

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

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

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Penelitian ini bersifat kuantitatif karena dalam pelaksanaannya akan menggunakan pengukuran yang objektif dan menggunakan analisis yang matematis terhadap sampel data yang telah dimiliki.

#### **B. Objek Penelitian**

Adapun objek dalam penelitian ini adalah efektivitas program promosi *walking tour* oleh Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi DKI Jakarta

#### **C. Populasi dan Sampling**

Penelitian ini dilakukan tentunya memerlukan adanya partisipan dan tempat pelaksanaan penelitian. Maka dalam pemilihan partisipan di penelitian ini terdapat yang namanya pemilihan populasi dan sampling. Metode sampling yang digunakan adalah *Non Probability Sampling*, yang merupakan teknik dimana setiap unsur atau anggota populasi tidak memiliki peluang yang sama untuk dipilih sebagai sampel (Sugiyono, 2016). Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik sampling yang disebut *Purposive Sampling*. Sugiyono (2016) menjelaskan bahwa Partisipan yang digunakan yang sesuai dengan kriteria yang dibutuhkan oleh peneliti. Diantaranya yang berhubungan dengan program *walking tour* yang dilaksanakan oleh Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi DKI Jakarta

### 1. Populasi

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan populasi berupa peserta yang telah mengikuti kegiatan giveaway walking tour yang diadakan oleh Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi DKI Jakarta

### 2. Sampling

Dalam penelitian ini, peneliti untuk menentukan jumlah sampel menggunakan rumus slovin. Hal itu disebabkan karena penelitian ini mengetahui jumlah populasinya diketahui berupa peserta yang mengikuti *giveaway walking tour* oleh Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi DKI Jakarta. Maka sampel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$\text{Rumus Slovin: } n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan:

n= Jumlah Sampel

N= Jumlah Populasi

e<sup>2</sup>= Batas toleransi kesalahan sesuai dengan standar penelitian yang ada, maka digunakan perhitungan tingkat eror 10%

$$n = \frac{121}{1 + (121)(0,1)^2} = \frac{121}{2,21} = 54,75$$

Maka setelah mendapatkan hasil dalam menentukan jumlah sampel telah didapatkan sebesar 54,75 dan peneliti akan membulatkan menjadi 55

Adapun tempat penelitian yang akan dikunjungi yaitu Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi DKI Jakarta.

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

Pengumpulan data adalah salah satu langkah yang paling utama dalam penelitian karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Sehingga tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, maka peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar data yang ditetapkan (Sugiyono, 2020). Adapun beberapa teknik dalam mengumpulkan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

##### **1. Wawancara**

Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data saat peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, tetapi juga apabila peneliti ingin mengetahui hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit/kecil

Wawancara dalam penelitian ini akan dilaksanakan kepada Kepala Bidang Pemasaran dan Ketua Subkelompok Pengembangan Sistem Informasi Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi DKI Jakarta.

## 2. Kuesioner

Pengumpulan data dalam bentuk kuesioner akan diberikan kepada wisatawan yang sudah pernah mengikuti kegiatan walking tour yang diselenggarakan oleh Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi DKI Jakarta. Dalam hal ini, bertujuan untuk mengetahui bagaimana pandangan mereka sebelum, saat, hingga setelah mengikuti kegiatan walking tour tersebut.

## 3. Dokumentasi

Dalam pengumpulan data peneliti juga melakukan dokumentasi sebagai bentuk kondisi yang mendukung keaslian dalam pelaksanaan *walking tour*.

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

Menurut Sugiyono (2013), definisi operasional variabel adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Operasional variabel ini digunakan untuk menentukan jenis dan indikator dari variabelvariabel yang terkait penelitian ini. Di samping itu, bertujuan untuk menentukan skala pengukuran dari masing-masing variabel, sehingga pengujian hipotesis dengan menggunakan alat bantu dapat dilakukan dengan tepat (Nazir, 2011).

**TABEL 4**  
**OPERASIONAL VARIABEL**

<b>Variabel</b>	<b>Indikator</b>
<i>Empathy</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kognisi (melibatkan pemikiran)</li> <li>2. Afeksi (melibatkan perasaan)</li> </ol>
<i>Persuasion</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ketertarikan terhadap program promosi</li> <li>2. Keinginan mengikuti kegiatan promosi</li> </ol>
<i>Impact</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Tingkat kreativitas program promosi dibanding program promosi lainnya</li> <li>2. Tingkat pengetahuan produk</li> </ol>
<i>Communication</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Program promosi mampu menjelaskan tentang daya tarik wisata dengan jelas</li> <li>2. Program Promosi mampu membuat wisatawan untuk membagikan pengalamannya</li> <li>3. Program pemasaran mampu mengkomunikasikan pesan yang ingin disampaikan</li> </ol>

Sumber: AC Nielsen, 2021

## **F. Analisis Data**

Dalam penelitian ini menggunakan EPIC Model yang digunakan untuk mengukur efektivitas dari program promosi walking tour yang diadakan oleh Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi DKI Jakarta. Teknik pengolahan data yang digunakan adalah uji validitas dan reliabilitas.

### **1. Uji Validitas**

Menurut Sugiyono (2017), uji validitas adalah tingkat ketepatan antara data yang diperoleh dari objek penelitian dengan kemampuan yang dapat dilaporkan oleh peneliti. Tujuan dari uji validitas ini adalah untuk memeriksa keabsahan instrumen penelitian yang

akan disebar. Teknik yang akan digunakan melibatkan korelasi menggunakan koefisien korelasi product moment. Skor ordinal dari setiap item pertanyaan yang diuji validitasnya akan dikorelasikan dengan skor ordinal keseluruhan item. Jika koefisien korelasi tersebut positif, maka item tersebut dianggap valid, sedangkan jika negatif, maka dianggap tidak valid dan kemudian akan diganti atau dihapus dari kuesioner.

Keputusan mengenai validitas item pertanyaan didasarkan pada:

Item pertanyaan dianggap valid jika nilai  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel.

Item pertanyaan dianggap tidak valid jika nilai  $r$  hitung  $<$   $r$  tabel.

**TABEL 5**  
**UJI VALIDITAS**

No	Pertanyaan	r hitung	r tabel	Keterangan
<i>Dimensi Empathy</i>				
1	Desain postingan giveaway <i>walking</i> tour di Instagram @jakarta_tourism sangat menarik	0,652	0,361	Valid
2	Postingan giveaway <i>walking</i> tour di Instagram @jakarta_tourism menarik perhatian bagi user instagram	0,322	0,361	Valid
3	Saya menyukai postingan yang berkaitan dengan giveaway <i>walking</i> tour di Instagram @jakarta_tourism	0,622	0,361	Valid
4	Postingan giveaway <i>walking</i> tour di Instagram	0,487	0,361	Valid

	@jakarta_tourism membuat saya ingin melihat postingan tersebut berkali-kali			
<i>Dimensi Persuasion</i>				
	Setelah melihat postingan tentang giveaway <i>walking tour</i> di			
5	Instagram @jakarta_tourism, saya ingin lebih tahu terkait kegiatan tersebut	0,798	0,361	Valid
	Postingan giveaway <i>walking tour</i> di Instagram			
6	@jakarta_tourism yang telah saya lihat, membuat saya ingin mengikuti kegiatan tersebut	0,614	0,361	Valid
<i>Dimensi Impact</i>				
	Postingan giveaway <i>walking tour</i> di Instagram			
7	@jakarta_tourism membuat saya ingin mencari informasi tentang daya tarik wisata yang telah dicantumkan	0,367	0,361	Valid
	Kegiatan <i>walking tour</i> membuat saya mengenal daya tarik wisata sejarah di Jakarta yang saya belum ketahui			
8		0,416	0,361	Valid
<i>Dimensi Communication</i>				
	<i>Walking tour</i> yang telah diikuti			
9	mampu menambah pengetahuan yang tidak di temukan di internet	0,770	0,361	Valid

---

10	Penjelasan tentang daya tarik wisata pada saat mengikuti <i>walking tour</i> membuat saya ingin berkunjung kembali	0,720	0,361	Valid
11	Saya membagikan postingan <i>walking tour</i> ke orang lain supaya mereka mengetahui adanya kegiatan tersebut	0,371	0,361	Valid
12	Saya membagikan pengalaman saya saat mengikuti kegiatan <i>walking tour</i> yang diadakan oleh Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi DKI Jakarta	0,782	0,361	Valid
13	Apakah anda puas dengan informasi yang didapatkan saat mengikuti <i>walking tour</i> yang diadakan oleh Dinas Pariwisata dan Eknomi Kreatif Provinsi DKI Jakarta?	0,383	0,361	Valid
14	Seberapa besar kepuasan yang anda terima sehingga memungkinkan anda untuk merkundung kembali ke daya tarik tersebut?	0,452	0,361	Valid
15	Apakah anda akan merekomendasikan daya tarik wisata tersebut ke orang lain?	0,366	0,361	Valid

---

## 2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk menilai apakah alat pengumpul data menunjukkan tingkat ketepatan, akurasi, stabilitas, atau konsistensi dalam mengungkap gejala tertentu dari sekelompok individu, meskipun dilakukan dalam waktu yang berbeda. Instrumen yang reliabel akan menghasilkan data yang dapat dipercaya, yang berarti dapat diandalkan. Tujuan dari reliabilitas adalah memastikan bahwa instrumen tersebut cukup dapat dipercaya untuk digunakan dalam pengumpulan data karena instrumen tersebut sudah baik. Koefisien Alpha Cronbach (C) sering digunakan dalam statistik untuk menguji reliabilitas suatu instrumen penelitian. Suatu instrumen penelitian dianggap memiliki tingkat reliabilitas yang memadai jika koefisien Alpha Cronbach lebih besar atau sama dengan 0,60.

Keputusan dari uji reliabilitas ditetapkan berdasarkan:

Jika nilai  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel, maka item pertanyaan dianggap reliabel.

Jika nilai  $r$  hitung  $<$   $r$  tabel, maka item pertanyaan dianggap tidak reliabel.

Berikut adalah tabel interpretasi Nilai  $r$  Alpha Indeks Korelasi

**TABEL 6**  
**INTERPRETASI NILAI R ALPHA INDEKS KORELASI**

<b>Koefisien <math>r</math></b>	<b>Reliabilitas</b>
0,8000 – 1,0000	Sangat Tinggi
0,6000 – 0,7999	Tinggi
0,4000 – 0,5999	Sedang
0,2000 – 0,3999	Rendah
0,0000 – 0,0199	Sangat Rendah

Sumber: Sugiyono (2017)

**TABEL 7**  
**UJI RELIABILITAS**

<b>Case Processing Summary</b>			
		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

<b>Reliability Statistics</b>	
Cronbach's Alpha	N of Items
.759	15

### 3. EPIC Model

- Tabulasi Sederhana

Pada analisis ini, data yang telah didapatkan diolah ke dalam bentuk persentase

$$\text{Rumus: } p = \frac{fi}{\sum fi} \times 100\%$$

Keterangan:

p = persentase responden yang memilih kategori tertentu

fi = Jumlah responden yang memilih kategori tertentu.

$\sum fi$  = banyaknya jumlah responden

- Skor Rata-rata

Pada tahap ini skor dari jawaban yang telah diberikan oleh responden akan diberikan bobot. Dengan cara menjumlahkan seluruh hasil kali nilai dari masing-masing bobot dan kemudian dibagi dengan jumlah total frekuensinya.

$$x = \frac{\sum fi \cdot wi}{\sum fi}$$

Keterangan:

x = rata – rata berbobot

fi = frekuensi

wi = bobot

**TABEL 8**  
**BOBOT NILAI EPIC MODEL**

<b>Kriteria Jawaban</b>	<b>Bobot</b>
Sangat Tidak Setuju	1
Tidak Setuju	2
Cukup	3
Setuju	4
Sangat Setuju	5

Sumber: AC. Nielsen, 2021

Kemudian, skala penilaian digunakan untuk menentukan posisi tanggapan responden dengan menggunakan nilai skor untuk setiap tanggapan negatif. Bobot jawaban negatif yang dihasilkan dari teknik skala peringkat memiliki rentang antara 1 hingga 5, yang menggambarkan posisi dari sangat negatif hingga positif. Selanjutnya, rentang skala dihitung menggunakan rumus tertentu.

$$Rs = \frac{R(\text{bobot})}{M}$$

Keterangan:

R (bobot) = Bobot terbesar- bobot terkecil

M = Banyaknya kategori bobot

Rentang skala likert yang digunakan adakah 1 sampai 5, sehingga rentang skala penilaian yang didapat adalah sebagai berikut:

$$Rs = \frac{5 - 1}{5}$$

Oleh karena itu, posisi keputusannya adalah:

**TABEL 9**  
**RENTANG PENILAIAN EPIC MODEL**

No	Nilai	Keterangan
1	1,00-1,80	Sangat Tidak Efektif
2	1,81-2,60	Tidak Efektif

3	2,61-3,40	Cukup Efektif
4	3,41-4,20	Efektif
5	4,21-5,00	Sangat Efektif

Sumber: AC Nielsen, 2021

- *EPIC Rate*

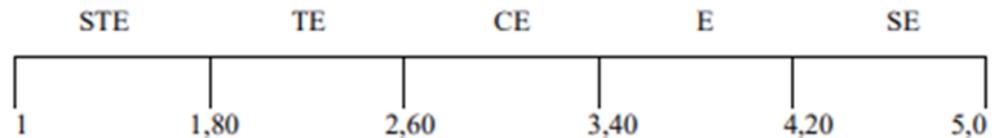
Untuk menentukan *EPIC rate* secara keseluruhan digunakan rumus sebagai berikut:

*Epic Rate*

$$= \frac{X \text{ Empathy} + X \text{ Persuasion} + X \text{ Impact} + X \text{ Communication}}{N}$$

Sehingga skala keputusan dapat dilihat dari gambar dibawah ini:

*Gambar 3 rentang skala keputusan*



### G. Jadwal Penelitian

Penelitian ini telah direncanakan dari bulan Februari dan akan dilaksanakan hingga bulan Agustus 2024

**TABEL 10**  
**JADWAL PENELITIAN**

<b>Tahapan</b>	<b>Februari</b>	<b>Maret</b>	<b>April</b>	<b>Mei</b>	<b>Juni</b>	<b>Juli</b>	<b>Agustus</b>
Persiapan Penelitian							
Bimbingan Proposal Penelitian							
Seminar Proposal							
Pengumpulan Data di Lapangan							
Analisis Data dan Bimbingan selama Penulisan Penelitian							
Sidang							