

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Desain Penelitian

Hal yang sangat krusial dalam melaksanakan suatu penelitian adalah metode penelitian. Metode penelitian merupakan pendekatan ilmiah agar dapat diperoleh data yang memiliki tujuan tertentu (Sugiyono, 2022). Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah metode kuantitatif deskriptif.

Metode kuantitatif merupakan metode positivisme dengan menggunakan analisis data kuantitatif dan statistik agar dapat menjelaskan dan menguji hipotesis yang telah diajukan. Metode kuantitatif digunakan agar dapat menganalisis suatu populasi ataupun suatu sampel dengan digunakannya instrumen penelitian (Sugiyono, 2022).

Penelitian yang menggambarkan apa yang terjadi atau ada dalam skenario tertentu dikenal sebagai penelitian deskriptif. Informasi yang dikumpulkan dikategorikan sesuai dengan jenis, sifat, atau kondisinya. Menurut definisi lain, penelitian deskriptif adalah penelitian yang tujuan utamanya adalah untuk menyajikan laporan faktual mengenai suatu keadaan (Widiasworo, 2019).

Pendekatan deskriptif pada penelitian ini digunakan agar dapat mengetahui kegiatan promosi apa saja yang efektif dan tepat sasaran oleh WITA *Tour* Bandung dalam memasarkan produk paket wisata *outbound* mereka.

B. Obyek Penelitian

Di dalam penelitian, terdapat obyek dari penelitian yang akan dibahas dan subyek permasalahan yang akan diteliti.

Yang akan menjadi obyek pada penelitian ini adalah paket wisata *outbound* di WITA *Tour* Bandung. Sedangkan subyek dalam penelitian ini merupakan pelanggan paket wisata *outbound* yang sudah menggunakan jasa WITA *Tour* bandung pada periode 2022 – 2023.

Berikut adalah informasi umum mengenai WITA *Tour* Bandung:

1. Informasi Umum WITA *Tour*

WITA *Tour* merupakan biro perjalanan wisata yang sudah berdiri sejak 25 April 1981 dan sudah memiliki lebih dari 400 pegawai yang sudah ahli dalam bidang mereka. WITA *Tour* memiliki kantor pusat yang terletak di Jakarta serta terdapat kantor cabang yang berlokasi di sekitaran kota Jakarta, Surabaya, Bandung dan Bali agar memudahkan WITA *Tour* dijangkau oleh konsumennya baik *offline* maupun *online*. Yang akan menjadi lokasi untuk penelitian ini adalah WITA *Tour* Bandung yang berlokasi di Jalan Wastukencana Nomor 44, Tamansari, Kecamatan Bandung Wetan, Kota Bandung, Jawa Barat.

2. Profil Perusahaan

a) Logo Perusahaan WITA *Tour*



b) Visi Perusahaan *WITA Tour*

WITA Tour menyadari sepenuhnya bahwa standar kualitas yang telah ditetapkan merupakan konsekuensi logis dalam upaya untuk mengakomodasi harapan, permintaan dan kebutuhan pelanggan. Dengan bergian bersama – sama dengan pelanggan, *WITA Tour* sepenuhnya menyadari bahwa pelanggan adalah kunci utama pengembangan perusahaan. *WITA Tour* menghormati pengetahuan, kreativitas dan komitmen untuk pelanggan dan mitra bisnis yang terlibat langsung maupun tidak langsung. *WITA Tour* juga menyadari dengan bekerja sama, kesuksesan dapat dicapai seperti apa yang diinginkan bagi pelanggan.

c) Misi Perusahaan *WITA Tour*

Dengan meningkatkan kualitas layanan dan kenyamanan terutama bagi pelanggan, *WITA Tour* selalu mencoba untuk mencapai kesuksesan secara berkelanjutan sesuai dengan : “Komitmen kami untuk melayani semua pelanggan yang lebih baik dan lebih baik”. Prinsip itu merupakan gerbang yang dilewati untuk mendapatkan iklim pariwisata global yang kondusif khususnya di Indonesia.

d) Nilai Perusahaan *WITA Tour*

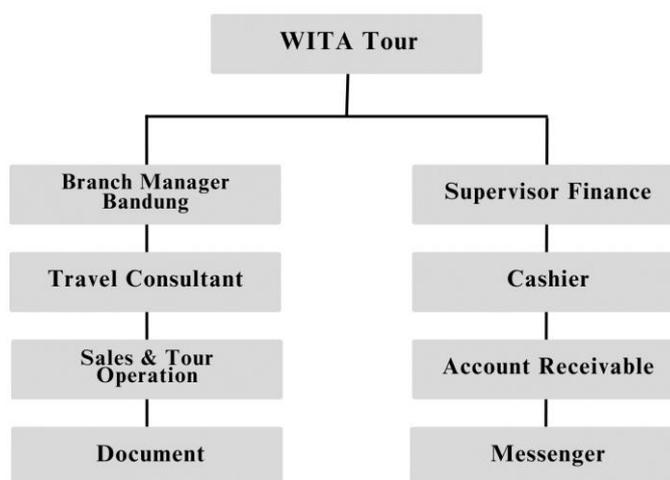
Dunia pariwisata merupakan salah satu sektor pengembangan yang melibatkan banyak sektor seperti sektor budaya, sektor sosial dan sektor ekonomi Indonesia, *WITA Tour* mengantisipasi sektor ini sebagai bentuk perhatian untuk pariwisata serta motor penggerak dalam rangka percepatan kemajuan dunia pariwisata domestik dan internasional di lain untuk meningkatkan daya saing global. Hal ini juga berarti membawa

kontribusi perusahaan kepada sektor pariwisata yang merupakan satu dari sektor yang lain dapat digunakan sebagai tumpuan pada masa mendatang.

3. Struktur Organisasi

GAMBAR 4

STRUKTUR ORGANISASI WITA TOUR BANDUNG



Sumber : WITA Tour Bandung, 2023

4. Ruang Lingkup

Produk yang dijual oleh WITA Tour melingkupi tiket penerbangan, hotel, kereta api, paket wisata *inbound* maupun *outbound*, pengurusan dokumen perjalanan, *incentive tour*, kapal pesiar, rental kendaraan, asuransi perjalanan dan *corporate travel management service*.

C. Populasi dan Sampling

1. Populasi

Istilah populasi mengacu pada generalisasi wilayah dengan karakteristik dan jumlah tertentu yang dipilih untuk dipelajari dan diambil kesimpulannya (Sugiyono, 2022).

Dalam penelitian ini yang akan menjadi populasi merupakan pelanggan paket wisata *outbound* yang menggunakan jasa WITA *Tour* Bandung pada periode 2022 – April 2023.

TABEL 3

DATA PENJUALAN PAKET WISATA *OUTBOUND* TAHUN 2022 - 2023

Jumlah Penjualan Paket Wisata Outbound di WITA Tour Bandung	
2022	Jan – Apr 2023
40	15
Total	55

Sumber : WITA *Tour* Bandung, 2023

2. Sampel

Sampel merupakan komponen dari jumlah dan karakteristik dari jumlah populasi (Sugiyono, 2022). Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik sensus atau *sampling total*, teknik ini digunakan karena seluruh anggota populasi dijadikan sebagai sampel. Teknik sensus dilakukan pada penelitian ini dikarenakan jumlah polulasi berjumlah kurang dari 100 sehingga seluruh populasi dijadikan sampel sebagai responden. (Sugiyono, 2022).

Berdasarkan populasi yang telah diketahui dari penjualan paket wisata *outbound* di WITA *Tour* Bandung pada periode 2022 – April 2023 terdapat 55 orang sebagai perwakilan dari paket yang terjual akan dijadikan responden dalam penelitian ini.

D. Metode Pengumpulan Data

1. Teknik pengumpulan data

a. Penyebaran Kuesioner

Dalam kuesioner, responden diberikan daftar pernyataan atau pertanyaan tertulis untuk dijawab sebagai bagian dari proses pengumpulan data. Jika ingin mengetahui secara pasti variabel yang akan diuji dan apa yang diharapkan responden, menggunakan distribusi kuesioner sebagai strategi pengumpulan data juga cukup efektif (Sugiyono, 2022).

Penyebaran kuesioner adalah sebuah teknik yang dilakukan dalam melakukan pengumpulan data pada penelitian ini. Kuesioner akan disebarakan kepada pelanggan paket wisata *outbound* yang sudah menggunakan jasa WITA *Tour* Bandung pada periode 2022 – April 2023 dan berisikan indikator – indikator dari dimensi bauran promosi.

b. Studi Dokumentasi

Merekam ulang atau mendokumentasikan data yang telah diperoleh individu atau perusahaan adalah proses dari kegiatan dokumentasi (Hakim, 2021).

Dalam penelitian ini, studi dokumentasi digunakan agar dapat mengetahui penjualan paket wisata *outbound* selama 4 tahun terakhir dan mengetahui paket wisata *outbound* yang sudah terjual selama periode 2022 – April 2023.

2. Alat Pengumpulan Data

a. Kuesioner

Kuesioner atau daftar pertanyaan adalah alat pengumpulan data yang digunakan dalam metode pengumpulan data kuesioner. Pertanyaan dalam kuesioner biasanya bersifat terperinci dan lengkap dan dibuat sesuai dengan variabel penelitian. (Hakim, 2021).

Kuesioner yang diberikan kepada responden yang merupakan pelanggan paket wisata *outbound* yang sudah menggunakan jasa WITA *Tour* Bandung pada periode 2022 – April 2023 dan berisikan indikator – indikator dari bauran promosi.

b. Dokumen

Penelitian ini menggunakan dokumen sebagai alat pengumpulan data dengan menggunakan data atau informasi tertulis yang berkaitan dengan permasalahan yang ada di dalam penelitian ini.

Dokumen yang terdapat dalam penelitian ini merupakan data mengenai penjualan paket wisata *outbound* di WITA *Tour* Bandung pada periode 2022 – April 2023.

E. Definisi Operasional Variabel

Variabel penelitian merupakan suatu atribut atau sifat ataupun nilai dari orang, obyek, organisasi atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti sehingga dapat dipelajari lalu ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2022). Penulis menggunakan teori bauran promosi menurut Kotler dan Armstrong (2018) yang digunakan oleh perusahaan WITA *Tour* Bandung untuk melibatkan pelanggan, membujuk pelanggan tentang nilai produk mereka dan menjalin hubungan dengan pelanggan pada produk paket wisata *outbound* yang mereka miliki.

Secara keseluruhan, penelitian ini memfokuskan pada 5 dimensi yang berasal dari bauran promosi yaitu *advertising*, *public relations*, *personal selling*, *sales promotion*, *direct and digital marketing* dan akan dilakukan penyebaran kuisisioner kepada beberapa wisatawan yang pernah menggunakan jasa WITA *Tour* Bandung yang memiliki jumlah 55 responden. Kuesioner dalam penelitian ini berupa 18 pernyataan yang berasal dari indikator – indikator yang akan dipaparkan dalam bentuk matriks operasional variabel pada tabel berikut :

TABEL 4

MATRIKS OPERASIONAL VARIABEL

KONSEP	VARIABEL	DIMENSI	INDIKATOR	INSTRUMEN
Menurut Kotler dan Armstrong (2018)	Bauran Promosi	<i>Advertising</i>	Mempromosikan produk melalui media cetak	Kuisisioner Q1, Q2, Q3 Q4, Q5
			Mempromosikan produk melalui media digital	
			Mempromosikan produk media out of home	

TABEL 5
MATRIKS OPERASIONAL VARIABEL
(LANJUTAN)

KONSEP	VARIABEL	DIMENSI	INDIKATOR	INSTRUMEN
			Kemudahan menemukan informasi	
			Kejelasan informasi	
		<i>Public Relations</i>	Memperoleh kepercayaan publik	Kuisisioner Q6, Q7
			Memenuhi harapan publik	
		<i>Personal Selling</i>	Keterampilan pribadi (presentasi, keramahan tamahan, senyum, dll)	Kuisisioner Q8, Q9 Q10, Q11
			Penampilan staff yang baik	
			Penguasaan informasi produk	
			Kemampuan dalam menjelaskan informasi	
		<i>Sales Promotion</i>	Menawarkan produk dengan biaya rendah	Kuisisioner Q12, Q13 Q14, Q15
			Mengikuti pameran	
			Informasi mengenai syarat dan ketentuan penawaran spesial dapat disampaikan dengan jelas	
			Penawaran spesial yang diberikan menarik	
		<i>Direct and Digital Marketing</i>	Lebih cepat dan efisien	Kuisisioner Q16, Q17, Q18
			Kegiatan pemasaran yang interaktif	
			Kemudahan dalam memesan produk	

F. Analisis Data

1. Teknik Analisis Data

Setelah semua responden memberikan data, maka diperlukan analisis terhadap data tersebut. Kegiatan ini meliputi pengelompokan data berdasarkan jenis responden dan variabel, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melaksanakan serangkaian cara dalam perhitungan agar dapat menghasilkan jawaban terhadap rumusan masalah, serta melaksanakan sebuah perhitungan yang sesuai sehingga dapat menguji hipotesis yang telah diujikan (Sugiyono, 2022).

Penelitian ini menggunakan skala likert, skala likert berguna untuk menilai suatu ukuran bagaimana suatu persepsi dari satu bahkan lebih bagi individu atau kelompok tentang keadaan sebenarnya yang menjadi fenomena sosial dan sering dikenal sebagai variabel penelitian. Penggunaan dari skala likert yang diterapkan mempermudah pengukuran terhadap variabel – variabel tersebut serta dapat merubah atau menghasilkan indikator variabel. Indikator tersebut memiliki fungsi sebagai titik tolak dalam penyusunan pertanyaan-pertanyaan instrumen. Setiap unit atau poin yang terdapat dalam skala likert dapat berupa sangat positif atau sangat negatif (Sugiyono, 2022).

TABEL 6
BOBOT NILAI SKALA LIKERT

Bobot Nilai	Keterangan
5	Sangat Setuju
4	Setuju
3	Ragu – Ragu
2	Tidak Setuju
1	Sangat Tidak Setuju

Sumber : Sugiyono, 2023

Rumus yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah Rentang Skala, rumus ini digunakan agar dapat mengukur hasil dari setiap jawaban yang ada di tabel diatas.

$$RS = \frac{m - n}{c}$$

Keterangan :

RS = Rentang skala

m = Nilai terbesar dalam kuesioner

n = Nilai terkecil dalam kuesioner

c = Jumlah opsi jawaban dalam kuesioner (kelas interval)

2. Alat Analisis Data

Dalam penelitian ini, penulis *Microsoft Excel* untuk teknik manual dan menggunakan *Statistical Product and Service Solution* (SPSS) secara komputerisasi untuk mengolah data.

3. Validitas dan Reliabilitas

a. Uji Validitas

Validitas mengacu pada sejauh mana alat ukur penelitian sesuai dengan isi atau makna sebenarnya yang diukur (Widiasworo, 2019). Temuan penelitian dapat dikatakan valid jika data yang terkumpul dan data yang sesungguhnya terjadi pada objek yang diteliti memiliki kesamaan (Sugiyono, 2022).

Rumus yang akan digunakan untuk menguji validitas dalam penelitian ini adalah Korelasi Pearson

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

Keterangan :

r_{xy} = Koefisien korelasi

$\sum xy$ = Jumlah perkalian antara variabel X dan Y

$\sum x^2$ = Jumlah dari kuadrat nilai X

$\sum y^2$ = Jumlah dari kuadrat nilai Y

$(\sum x)^2$ = Kuadrat dari jumlah nilai X

$(\sum y)^2$ = Kuadrat dari jumlah nilai Y

TABEL 7
HASIL UJI VALIDITAS
N = 55

No. Item	R Tabel	R Hitung	Status
1	0,266	0,658	Valid
2	0,266	0,656	Valid
3	0,266	0,544	Valid
4	0,266	0,724	Valid
5	0,266	0,497	Valid
6	0,266	0,409	Valid
7	0,266	0,488	Valid
8	0,266	0,624	Valid
9	0,266	0,341	Valid
10	0,266	0,600	Valid
11	0,266	0,375	Valid
12	0,266	0,361	Valid
13	0,266	0,537	Valid
14	0,266	0,604	Valid
15	0,266	0,607	Valid
16	0,266	0,448	Valid
17	0,266	0,576	Valid
18	0,266	0,612	Valid

Sumber : Hasil Olahan SPSS Versi 26, 2023

Berdasarkan hasil uji validitas diatas, diketahui setiap item variabel memiliki nilai r hitung yang lebih besar dari r table. Maka dapat disimpulkan bahwa instrument penelitian sudah dinyatakan valid dan dapat digunakan dalam penelitian.

b. Uji Reliabilitas

Temuan penelitian dapat dianggap realibel jika data yang sama ada di waktu yang berbeda (Sugiyono, 2022).

Rumus yang akan digunakan untuk menguji reliabilitas dalam penelitian ini adalah Cronbach'c Alpha

$$r_i = \left(\frac{n}{n-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma_t^2}{\sigma_t^2} \right)$$

Keterangan

r_i = Reliabilitas instrumen

n = Banyaknya butir pertanyaan

$\sum a_t^2$ = Jumlah varian butir

a_t^2 = Varian total

TABEL 8

HASIL UJI RELIABILITAS

N = 55

Titik Kritis	Koefisien Reliabilitas	N of Items	Kesimpulan
0,600	0,846	18	Realibel

Sumber : Hasil Olahan SPSS Versi 26, 2023

Berdasarkan hasil uji reliabilitas diatas, dapat diketahui bahwa setiap variabel instrument penelitian berhasil mendapatkan nilai *Cronbach'ch Alpha* diatas 0,6. Maka dapat dikatakan kuesioner yang digunakan dalam peneltian sudah reliabel.

G. Jadwal Penelitian

TABEL 9
JADWAL PENELITIAN

No.	KEGIATAN	TAHUN						
		FEB	MAR	APR	MEI	JUN	JUL	AGU
1	Pengajuan TOR							
2	Penyusunan Usulan Penelitian							
3	Seminar Usulan Penelitian							
4	Penelitian/Observasi Lapangan							
5	Penyusunan Proyek Akhir							
6	Sidang Proyek Akhir							

Sumber : Data Olahan Peneliti, 2023