

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Desain Penelitian

Penelitian ini akan disusun menggunakan metode deskriptif, dengan pendekatan kuantitatif. Berdasarkan Sekaran dan Bougie (2017:111) metode studi deskriptif dapat digunakan sebagai metode pengumpulan data yang menjelaskan kejadian, situasi, ataupun karakteristik orang, dan melibatkan pengumpulan data kuantitatif seperti jumlah produksi, jumlah penjualan, tingkat kepuasan, dan lain sebagainya. Menurut Sujarweni (2014:39) penelitian kuantitatif adalah penelitian dengan hasil penemuan yang dapat dicapai dengan pengukuran atau kuantifikasi menggunakan prosedur statistik, atau cara-cara lainnya. .

B. Objek Penelitian

Sugiyono (2017:39) menyebutkan bahwa objek penelitian yaitu sifat, atribut atau nilai dari seseorang, sebuah kegiatan atau benda yang memiliki variasi, dan kemudian ditetapkan oleh peneliti untuk menarik kesimpulan, dengan mempelajarinya. Penelitian ini akan menggunakan kepuasan peserta *tour* di Cerita Bandung sebagai objek penelitian. Oleh karena itu, kepuasan peserta *tour* sebagai pelanggan Cerita Bandung menjadi bahan yang akan diteliti. Selain itu, diperlukan subjek penelitian yang diartikan sebagai orang, benda atau hal untuk tempat data variabel

melekat dan juga dipermasalahkan (Arikunto, 2016:26). Dalam hal ini, yang akan dijadikan subjek penelitian adalah peserta sebagai pelanggan yang telah mengikuti *walking tour*. Peserta yang telah mengikuti *walking tour* akan dijadikan subjek penelitian sebab, peserta sebagai pelanggan merupakan orang-orang yang merasakan produk Cerita Bandung dari berbagai aspek, sehingga dapat memberikan nilai kepuasan berdasarkan apa yang telah dialaminya.

C. Populasi dan sampel

1. Populasi

Sugiyono (2017:215) menyatakan bahwa populasi adalah subjek atau objek yang memiliki kualitas serta karakteristik tertentu yang membangun wilayah generalisasi untuk ditentukan, diteliti, dan menarik kesimpulan. Populasi dapat berupa objek atau orang. Sedangkan menurut Widiyanto (2010:5) populasi merupakan kelompok atau anggota yang menyimpulkan sebuah penelitian. Dalam penelitian ini, yang akan menjadi populasi adalah peserta yang mengikuti *walking tour* Cerita Bandung. Tetapi, jumlah dari populasi tersebut tidaklah diketahui. Hal ini disebabkan oleh beberapa hal, salah satunya adalah Cerita Bandung tidak memiliki catatan peserta yang memang datang untuk mengikuti *walking tour*. Sehingga, penulis tidak dapat mengetahui jumlah populasi. Alasan lainnya terletak dalam teknik sampling yang dijelaskan dibawah ini.

2. Sampel

Sampel dapat diartikan sebagai elemen-elemen yang diambil dari populasi, untuk dilakukan pengukuran, dengan harapan dapat merefleksikan karakteristik populasi (Abdullah, 2015:227). Dalam penelitian ini, peneliti akan menggunakan teknik *non probability sampling* dimana anggota populasi tidak memiliki peluang yang sama untuk menjadi anggota sampel (Tjiptono, 2012:322). Teknik *accidental sampling* menjadi cara bagi penulis untuk mengambil sample. Secara singkat, *accidental sampling* adalah teknik mengambil sample dari populasi yang ditemui secara tidak sengaja, atau secara kebetulan.

D. Metode Pengumpulan Data

1. Teknik pengumpulan data

a. Studi kepustakaan

Studi kepustakaan diperlukan dalam penelitian untuk menggali informasi, mengumpulkan referensi, memahami konsep teoritis, serta menentukan acuan dan arh penelitian. Sumber studi kepustakaan bisa didapatkan dengan menelusuri berbagai macam karya tulis mulai dari artikel, surat kabar, jurnal penelitian, buku, hingga ensiklopedia dan kamus bahasa. Widodo (2017) menyebutkan bahwa studi kepustakaan adalah kegiatan pendalaman, pembelajaran, dan pengutipan kajian teoritis serta

konsep dari berbagai karya tulis yang relevan dengan topik, variabel, maupun fokus penelitian.

b. Survei

Salah satu metode yang akan digunakan untuk menyusun penelitian ini adalah dengan metode survei, yaitu metode pengumpulan informasi dengan cara menyebarkan rangkaian pertanyaan kepada responden (Sujarweni, 2015). Survei untuk penelitian ini akan dilakukan dengan menyebarkan kuesioner setelah *walking tour* selesai.

c. Wawancara

Secara singkat, wawancara adalah kegiatan tanya jawab yang dilakukan untuk memperoleh informasi. Sugiyono (2015:72) menanggapi bahwa wawancara merupakan proses tanya jawab antara dua orang untuk bertukar informasi guna memperoleh kesimpulan pada topik tertentu. Adapun jenis wawancara yang akan digunakan peneliti yaitu *unstructured interview*, atau wawancara tidak terstruktur yang merupakan situasi wawancara tanpa rangkaian yang direncanakan (Sekaran dan Bougie, 2017:136). Wawancara tak berstruktur tidak memerlukan sebuah pedoman, dikarenakan wawancara dilaksanakan secara bebas, lain halnya dengan wawancara terstruktur yang membutuhkan daftar pertanyaan yang telah disusun secara sistematis (Sugiyono, 2018:140). Dalam penelitian ini, penulis mewawancarai Moch

Parhan selaku *founder and director* dari Cerita Bandung, untuk memperoleh data sekunder

d. Observasi

Dalam penelitian ini, penulis juga mengikuti tiap-tiap rute yang diteliti untuk mengobservasi reaksi peserta, performa *storyteller*, dan lain sebagainya. Menurut Sugiyono (2019:297), Observasi dapat dilakukan penulis untuk mengamati atau mempelajari sebuah fenomena, dan makna dari fenomena tersebut.

2. Alat pengumpulan data

Kuesioner merupakan alat pengumpulan data yang akan digunakan dalam penelitian ini. Menurut Sekaran dan Bougie, (2017:170) *questionnaire* atau kuesioner adalah proses pencatatan jawaban responden kepada daftar pertanyaan yang telah dirumuskan. Penyebaran kuesioner akan dilakukan secara digital dengan menggunakan *google form*, yang dapat diakses melalui kode QR yang dibagikan ke masing-masing peserta.

E. Definisi Operasional Variabel

Operasional dalam variabel merupakan atribut, nilai atau sifat yang ditetapkan oleh peneliti, dengan variasi tertentu guna menarik kesimpulan dengan mempelajarinya (Sugiyono, 2015). Penentuan dimensi dan indikator dari variabel diperoleh dengan studi kepustakaan sebagai parameter (Widodo, 2017)

1. Kepuasan pelanggan

Kepuasan peserta sebagai pelanggan Cerita Bandung merupakan variabel yang akan digunakan dalam penelitian ini. Kepuasan peserta akan diukur berdasarkan teori Irawan (2009) yang menyebutkan bahwa terdapat lima *driver* atau pendorong utama kepuasan pelanggan, yaitu:

a. Kualitas produk

Berdasarkan artikel yang ditulis oleh Anggi (2020), kualitas produk dapat ditentukan dengan enam dimensi, diantaranya: Kinerja produk, keandalan produk, kesesuaian, keistimewaan, daya tahan, dan estetika

b. Harga

Kotler (2019:131) menyatakan bahwa harga merupakan nominal yang dibebankan kepada suatu produk

c. Kualitas pelayanan

Terdapat lima dimensi kualitas pelayanan menurut Tjiptono (2012) yaitu: Bukti fisik, reliabilitas, daya tanggap, jaminan, dan empati.

d. Faktor emosional

Faktor yang melibatkan perasaan pelanggan secara keseluruhan setelah *tour* selesai dilaksanakan. Kepuasan dapat dilihat berdasarkan reaksi peserta

e. Kemudahan

Kemudahan yang dimaksud disini adalah kemudahan untuk memperoleh produk. dalam konteks Cerita Bandung, maka

peserta akan menilai tingkat kemudahan untuk mendaftarkan diri sebagai peserta *walking tour* Cerita Bandung

TABEL 4
MATRIKS OPERASIONAL VARIABEL

Grand Theory	Variabel	Dimensi	Indikator	Skala Ukur
5 Driver kepuasan pelanggan menurut Irawan (2009) yaitu kualitas produk, harga, kualitas pelayanan, faktor emosional, dan kemudahan	Kepuasan Pelanggan	Kualitas Produk	Kinerja (<i>Performance</i>) karakteristik inti dari sebuah produk, esensi atau tujuan dari produk tersebut	Ordinal
			Ciri-Ciri atau Keistimewaan Tambahan (<i>Features</i>) karakteristik tambahan yang dapat membuat sebuah produk menjadi lebih unik atau menonjol dari produk lain	
			Keandalan (<i>reability</i>) jaminan atau kemungkinan sebuah produk akan sukses. Hal ini dipengaruhi oleh kemampuan sebuah perusahaan untuk menjaga produknya dari kegagalan.	
			Kesesuaian dengan Spesifikasi (<i>Conformance to Specification</i>) Perbandingan spesifikasi atau deskripsi sebuah produk, dengan produk nyata yang dijual kepada konsumen.	
			Daya Tahan (<i>Durability</i>) Terkait dengan seberapa lama sebuah produk akan bertahan, atau masa guna sebuah produk.	
			Kemampuan melayani (<i>Serviceability</i>) Berkaitan dengan kemampuan sebuah perusahaan dalam menyelesaikan sebuah masalah, kecepatan menanggapi pelanggan, dan kemampuan perusahaan agar mendapatkan kepercayaan pelanggan	

Sumber: Irawan, 2009; Tjiptono, 2015; Daga, 2017

TABEL 4
MATRIKS OPERASIONAL VARIABEL (LANJUTAN)

Grand Theory	Variabel	Dimensi	Indikator	Skala Ukur
5 Driver kepuasan pelanggan menurut Irawan (2009) yaitu kualitas produk, harga, kualitas pelayanan, faktor emosional, dan kemudahan	Kepuasan Pelanggan	Kualitas Produk	Estetika (<i>Asthetics</i>) Daya tarik produk yang dapat dirasakan dengan panca indra, terutama dalam hal keindahan.	Ordinal
			Kualitas yang Dirasakan (<i>perceived quality</i>) Citra dari sebuah produk yang dirasakan oleh konsumen. Pendapat akan keunggulan produk antar konsumen, serta konsistensi produk yang dirasakan konsumen.	
		Harga	Nominal yang ditukarkan untuk mendapatkan atau menggunakan produk	
		Kualitas Pelayanan	Bukti fisik (<i>tangibles</i>). Penampilan pemandu sebagai pemberi pelayanan	
			Reliabilitas. Ketepatan pemandu dalam melayani peserta	
			Daya tanggap. Ketanggapan pemandu saat melayani peserta	
			Jaminan pelayanan. Meliputi kemampuan komunikasi, pengetahuan, dan sopan santun	
			Empati. Kemampuan pemandu untuk memberikan pelayanan yang tulus	
		Faktor Emosional	Kondisi emosional pelanggan setelah menggunakan/mengonsumsi produk. senang ataupun tidak senang seorang peserta setelah tour	
		Kemudahan	Mudah atau sulitnya memperoleh, dan menggunakan sebuah produk	

Sumber: Irawan, 2009; Tjiptono, 2015; Daga, 2017

F. Analisis Data

1. Metode analisis

Berdasarkan Bogdan dan Biklen (dalam Lexy J. Moleong, 2014:248) analisis data bertujuan untuk menentukan apa yang bisa diceritakan dan penemuan hal penting dengan mengumpulkan data, menyortir data, serta mencari pola. Peneliti akan menggunakan metode analisis data deskriptif dengan cara menggunakan statistik deskriptif untuk menafsirkan analisa data tanpa kesimpulan umum melainkan hanya penafsiran data sampel (Sugiyono, 2015:164). Perangkat lunak SPSS (*Statistical Program for Social Science*) sebagai alat pengolahan data secara komputerisasi. Data yang diperoleh dari hasil jawaban kuesioner akan dihitung berdasarkan skala likert kemudian diolah dengan SPSS.

Skala likert merupakan salah satu teknik pengukuran yang dikembangkan oleh Rensis Likert. skala likert biasanya digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi mengenai fenomena sosial secara individu, anggota, maupun kelompok (Sugiyono, 2018). Melalui ini responded dapat memberikan respon positif atau negatif terhadap pertanyaan-pertanyaan yang tersedia di dalam kuesioner. Tiap respon pertanyaan memiliki skor nilai sebagai berikut:

TABEL 5
SKALA UKUR PENILAIAN BERDASARKAN SKALA LIKERT

Skor	1	2	3	4	5
Keterangan	Sangat Tidak Setuju (STS)	Tidak Setuju (TS)	Cukup (C)	Setuju (S)	Sangat Setuju (SS)

Sumber: Sugiyono (2018)

Penentuan hasil interval nilai mean, dibutuhkan untuk melihat gambaran hasil penelitian. Penentuan nilai mean atau rata-rata untuk skala likert dengan 5 kelas adalah sebagai berikut:

GAMBAR 2
PERHITUNGAN INTERVAL

$$\text{Interval} = \frac{\text{Rentang}}{\text{Banyak kelas interval}}$$

$$\text{Rentang} = \text{nilai tertinggi} - \text{nilai terendah}$$

$$\text{Interval} = \frac{5 - 1}{5}$$

$$\text{Interval} = 0.8$$

Sumber: Hasil olahan peneliti (2023)

Berdasarkan nilai interval yang diperoleh, maka standar nilai untuk kategori lima kelas adalah:

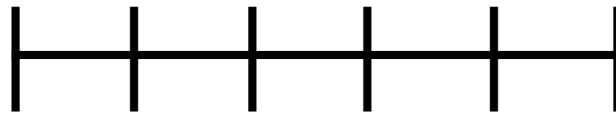
TABEL 6
STANDAR NILAI SKALA LIKERT LIMA KELAS

Rentang nilai	Keterangan
1,00 - 1,80	STS
1,81 - 2,60	TS
2,61 - 3,40	C
3,41 - 4,20	S
4,21 - 5,00	SS

Sumber: Sugiyono (2019)

Dari data nilai yang diperoleh, akan diklasifikasikan berdasarkan dengan menggunakan garis kontinum sebagai berikut:

GAMBAR 3
GARIS RENTANG KONTINUM



Sumber: Tjiptono (2012)

Rentang kontinum tersebut dapat digunakan sebagai visualisasi pengelompokan posisi jawaban responden. Diperlukan penentuan nilai mean, atau rata-rata untuk penilaian variabel yang digunakan. peneliti akan menggunakan rumus menurut Sugiyono (2015:280):

$$Me = \frac{\sum xi}{n}$$

Keterangan:

Me : Mean

$\sum xi$: Jumlah nilai x ke 1 sampai ke n

n : jumlah individu

2. Alat analisis data

Pengolahan data akan dilakukan secara komputerisasi dengan perangkat lunak komputer SPSS (*Statistical Program for Social Science*) dan *Microsoft excell* sebagai alat analisis data.

3. Metode pengumpulan data

a. Uji validitas

Penulis melakukan uji validitas untuk tiap-tiap butir pernyataan kuesioner yang disebarkan kepada responden. Fungsi dari uji validitas ini adalah untuk mengetahui validasi, kesahan, atau layaknya butir-butir pernyataan maupun pertanyaan kuesioner (Arikunto, 2006). Validitas dapat dihitung menggunakan rumus, salah satunya adalah rumus *Pearson Product Moment*. Berikut merupakan rumus yang dimaksud:

$$r = \frac{n(\sum xy) - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{[n\sum x^2 - (\sum x)^2][n\sum y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Keterangan:

r : koefisien korelasi item

X : Skor total (X)

Y : Skor total (Y)

n : Jumlah sampel

Untuk uji validitas butir kuesioner, jika nilai r hitung $> r$ table, maka butir dinyatakan sah. Jika sebaliknya, maka dinyatakan tidak sah atau tidak valid. Berikut merupakan hasil uji validitas yang telah penulis lakukan terhadap 29 butir pernyataan dengan jumlah responden sebanyak 30:

TABEL 7
HASIL UJI VALIDITAS TERHADAP BUTIR-BUTIR
PERNYATAAN KUESIONER

Item	r Tabel	Tingkat Kesetujuan	
		r Hitung	Keterangan
1	0,361	0.392	Valid
2		0.440	Valid
3		0.492	Valid
4		0.638	Valid
5		0.381	Valid
6		0.373	Valid
7		0.387	Valid
8		0.428	Valid
9		0.488	Valid
10		0.863	Valid
11		0.592	Valid
12		0.725	Valid
13		0.468	Valid
14		0.644	Valid
15		0.497	Valid
16		0.764	Valid
17		0.630	Valid
18		0.657	Valid
19		0.685	Valid
20		0.852	Valid
21		0.747	Valid
22		0.745	Valid
23		0.708	Valid
24		0.577	Valid
25		0.589	Valid
26		0.710	Valid
27		0.562	Valid
28		0.439	Valid
29		0.456	Valid

Sumber: Hasil olahan penulis (2023)

b. Uji realibilitas

Penulis kemudian melakukan uji realibilitas. Pengujian ini merupakan sebuah cara untuk mengetahui konsistensi responden dalam menjawab pertanyaan dari kuesioner (Sujarweni, 2015). Meskipun pada umumnya respons bersifat reliabel, tetapi uji realibilitas tetap dilakukan menggunakan rumus *Cronbach's Alpha* :

$$r_{11} = \left[\frac{k}{k-1} \right] - \left[\frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_1^2} \right]$$

Keterangan:

r_{11} : Realibilitas instrument

k : Jumlah pertanyaan

$\sum \sigma_b^2$: Jumlah varian skor di tiap pertanyaan

σ_1^2 : Varian total

Berikut merupakan hasil uji realibilitas:

TABEL 8

HASIL UJI REALIBILITAS

Kriteria Pengujian		
Nilai Acuan	Cronbach's Alpha	Keterangan
0,6	0,79	Reliabel

Sumber: Hasil olahan penulis (2023)

G. Jadwal Penelitian

TABEL 9
JADWAL PENELITIAN

No.	Kegiatan	Tahun 2023					
		Feb	Mar	Apr	Mei	Jun	Jul
1.	Pengajuan topik penelitian						
2.	Penyusunan usulan penelitian						
3.	Seminar usulan penelitian						
4.	Observasi dan penyusunan penelitian						
5.	Sidang proyek akhir						