

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Metode penelitian berdasarkan Sugiyono (2019), adalah cara ilmiah guna mendapatkan data dengan maksud serta kegunaan tertentu. Dalam penelitian ini, penulis gunakan metode kuantitatif. Sedangkan penelitian kuantitatif menurut Siyoto & Sodik (2015) adalah salah satu bentuk penelitian yang terstruktur, juga sistematis, dan terencana dengan jelas dari awal sampai pembuatan desain penelitian. Penelitian kuantitatif diartikan juga sebagai penelitian yang menghasilkan data dalam bentuk angka, dimana dalam penelitian ini dapat menganalisis dan mengukur dampak *online customer review* terhadap minat pemesanan kamar pada pengikut Instagram Raffles Bali, dan untuk mengidentifikasi hubungan dan pengaruh antar variabel yang ada pada penelitian ini. Data akan dikumpulkan melalui survei *online* atau berbentuk kuesioner yang akan mengevaluasi bagaimana perilaku dan pandangan responden terkait *online review* dengan minat mereka dalam memesan kamar.

B. Obyek Penelitian

Objek penelitian diartikan sebagai fenomena atau topik yang menjadi fokus utama dalam penelitian. Pada penelitian ini objek penelitiannya adalah *online customer review* dan minat beli pada pengikut Instagram Raffles Bali. Penelitian dilaksanakan di Hotel Raffles Bali yang

beralamat di Jalan Karang Mas Sejahtera No. 1A, Jimbaran, Kecamatan Kuta Selatan, Kabupaten Badung, Bali. Dan dilaksanakan selama tiga bulan penelitian dari Febuari – April 2024.

C. Populasi dan Sampling

1. Populasi

Populasi menurut Siyoto & Sodik (2015) merujuk kepada suatu kumpulan objek atau subjek yang mempunyai karakteristik dan jumlah tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dapat dipelajari dan ditarik kesimpulannya. Tidak hanya tentang jumlah objek penelitian tetapi populasi adalah seluruh karakteristik atau sifat yang dimiliki objek tersebut. Populasi yang penulis ambil dalam penelitian ini adalah pengikut Instagram Raffles Bali. Sampai bulan Maret 2024, total pengikut Instagram Raffles Bali sebanyak 30,726 akun.

2. Sampling

Sampel merupakan sebagian kecil dari populasi yang dipilih melalui cara tertentu agar dapat mewakili jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Siyoto & Sodik, 2015). Sampel dapat diartikan sebagai wakil populasi yang diteliti dari seluruh populasi. Karena adanya keterbatasan peneliti mengenai waktu, tenaga, serta biaya, maka diambil sampel dari populasi penelitian yang ada.

Metode pengambilan sampel disebut dengan teknik sampling. Metode dalam penelitian ini menggunakan *non-probability sampling*, yang merupakan metode yang tidak memberikan kesempatan yang sama

bagi setiap anggota populasi untuk dipilih sebagai sampel (Siyoto & Sodik, 2015). Penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*, di mana sampel dipilih berdasarkan pertimbangan tertentu yang sesuai dengan tujuan penelitian. Dalam hal ini, sampel diambil dari populasi yaitu pengikut Instagram Raffles bali menggunakan Rumus Slovin.

$$n : \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan :

n : Jumlah dari sampel

N : Jumlah dari populasi

e : Kesalahan yang masih ditoleransi, diambil yaitu 10%

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2} = \frac{30.726}{1 + 30.726 \cdot 0.1^2}$$

$$n = 99,67 \text{ dibulatkan menjadi } 100$$

Dari hasil di atas, dapat hasil sebanyak 99,67 dan diambil dibulatkan menjadi 100 responden. Menurut (Sugiyono, 2019), jika perhitungan menghasilkan pecahan, sebaiknya dibulatkan ke atas.

D. Metode Pengumpulan Data

1. Data Primer

Data primer merupakan data yang dikumpulkan langsung oleh peneliti dari sumber aslinya, yang disebut juga sebagai data asli (Siyoto, 2015). Data yang dibutuhkan dalam penelitian ini akan peneliti kumpulkan melalui:

1.1. Observasi

Observasi adalah pengamatan langsung dengan memanfaatkan panca indera manusia. Di dalam penelitian ini, observasi juga diartikan sebagai meletakkan perhatian penuh kepada suatu objek dengan menggunakan indera guna mendapatkan sebuah data (Siyoto & Sodik, 2015). Berdasarkan proses pelaksanaan pengumpulan dari data itu sendiri, observasi terbagi menjadi dua jenis, yaitu pertama observasi berperan serta (participant observation) dan kedua yaitu observasi non partisipan (non-participant observation) (Sugiyono, 2013). Penulis melakukan observasi berperan serta di Raffles Bali, yang artinya penulis juga terlibat dalam kegiatan yang sedang diamati untuk mengetahui permasalahan dan memperoleh data dari hotel yang selanjutnya penulis gunakan untuk melakukan penelitian.

1.2. Wawancara

Setelah penulis melakukan observasi, penulis melakukan wawancara singkat bersama salah satu pihak Marketing dari Raffles Bali terkait hasil observasi yang penulis dapatkan. Wawancara dilakukan jika peneliti ingin mengetahui mendalam tentang permasalahan yang ingin diteliti (Sugiyono, 2013). Dalam penelitian ini penulis melakukan wawancara terstruktur dengan menanyakan sekitar enam pertanyaan inti terkait topik yang sesuai dengan penelitian ini seperti siapa saja target pasar hotel, bagaimana pihak manajemen dalam mencapai target pasar tersebut,

bagaimana pihak hotel dalam mengelola *online review* yang ada, dan lainnya.

1.3. Kuesioner

Kuesioner adalah salah satu bagian dari metode pengumpulan data dengan menyampaikan pertanyaan tertulis kepada responden untuk mereka jawab (Sugiyono, 2013). Kuesioner digunakan ketika responden berjumlah besar. Yang terakhir adalah penyebaran kuesioner melalui Google Form. Lalu kuesioner disebarkan melalui sosial media kepada sampel penelitian ini. Kuesioner yang akan diberikan kepada sampel memuat beberapa pertanyaan terkait karakteristik responden (usia, asal negara, jenis kelamin, pekerjaan, dll), pengalaman responden mencari informasi hotel di *platform online*, pengalaman melihat, membaca dan memberikan ulasan di *platform online*, dan bagaimana minat pemesanan kamar di Hotel Raffles Bali melalui ulasan pada *platform online*. Kuesioner menggunakan skala Likert yang terdiri dari lima (5) tingkatan nilai mulai dari Sangat Tidak Setuju (1) sampai Sangat Setuju (5). Yang selanjutnya akan diolah dengan bantuan *Statistical Program for Social Science* (SPSS).

TABEL 6
JAWABAN SKOR SKALA LIKERT

No	Jawaban	Skor
1	Sangat Setuju	5
2	Setuju	4
3	Kurang Setuju	3
4	Tidak Setuju	2
5	Sangat Tidak Setuju	1

Sumber : Sugiyono, 2013

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang didapatkan atau diperoleh penulis melalui berbagai sumber yang sudah ada. Data sekunder penelitian ini diambil dari website resmi seperti Badan Pusat Statistik Indonesia, dan juga dari berbagai buku, seperti buku *Principles of Marketing* dari Kotler dan Armstrong dan lainnya.

E. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel dapat dimaknai sebagai petunjuk mengenai bagaimana suatu variabel diukur. Dengan adanya definisi operasional variabel,

Sedangkan variabel yaitu objek yang menjadi perhatian dari suatu penilaian (Siyoto & Sodik, 2015). Di dalam sebuah penelitian, variabel menjadi objek pengamatan penelitian atau dapat dikatakan sebagai faktor yang berperan dalam penelitian. Menurut (Karlinger, 2006 dalam Siyoto & Sodik, 2015), terdapat beberapa variabel dalam penelitian, yaitu sebagai berikut.

1. Variabel Bebas (X)

Variabel bebas atau disebut juga variabel independen adalah variabel yang memberikan pengaruh terhadap variabel terikat. Pada penelitian ini variabel bebasnya adalah *online customer review*. Variabel independen disebut juga variabel stimulus karena menjadi sebab perubahan variabel dependen.

2. Variabel Terikat (Y)

Sedangkan variabel terikat atau dependen adalah kebalikan dari variabel bebas, yaitu variabel yang mendapat pengaruh karena adanya variabel bebas. Variabel terikat penelitian ini yaitu minat beli atau minat pemesanan kamar. Variabel dependen disebut juga variabel output karena menjadi akibat dari adanya variabel independen.

Matriks Operasional Variabel

TABEL 7

MATRIKS OPERASIONAL VARIABEL

Variabel	Indikator	Sub-indikator	Skala
<i>Online Customer Review</i> (X) Zhao et al (2015)	1. <i>Usefulness</i>	1. Ulasan <i>online</i> bermanfaat	Ordinal
		2. Ulasan <i>online</i> relevan dengan produk	
		3. Ulasan <i>online</i> asli	
	2. <i>Reviewer Expertise</i>	1. <i>Reviewer</i> memiliki pengetahuan mengenai hotel	Ordinal
		2. <i>Reviewer</i> merupakan orang - orang yang menonjol	
		3. <i>Reviewer</i> memiliki catatan kredit baik	
	3. <i>Timeliness of Online Review</i>	1. Ulasan yang baru diunggah itu penting	Ordinal

Variabel	Indikator	Sub-indikator	Skala
		2. Ulasan yang diunggah secara instan	
		3. Ulasan terbaru mencerminkan informasi terkini dari produk	
	4. <i>Volume of Online Review</i>	1. Ulasan <i>online</i> yang lebih banyak menggambarkan bahwa banyak orang tertarik pada hotel tersebut	Ordinal
		2. Pembaca lebih memperhatikan hotel yang mempunyai ulasan <i>online</i> paling banyak	
		3. Banyaknya ulasan <i>online</i> berhubungan dengan perhatian yang didapat hotel	
	5. <i>Positive Online Review</i>	1. Ulasan yang positif lebih berharga	Ordinal
		2. Pembaca lebih memperhatikan ulasan yang positif	
		3. Pembaca lebih memperhatikan hotel yang memiliki ulasan positif paling banyak	
	6. <i>Negative Online Review</i>	1. Ulasan negatif mengurangi niat pemesanan konsumen	Ordinal
		2. Banyaknya jumlah ulasan negatif penting	
		3. Banyaknya ulasan positif membuat pembaca kurang tertarik pada sebuah hotel	
	7. <i>Comprehensiveness Review</i>	1. Ulasan yang lengkap lebih berharga	Ordinal
		2. Ulasan yang lengkap lebih banyak menarik perhatian	
		3. Ulasan yang lengkap sama berharganya dengan yang diringkas	
Minat Beli (Y) Ferdinand (2002)	1. Minat Transaksional	Keinginan untuk melakukan pemesanan	Ordinal
	2. Minat Referensial	Keinginan untuk merekomendasikan untuk membaca ulasan sebelum melakukan pemesanan	
	3. Minat Preferensial	Keinginan untuk menggunakan ulasan sebagai sumber utama dalam melakukan pemesanan	
	4. Minat Eksploratif	Keinginan untuk membaca ulasan sebelum memesan sesuatu di waktu yang akan datang	

Sumber : Data Olahan Penulis, 2024

F. Analisis Data

Analisis data adalah salah satu proses paling krusial dalam sebuah penelitian. Karena dari analisis data inilah peneliti dapat mendapatkan hasil penelitian dari data yang diolah. Menurut Siyoto & Sodik (2015), analisis data adalah rangkaian pengelompokan, pengolahan, penafsiran data agar fenomena memiliki nilai ilmiah, sosial dan akademis.

1. Uji Instrumen Penelitian

a. Uji Validitas

Validitas mengacu kepada ketepatan instrumen dalam melakukan pengukuran. Uji validitas dilakukan guna menilai sejauh mana instrumen dapat mengukur apa yang akan diukur. Uji validitas merupakan prosedur yang dilakukan untuk mengevaluasi data yang didapat setelah penelitian dapat dikatakan valid atau tidak. Dalam hal ini, uji validitas dibantu dengan perangkat statistik seperti SPSS, di mana analisis dilakukan menggunakan rumus Product Moment Pearson, dengan menghubungkan masing-masing skor item dengan skor total (Hamid et al., 2020).

$$r = \frac{n\sum XY - \sum X \sum Y}{\sqrt{n\sum X^2 - (\sum X)^2} \sqrt{n\sum Y^2 - (\sum Y)^2}}$$

r : Koefisien validitas item yang dicari

X : Skor yang didapatkan dari subyek dalam per item

Y : Skor total yang didapatkan dari subyek semua item

$\sum XY$: Jumlah skor tiap pernyataan dikali dengan skor total

n : Jumlah dari responden

Berlaku apabila nilai dari r hitung $> r$ tabel maka pernyataan tersebut dikatakan valid, dan sebaliknya jika nilai r hitung $< r$ tabel maka pernyataan tersebut dikatakan tidak valid untuk mengumpulkan data.

b. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas yaitu metode untuk menunjukkan sejauh mana hasil pengukuran tetap stabil bila dilakukan lebih dari satu kali pengukuran dengan menggunakan gejala dan instrumen ukur yang sama. Uji ini gunanya untuk menguji alat ukur dapat diandalkan atau tidak. Uji reliabilitas terhadap semua item pertanyaan yang dipakai dalam penelitian ini menggunakan bantuan SPSS dengan rumus Alpha Cronbach di mana dinyatakan reliabel bila nilai *cronbach's Alpha* $> 0,60$ (Hamid et al., 2020).

$$r = \left[\frac{k}{(k-1)} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right]$$

r : Koefisien reliabilitas dari instrumen (cronbach's alpha)

k : Banyaknya butir pernyataan atau banyaknya soal

$\sum \sigma_b^2$: Total dari varian butir

σ_t^2 : Total dari varian

Atau koefisien reliabilitas disebut reliabel jika nilai r hitung $> r$ tabel dan begitu juga sebaliknya jika nilai r hitung $< r$ tabel maka pernyataan tersebut dinyatakan tidak reliabel.

2. Analisis Frekuensi dan Deskriptif

Analisis deskriptif dapat diartikan sebagai statistik yang digunakan dengan maksud menganalisis data melalui cara memberikan gambaran data sehingga mudah dipahami (Purnomo, 2016). Analisis deskriptif dilakukan dengan melihat data dari nilai minimum, maksimum, rata-rata (mean), varian, standar deviasi, sum, range, dan lainnya.

Di dalam melakukan analisis deskriptif penulis melakukan analisis frekuensi. Analisis Frekuensi dilakukan dengan tujuan untuk memudahkan sebaran skor variabel berdasarkan frekuensi masing-masing (Hamid et al., 2020). Analisis deskriptif dalam penelitian ini melihat nilai dari minimum, lalu maksimum, rata-rata, dan standar deviasinya. Sedangkan analisis frekuensi melalui SPSS dilihat melalui frekuensi dan persentasenya.

Perhitungan analisis deskriptif tentang *online customer review* terhadap minat pemesanan kamar akan dikategorikan dalam tiga kelompok yaitu tinggi, sedang, rendah. Kategori tersebut dibagi berdasarkan perhitungan interval kelas sebagai berikut:

$$I = \frac{NT - NR}{K}$$

I : Kelas Interval

NT : Nilai Tertinggi (Skor paling tinggi x jumlah item soal)

NR : Nilai Terendah (Skor paling rendah x jumlah item soal)

K : Kategori

3. Uji Korelasi *Rank Spearman*

Korelasi *Rank Spearman* merupakan analisis yang dilakukan dengan tujuan mengetahui hubungan, korelasi, atau pengaruh antara dua variabel. Menurut (Sugiyono, 2013), *Rank Spearman* menggambarkan hubungan antar variabel secara teoritis dengan rumus korelasi sebagai berikut:

$$\rho = 1 - \frac{6 \sum b_i^2}{n(n^2 - 1)}$$

Keterangan :

p : Koefisien korelasi Spearman

Σ : Notasi jumlah

b_i : Perbedaan rangking antar pasangan data

n : Jumlah Responden

TABEL 8

KATEGORI KOEFISIEN KORELASI

Interval Koefisien	Kategori
0,00 – 0,199	Sangat rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat Kuat

Sumber : Sugiyono (2019)

4. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien Determinasi (R^2) digunakan guna mengevaluasi atau mengukur seberapa jauh variabel bebas mampu mendefinisikan variabel terikat. Nilai koefisien determinasi berkisar nol atau satu. Nilai yang dekat dengan satu dapat diartikan bahwa variabel bebas memberikan

sebagian besar atau hampir semua informasi yang diperlukan untuk memperkirakan variabel terikat, dan berlaku juga sebaliknya. Menurut (Ghozali, 2018), bila interval koefisien determinasi berada antara 40 – 59,9%, maka koefisien determinasi dapat disebut sedang, bila koefisien determinasi diantara 60 – 79,9% maka dikatakan kuat, dan 80 – 99,9% maka dikatakan sangat kuat.

$$KD = r^2 \times 100\%$$

Keterangan :

KD : Koefisien Determinasi

r^2 : Kuadrat Koefisien Korelasi

KD : 0, menunjukkan pengaruh lemah antara variabel X terhadap variabel Y.

KD : 1, menunjukkan pengaruh kuat antara variabel X terhadap variabel Y.

Begitu juga menurut (Sugiyono, 2019), kategori nilai koefisien korelasi didasarkan pada tabel di bawah:

G. Jadwal Penelitian

TABEL 9

JADWAL PENELITIAN

No	Kegiatan	Februari				Maret				April				Mei				Juni				Juli				Agustus			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1.	Persiapan																												
	a. Observasi																												
	b. Penyusunan TOR																												
	c. Pengajuan Judul																												
	d. Penyusunan Proposal																												
	e. Pengumpulan Proposal																												
	f. Seminar Usulan Penelitian																												
2.	Pelaksanaan																												
	a. Pengumpulan Data																												
	b. Analisis Data																												
	c. Penyusunan Proyek Akhir																												
3.	Tahap Akhir																												
	a. Sidang Proek Akhir																												

Sumber : Data Olahan Penulis, 2024

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada pengikut Instagram Raffles Bali mulai dari tanggal 3 Juni 2024 sampai 11 Juni 2024 secara *online* melalui tautan Google Form dengan tujuan mempermudah penyebaran kuesioner dikarenakan jangkauan populasi yang luas. Dari penyebaran kuesioner tersebut, didapatkan sebanyak 106 responden yang mengisi kuesioner dengan terdapat 100 kuesioner yang layak untuk diteliti.

1. Hasil Uji Instrumen Penelitian

1.1. Hasil Uji Validitas

Uji validitas adalah prosedur yang dilakukan guna mengetahui apakah kuesioner yang dipakai oleh peneliti untuk mendapatkan data responden sesuai atau tidak. Atau uji yang dipakai guna mengukur sah tidaknya suatu kuesioner dengan bantuan SPSS melalui *Product Moment Pearson Correlation* dengan menghubungkan skor item dengan skor total dari jawaban responden. Berikut adalah rekapitulasi hasil pengujian validitas dari variabel *Online Customer Review* (X) dan Minat Pemesanan Kamar (Y).