

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Desain Penelitian

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Tujuan dari metode yang digunakan ini untuk mengetahui hubungan antara variabel yang diteliti. Natsir (2005) mengungkapkan bahwa dengan melakukan penelitian mengenai status manusia, suatu peristiwa ataupun suatu objek, dapat menggunakan metode deskriptif.

Sekaran & Bougi (2010) mengungkapkan bahwa untuk menggambarkan karakteristik variabel yang menarik pada suatu penelitian, analisis deskriptif dimampu dapat memastikannya. Penelitian deskriptif ini juga bertujuan untuk mendapat gambaran dari sebuah fenomena secara alami dan apa adanya. Sedangkan penelitian kuantitatif bertujuan untuk mengumpulkan data numerik dan menganalisis hasilnya secara matematis. Metode ini sering digunakan untuk mengidentifikasi tren dalam sikap, pendapat, perilaku atau karakteristik sekelompok besar orang, dan ketika temuan perlu digeneralisasikan ke suatu populasi (Creswell, 2005).

B. Objek Penelitian

Pengertian objek penelitian adalah sasaran ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu tentang sesuatu hal objektif, valid dan reliabel tentang suatu hal (Sugiyono, 2017). Objek penelitian ini adalah objek wisata yang terletak di Kecamatan Rancabali.

Kecamatan Rancabali adalah salah satu kecamatan dari 31 kecamatan yang terdapat di Kabupaten Bandung dan merupakan hasil pemekaran dari Kecamatan Ciwidey serta memiliki luas sekitar 148 km² dengan jumlah penduduk sekitar 50.000 jiwa. Kecamatan Rancabali ini terletak 60 kilometer dari Kota Bandung namun telah dikunjungi oleh 1 juta wisatawan pada tahun 2019. Terdapat 8 objek wisata di Kecamatan Rancabali menurut Disparbud Kabupaten Bandung.

TABEL 3.1
DAYA TARIK WISATA DI KECAMATAN RANCABALI TAHUN 2018 & 2019

NO.	DAYA TARIK WISATA	JUMLAH KUNJUNGAN WISATAWAN	
		2018	2019
1	Kawah Putih	486.012	511.043
2	<i>Glamping</i>	256,175	200.005
3	Walini	170.368	181.328
4	Rancaupas	45.240	95.417
5	Cimanggu	48.260	71.809
6	Punceling	5.407	39.486
7	Villa Rancabali	13.769	19,791
8	Patuha Resort	7.027	13.272
	TOTAL	1.032.258	1.132.151

Sumber: Disparbud Kab. Bandung, 2020

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Greener dan Martelli (2015) mengungkap bahwa populasi adalah orang-orang yang terpilih atas kriteria tertentu. Pada penelitian ini, peneliti menentukan populasi adalah wisatawan milenial yang telah berkunjung ke objek wisata pada tahun 2020. Namun, jumlah populasi pada penelitian ini tidak diketahui dikarenakan kunjungan dilakukan pada tahun yang bersamaan dengan waktu penelitian.

2. Sampel

Sampel adalah sub kelompok elemen populasi yang terpilih untuk berpartisipasi dalam studi (Malhotra, 2009). Teknik *sampling* yang digunakan adalah *purposive sampling*, menurut Arikunto (2006) *purposive sampling* dapat digunakan jika peneliti berfokus pada tujuan tertentu, sehingga pengambilan sampel dilakukan dengan cara non-random. Sampel dari penelitian ini adalah pengunjung generasi milenial yang melakukan kegiatan wisata ke tempat wisata di Rancabali seperti Kawah Putih, *Glamping Lake Side*, Walini dan Rancaupas pada awal tahun 2020 sampai dengan pada bulan Agustus 2020. Populasi dari penelitian ini tidak diketahui, sehingga peneliti menggunakan rumus Lemeshow. Rumus tersebut adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{z^2_{1-\alpha/2} P(1-P)}{d^2}$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel

z = Skor z ada kepercayaan 95% = 1,96

p = maksimal estimasi = 0,5

d² = *sampling error*

Berdasarkan rumus di atas, maka jumlah sampel yang akan ditentukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{z^2_{1-\alpha/2} P(1-P)}{d^2}$$

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

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

$$n = 96,04 = 100$$

Dengan rumus Lemeshow di atas, jumlah sampel yang harus didapatkan pada penelitian ini adalah minimal 100 sampel.

D. Metode Pengumpulan Data

1. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut:

a. Observasi

Menurut Arikunto (2010) observasi dilakukan untuk mengamati objek penelitian dengan menggunakan teknik pengumpulan data tertentu dan memberdayakan seluruh alat indra. Dalam penelitian ini, peneliti melakukan observasi dengan tujuan untuk mengamati permasalahan mengenai video promosi daya tarik wisata Rancabali di Youtube dan keputusan berkunjung wisatawan milenial ke Kecamatan Rancabali.

b. Penyebaran Kuesioner

Pada penelitian ini, peneliti melakukan penyebaran kuesioner dengan tujuan untuk mendapatkan data primer yang relevan. Menurut Sugiyono

(2010) teknik pengumpulan data ini dapat dilakukan dengan cara memberikan pertanyaan atau pernyataan kepada responden sehingga responden dapat menjawabnya. Peneliti akan mendapatkan data yang relevan dengan melakukan penyebaran kuesioner secara langsung kepada wisatawan milenial yang sedang melakukan kegiatan wisata di Kecamatan Rancabali seperti Kawah Putih, *Glamping Lake Side*, Walini dan Rancaupas. Serta kuesioner akan disebarakan secara *online* dengan menggunakan bantuan Google Kuesioner.

c. Wawancara

Wawancara adalah salah satu teknik pengumpulan data, peneliti melakukan wawancara kepada Kepala Bidang Promosi, Budaya dan Ekonomi Kreatif Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Bandung Bapak Vena Andriawan mengenai peran pemerintah dalam melakukan kegiatan pemasaran destinasi yang ada di Kabupaten Bandung khususnya di Kecamatan Rancabali. Menurut Easwaramoorthy & Fataneh Zarinpoush (2006) wawancara adalah metode pengambilan data dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan yang berkaitan dengan penelitian kepada narasumber.

2. Alat Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan alat-alat pengumpulan data sebagai berikut:

a. Ceklis

Menurut Herdiansyah (2009) ceklis adalah salah satu metode pengumpulan data pada saat melakukan teknik pengumpulan data observasi dengan mengamati perilaku atau kondisi pada objek penelitian dan memberikan tanda cek (√) jika perilaku yang diamati tersebut sesuai.

b. Kuesioner

Menurut Arikunto (2010) kuesioner adalah alat pengumpulan data pada saat peneliti melakukan pengambilan data kepada wisatawan di lapangan. Kuesioner ini merujuk kepada matriks operasional variabel yang telah dibuat oleh peneliti dengan menggunakan skala *likert* pada setiap pernyataannya. Menurut Istijanto (2006) setiap pernyataan yang diajukan kepada responden dapat diukur dengan menggunakan skala *likert*, sehingga tingkat persetujuan dan ketidaksetujuan responden akan diketahui. Peneliti pun menggunakan 4 pilihan dalam setiap pernyataan yang diajukan. Menurut Hadi (1991) modifikasi skala *likert* dimaksudkan untuk menghilangkan kelemahan pada skala lima tingkat.

c. Pedoman Wawancara

Menurut Utama dan Mahadewi (2012) pedoman wawancara berbentuk pertanyaan-pertanyaan terkait permasalahan pada penelitian yang diajukan kepada responden atau narasumber. Wawancara dilakukan kepada Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Bandung Bidang Promosi, Budaya dan Ekonomi Kreatif untuk mendukung data yang dibutuhkan dalam penelitian ini.

3. Uji Validitas dan Reliabilitas

a. Uji Validitas

Menurut Sekaran dan Bougie dalam Indrawati (2015) validitas didefinisikan sebagai seberapa baik indikator-indikator pada matriks operasional variabel dalam pertanyaan/pernyataan pada kuesioner. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan perangkat SPSS pada saat proses perhitungan teknik korelasi *Pearson's Product Moment*. Item akan disebut valid jika r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} . Hasil perhitungan yang telah dilakukan adalah sebagai berikut:

TABEL 3.2
HASIL UJI VALIDITAS
n = 100

VARIABEL KUALITAS VIDEO PROMOSI				
NO.	PERNYATAAN	R tabel	R hitung	Ket.
1	Kesesuaian informasi yang dicari.	0,195	.551**	Valid
2	Kelengkapan informasi.	0,195	.620**	Valid
3	Informasi yang akurat.	0,195	.608**	Valid
4	Keunikan video.	0,195	.596**	Valid
5	Ketertarikan kepada video.	0,195	.624**	Valid
6	Edukasi mengenai "How to do".	0,195	.554**	Valid
7	Edukasi mengenai rute perjalanan.	0,195	.634**	Valid
8	Tingkat humoris dalam konten video.	0,195	.493**	Valid
9	Rasa ingin membagikan video.	0,195	.620**	Valid

VARIABEL KEPUTUSAN BERKUNJUNG				
1	Pengaruh eksternal.	0,195	.445**	Valid
2	Pengaruh internal.	0,195	.263**	Valid
3	Faktor pribadi.	0,195	.643**	Valid
4	Faktor komersial.	0,195	.527**	Valid
5	Faktor publik.	0,195	.593**	Valid
6	Faktor pengalaman.	0,195	.472**	Valid
7	Konsumen individu.	0,195	.564**	Valid
8	Situasi pembelian.	0,195	.360**	Valid
9	Sikap orang lain yang memberi saran.	0,195	.536**	Valid
10	Situasi yang tidak terduga.	0,195	.493**	Valid
11	Kepuasan terhadap produk dan jasa.	0,195	.516**	Valid
12	Rekomendasi produk dan jasa.	0,195	.515**	Valid

Sumber: Olahan Peneliti, 2020.

Berdasarkan tabel di atas, diketahui bahwa setiap pernyataan-pernyataan yang terdapat pada kuesioner mengenai kualitas video promosi (variabel X) dan keputusan berkunjung (variabel Y) dapat dikatakan valid dikarenakan r_{hitung} lebih besar dari pada r_{tabel} .

b. Uji Reliabilitas

Arti reliabilitas ialah alat ukur yang berkaitan erat dengan masalah pengukuran (Sudaryono, 2018). Suatu hasil pengukuran hanya dapat dipercaya apabila dalam beberapa kali pelaksanaan pengukuran terhadap kelompok subjek yang sama, diperoleh hasil pengukuran yang relatif sama,

selama aspek yang diukur dalam diri subjek memang belum berubah (Sudaryono, 2018).

TABEL 3.3
UJI RELIABILITAS

NO.	VARIABEL	RELIABILITAS
1	Kualitas Video Promosi (X)	0,756
2	Keputusan Berkunjung (Y)	0,715

Sumber: Olahan Peneliti, 2020.

Menurut Wiratna Sujerweni (2014) pernyataan-pernyataan yang dinyatakan kepada responden dapat dikatakan reliabel jika memiliki koefisien reliabilitas sebesar 0,6 atau lebih. Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui kualitas video promosi (variabel X) dan keputusan berkunjung (variabel Y) dapat dikatakan handal dikarenakan memiliki nilai lebih dari 0,6.

E. Definisi Operasional Variabel

Teknik utama yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan kuesioner. Di dalam angket tersebut terdapat pertanyaan dan pernyataan yang berbentuk pilihan ganda dan berbentuk Skala Likert. Pertanyaan pilihan ganda terdiri atas dua atau lebih pilihan untuk mengungkap profil responden. Sedangkan pada Skala Likert terdiri atas empat pilihan yang bertujuan untuk mengungkap tingkat persetujuan terhadap pernyataan mengenai kualitas video promosi dan keputusan berkunjung yang diajukan kepada responden. Pernyataan-pernyataan tersebut dibuat berdasarkan matriks operasional variabel sebagai berikut:

TABEL 3.4
MATRIKS OPERASIONAL VARIABEL

NO.	VARIABEL	SUB VARIABEL	INDIKATOR	NO. ITEM
1	Kualitas Video Promosi (Miller, 2011)	<i>Informative Video (X1)</i>	1. Kesesuaian informasi yang dicari.	9
			2. Kelengkapan informasi.	10
			3. Informasi akurat.	11
			4. Keunikan video.	12
			5. Ketertarikan pada video.	13
		<i>Educational Video (X2)</i>	1. Edukasi “ <i>How to do</i> ”	14
			2. Edukasi rute perjalanan.	15
		<i>Entertain Video (X3)</i>	1. Tingkat humoris pada konten video.	16
			2. Rasa ingin membagikan video yang dilihat.	17
2	Keputusan Berkunjung (Kotler & Armstrong, 2017). (Y)	<i>Need Recognition</i>	1. Pengaruh eksternal.	18
			2. Pengaruh internal.	19
		<i>Information Search</i>	1. Faktor pribadi.	20
			2. Faktor komersial.	21
			3. Faktor publik.	22
			4. Faktor pengalaman.	23
		<i>Evaluation of Alternatives</i>	1. Konsumen individu.	24
			2. Situasi pembelian.	25
		<i>Buying Decision</i>	1. Sikap orang lain yang memberi saran.	26
			2. Situasi yang tidak terduga.	27
		<i>Post Purchase</i>	1. Kepuasan terhadap produk dan jasa.	28
			2. Rekomendasi produk dan jasa.	29

Sumber: Olahan Peneliti, 2020.

F. Analisis Data

Analisis data fokus terhadap kesimpulan pada suatu penelitian, untuk menghasilkan kesimpulan yang dapat dipahami oleh orang lain maupun peneliti itu sendiri, data yang diperoleh berupa hasil wawancara, catatan lapangan, kuesioner ataupun dokumentasi harus disusun secara sistematis dan teorganisir ke dalam kategori (Sugiyono, 2013). Penelitian ini menggunakan analisis statistik deskriptif. Distribusi frekuensi menunjukkan nilai-nilai untuk setiap variabel sebagai angka atau persentase dari total kasus. Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif dan verifikatif.

1. Analisis Data Deskriptif

Analisis ini tidak diperlukan pengujian signifikansi, dengan melakukan analisis korelasi dan membandingkan rata-rata pada data yang dimiliki, analisis deskriptif dapat digunakan untuk mencari besaran hubungan antara variabel.

2. Analisis Data Verifikatif

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan regresi linear berganda dan proses analisis data yang dilakukan adalah sebagai berikut:

a. Menyusun Data

Kegiatan penyusunan data ini bertujuan untuk memeriksa kelengkapan identitas responden dan jawaban dari pernyataan yang telah disediakan oleh peneliti pada kuesioner yang disebarkan maupun pada hasil wawancara yang dilakukan serta catatan pada observasi.

b. Tabulasi Data

Proses tabulasi data ini ialah penyusunan mengenai nilai yang didapatkan. Peneliti menghitung jumlah nilai dari setiap item yang dimiliki, menyusun hasil penilaian serta mengetahui tingkatan dari setiap item mengenai variabel yang dimiliki.

c. Menganalisis Data

Untuk memperoleh hasil yang maksimal dengan mendapatkan kesimpulan yang baik, peneliti menggunakan rumus-rumus statistik sehingga data numerik yang dimiliki dapat menggambarkan hubungan antara variabel-variabel yang diteliti. Metode yang dilakukan adalah analisis data deskriptif dan verifikatif.

d. Pengujian Data

Pada tahap terakhir ini, peneliti menguji hipotesis pada penelitian ini dengan menggunakan analisis regresi linear berganda agar mengetahui besaran pengaruh antara kualitas video promosi yang terdiri dari *informative* (X2), *educational* (X2) dan *entertain* (X3) dan keputusan berkunjung (Y).

G. Jadwal Penelitian

Berikut peneliti lampirkan mengenai jadwal penelitian dalam bentuk tabel dimulai dari kegiatan pengajuan lokasi penelitian, persetujuan lokasi penelitian, pengumpulan *term of reference*, pengajuan dosen pembimbing, penyusunan laporan penelitian bab 1 sampai dengan bab 3, pengumpulan proposal penelitian,

seminar proposal penelitian, pengumpulan data di lokasi penelitian, penyusunan laporan akhir dan sidang skripsi.

TABEL 3.5
JADWAL PENELITIAN

No.	Kegiatan	Waktu Penelitian (2020)							
		Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun	Jul	Agt
1	Pengajuan surat lokus								
2	Persetujuan lokus								
3	Pengumpulan TOR								
4	Pengajuan Dosen Pembimbing								
5	Penyusunan Bab I – III								
6	Pengumpulan Proposal Penelitian								
7	Seminar Usulan Penelitian								
8	Pengumpulan Data								
9	Penyusunan Laporan Akhir								
10	Sidang Akhir								

Sumber: Olahan Peneliti, 2020.