiliki dua sub variabel yang diantaranya adalah *push factor* (faktor pendorong) dan *pull factor* (faktor penarik).

Faktor pendorong menurut G. Lee dkk., (2002) menyatakan bahwa faktor pendorong motivasi perjalanan wisatawan merupakan motivasi psikologi yang dibagi kedalam enam faktor diantaranya melarikan diri, mencari kebaruan (*novelty*), relaksasi, prestise (*prestige*), hedonisme (*hedonism*), dan kebersamaan. Sedangkan faktor penarik menurut Mohsin & Alsawafi (2011) terdiri atas dua indikator yaitu atribut destinasi wisata dan persepsi serta harapan wisatawan.

Variabel motivasi perjalanan wisata diukur dengan skala likert yang memiliki lima tingkatan dari Sangat Tidak Setuju (STS), Tidak Setuju (TS), Netral (N), S (Setuju) sampai dengan Sangat Setuju (SS) yang diberi label skor dari angka 1 sampai dengan 5. Dimana apabila responden memilih jawaban yang lebih positif atau mendukung terhadap item-item pertanyaan, maka ia cenderung memiliki tingkat kesetujuan terhadap item pertanyaan.

Operasionalisasi variabel motivasi perjalanan wisata dalam penelitian ini dijabarkan dalam bentuk Matriks Operasional Variabel (MOV) yang lebih mendetail seperti yang dijelaskan di bawah ini:

**MATRIKS OPERASIONAL VARIABEL**

<b>Variabel</b>	<b>Sub Variabel</b>	<b>Dimensi</b>	<b>Indikator</b>	<b>No Item</b>
<b>Motivasi Wisatawan</b>	Faktor Pendorong ( <i>Push Factor</i> )	Melarikan Diri dari Lingkungan Sehari-hari	Perjalanan wisata untuk beristirahat	K.04
			Perjalanan wisata untuk melepas diri dari pekerjaan	K.05
			Perjalanan wisata untuk melarikan diri dari kehidupan sehari-hari	K.06
		Kebaruan (Novelty)	Perjalanan wisata untuk merasakan gaya hidup yang baru	K.07
			Perjalanan wisata untuk bertemu dengan masyarakat lokal di destinasi	K.08
			Perjalanan wisata untuk merasakan kehidupan yang lebih sederhana	K.09
			Perjalanan wisata untuk bertemu dengan orang-orang yang memiliki minat yang sama	K.10
		Relaksasi	Perjalanan wisata untuk bersantai	K.11
			Perjalanan wisata untuk merasakan hal-hal yang mewah	K.12
		Prestige	Perjalanan wisata untuk membagikan pengalaman wisata kepada orang lain	K.13
			Perjalanan wisata ke tempat yang belum pernah dikunjungi oleh teman dan keluarga	K.14
		Hedonisme	Perjalanan wisata untuk bersenang-senang	K.15
			Perjalanan wisata untuk mencari kegembiraan	K.16

	Peningkatan Hubungan Kekerabatan	Perjalanan wisata ke tempat asal keluarga	K.17	
		Perjalanan wisata untuk mengunjungi teman dan saudara serta	K.18	
		Perjalanan wisata bersama kerabat sebagai keluarga	K.19	
	Faktor Penarik ( <i>Pull Factor</i> )	Atribut Destinasi	Destinasi bersifat aman bahkan pada saat melakukan perjalanan wisata sendiri	K.20
			Tertarik melihat keindahan alam di destinasi	K.21
			Tertarik merasakan kehidupan malam di destinasi (pesta dan bermain casino)	K.22
			Tertarik mengunjungi museum	K.23
			Tertarik untuk mencoba makanan lokal destinasi	K.24
			Tertarik menggunakan transportasi umum di destinasi karena nyaman	K.25
			Akses destinasi yang mudah dilalui	K.26
			Tersedianya fasilitas umum (toilet, restoran, tempat parkir) yang nyaman	K.27
	Harapan dan Persepsi	Mudahnya menemui tempat berbelanja di destinasi	K.28	
		Mendapatkan harga yang sesuai untuk akomodasi, transportasi dan makan minum	K.29	
Destinasi memiliki citra yang baik		K.30		

## **F. Analisis Data**

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan analisis statistik deskriptif dengan jenis analisis univariat. Analisis statistik deskriptif adalah statistik yang berfungsi untuk mendeskripsikan atau memberikan gambaran terhadap objek yang diteliti melalui data sampel sebagaimana adanya dengan penyajian data menggunakan tabel dan juga distribusi frekuensi. (Sugiyono, 2017).

Dalam penelitian ini penggunaan analisis statistik deskriptif bertujuan untuk mendeskripsikan dan memberikan gambaran terhadap objek yang diteliti melalui sampel sebagaimana adanya kemudian disajikan dalam bentuk tabel dan distribusi frekuensi seperti grafik sehingga dapat menggambarkan keadaan motivasi wisatawan milenial yang berwisata di Kota Bandung.

Perhitungan jawaban data primer (kuesioner) menggunakan skala *likert* yang berfungsi mengukur sikap, pendapat, dan persepsi wisatawan milenial mengenai motivasi berwisata mereka, dimana skala likert ini dibagi menjadi lima bagian yang diantaranya:

<b>Jawaban</b>	<b>Skor</b>
Sangat Tidak Setuju	1
Tidak Setuju	2
Netral	3
Setuju	4
Sangat Setuju	5

Analisis data dilakukan menggunakan statistik deskriptif untuk mendeskripsikan variabel motivasi perjalanan wisatawan milenial dalam berwisata di Kota Bandung. Tahap analisis deskriptif yang dilakukan dalam penelitian ini:

1. Menyusun data untuk memeriksa kelengkapan identitas responden dan isi dari kuesioner yang akan dijadikan data serta disesuaikan dengan tujuan penelitian
2. Melakukan tabulasi data dan pengolahan data penelitian dengan langkah-langkah: a.) memberi skor tiap item pertanyaan, b) menjumlahkan skor tiap item pertanyaan, c) menghitung rata-rata item dan variabel d) menghitung Tingkat Capaian Responden (TCR) setiap item, e) menyusun *ranking* skor tiap item dan variabel.

Perhitungan jumlah skor item pertanyaan dapat dilakukan dengan cara:

Skor Tiap Item = (Jumlah responden hasil sangat setuju x 5) + (Jumlah responden merespon setuju x 4) + (Jumlah responden menanggapi netral x 3) + (Jumlah responden menjawab tidak setuju x 2) + (Jumlah responden menjawab sangat tidak setuju x 1)

Untuk perhitungan Tingkat Capaian Responden (TCR) dapat dilakukan dengan cara :

$$TCR = \frac{\text{Skor Tiap Item}}{\text{Skor Ideal yang dihitung}} \times 100\%$$

Dimana untuk skor ideal didapatkan dari :

Skor ideal = 5 x Total responden

Kriteria interpretasi skor untuk Tingkat Capaian Responden (TCR) adalah sebagai berikut:

**TABEL 3**  
**RENTANG SKALA TCR**

NO	SKALA	KETERANGAN
1	0% - 20%	Sangat Rendah
2	21% - 40%	Rendah
3	41% - 60%	Sedang
4	61% - 80%	Tinggi
5	81% - 100%	Sangat Tinggi

Sumber : Riduwan, 2011

### **G. Jadwal Penelitian**

**TABEL 4**  
**JADWAL PENELITIAN 2020**

No	Tahap	Februari	Maret	April	Mei	Juni	Juli	Agustus
1	Penyusunan Proposal Seminar Usulan Penelitian							
2	Seminar Usulan Penelitian							
3	Pengambilan Data							
4	Olah Data dan Analisis							

5	Penyusunan dan Pengumpulan Laporan							
6	Sidang Akhir							

Sumber : Hasil Olahan Peneliti, 202