

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Berdasarkan tujuannya, penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif, yaitu memfokuskan suatu topik yang diobservasi dan menjelaskan tentang pengaruhnya dalam penelitian tentang kualitas *website* indobuildtech.com sebagai media promosi pameran *IndobuildTech*. Sugiyono (2019, p. 14) memaparkan bahwa pendekatan kuantitatif adalah suatu metode penelitian yang berbasiskan penjumlahan dan pengolahan data numerik dalam rangka menguji variasi tertentu secara obyektif dan menghasilkan temuan yang dapat digeneralisasi. Penelitian menggunakan metode ini karena mampu memberikan alasan yang jelas dan faktual tentang karakteristik medium *website* sebagai salah satu media promosi dengan menggunakan teori WebQual (*usability, information quality, service interaction quality*) sebagai dimensi aspek teknis dan pengalaman pengguna.

Penelitian deskriptif diaplikasikan untuk mendeskripsikan dengan jelas fenomena atau kondisi tertentu yang terjadi pada saat penelitian dilakukan, seperti pola perilaku pengguna atau performa suatu sistem (Sekaran, 2006, p. 158). Dalam penelitian ini, pendekatan deskriptif digunakan untuk menganalisis fenomena penurunan *organic traffic website* indobuildtech.com pada periode Januari–April 2025, walaupun jumlah pengunjung pameran meningkat pada tahun sebelumnya. Fenomena

tersebut menunjukkan adanya ketidaksesuaian antara performa *website* dan kemampuannya sebagai media promosi, sebagaimana yang dijelaskan data PT. Debindo ITE.

Pendekatan kuantitatif dipilih dengan beberapa pertimbangan. Pertama, pendekatan ini memungkinkan pengukuran yang objektif melalui data numerik yang diperoleh melalui kuesioner, sehingga dapat menghasilkan temuan yang bebas dari bias subjektif. Kedua, kuantitatif mendukung analisis statistik deskriptif yang relevan untuk mengukur variabel WebQual, seperti daya tarik visual, kejelasan informasi, atau kemudahan navigasi. Ketiga, pendekatan ini selaras dengan tujuan penelitian untuk memberi saran perbaikan berbasis data empiris. Sesuai dengan pendapat Musfiqon (2012:62), analisis statistik deskriptif memberi kesempatan pada penulis untuk mengolah data dalam bentuk persentase, rata-rata (*mean*), dan frekuensi, yang merefleksikan kecenderungan jawaban responden dengan jelas.

Dengan demikian, pendekatan kuantitatif dalam penelitian ini diimplementasikan melalui penyebaran kuesioner kepada pengguna *website*, observasi fitur *website*, dan analisis data sekunder seperti statistik *organic traffic*. Pendekatan ini merupakan pilihan tepat untuk menjawab rumusan masalah yang telah dirumuskan, yaitu bagaimana kualitas *website* indobuildtech.com dilihat dari sudut pandang metode WebQual (*Usability, Information quality, service interaction quality*) serta bagaimana aspek teknisnya mendukung fungsi promosi.

B. Objek Penelitian

Objek penelitian yaitu *website* indobuildtech.com, media promosi utama *Indonesia Building Technology Expo (IndoBuildTech)*, dikelola oleh PT Debindo International Trades and Exhibition (ITE). *Website* ini menyediakan informasi tentang jadwal, lokasi, peserta pameran, teknologi bangunan, dan fitur pendaftaran daring, menargetkan *audiens* seperti pelaku industri (kontraktor, arsitek, *supplier*), akademisi, dan masyarakat umum. Penelitian dilakukan secara daring, sehingga tidak terbatas geografis, tetapi fokus pada pengguna di Indonesia, sesuai segmen pasar pameran.

1. Fokus Penelitian

Berdasarkan data yang diperoleh dari SERanking.com, *website* indobuildtech.com mengalami penurunan *organic traffic* dalam kurun waktu Januari–April 2025, meskipun sempat mengalami kenaikan pada bulan Maret. Fenomena ini menjadi dasar untuk mengevaluasi kualitas *website* sebagai media promosi, dengan mempertimbangkan aspek dan teknis (WebQual). Pemilihan *website* sebagai lokus penelitian didasarkan pada perannya yang signifikan dalam strategi pemasaran digital PT. Debindo ITE. Penelitian dilakukan secara daring, sehingga tidak terbatas geografis, tetapi fokus pada pengguna di Indonesia, sesuai segmen target pasar pameran yaitu pelaku industri (kontraktor, arsitek, *supplier*), akademisi, dan masyarakat umum.

2. Sejarah PT Debindo

PT. Debindo International Trades and Exhibition (ITE) yaitu perusahaan yang bergerak pada bidang penyelenggaraan pameran sejak tahun 2014. Menurut informasi resmi perusahaan, Debindo ITE merupakan salah satu Professional Exhibition Organizer (PEO) terkemuka di Indonesia, dengan portofolio pameran berskala nasional dan internasional. Salah satu pameran unggulannya adalah *Indonesia Building Technology Expo (IndoBuildTech)*, yang telah diselenggarakan sejak tahun 2003 dan hingga tahun 2024 mencapai edisi ke-24. IndoBuildTech dikenal sebagai pameran terbesar di sektor bahan bangunan, arsitektur, dan interior, menarik ribuan pengunjung dan peserta setiap tahunnya.

Sebagaimana diuraikan pada Bab I, kesuksesan Debindo ITE dalam menyelenggarakan pameran tidak luput dari peran media digital, termasuk *website*, untuk menjangkau *audiens* yang lebih luas. Inovasi ini sejalan dengan perkembangan revolusi industri 4.0 yang telah memengaruhi industri *MICE*, sebagaimana dikemukakan oleh Moktadir et al. (2018).

a. Struktur Organisasi

Berdasarkan informasi dari PT. Debindo ITE, struktur organisasi perusahaan terdiri dari beberapa divisi yang saling mendukung penyelenggaraan pameran. Beberapa divisi utama meliputi:

- 1) Divisi Pemasaran, yang bertugas merancang strategi promosi dan media sosial.
- 2) Divisi Operasional, mengurus logistik dan penyelenggaraan acara di lokasi pameran.
- 3) Divisi *Business Program*, merencanakan dan menyusun kegiatan acara pameran.
- 4) Divisi Teknologi Informasi, yang bertanggung jawab atas pemeliharaan infrastruktur digital, termasuk *website* indobuildtech.com.

Struktur ini memungkinkan koordinasi efisien dan efektif dalam mempromosikan pameran, dengan *website* sebagai salah satu alat komunikasi utama untuk menarik minat audiens.

C. **Populasi dan Sampling**

1. Populasi

Populasi penelitian ini adalah seluruh pengguna *website* indobuildtech.com yang mengakses situs untuk memperoleh informasi tentang pameran *IndoBuildTech* pada periode Januari–April 2025. Akses *website* yang dinamis dan sulit ditentukan secara pasti, populasi dalam penelitian ini dianggap tak terbatas. Populasi ini mencakup berbagai segmen, seperti pengunjung pameran, peserta pameran (*exhibitors*), profesional industri, dan masyarakat umum yang tertarik dengan sektor bahan bangunan, arsitektur, dan interior.

2. Teknik Sampling

Berdasarkan pandangan Sugiyono (2019, p. 82), teknik sampling non-probabilitas digunakan ketika populasi tidak dapat diidentifikasi secara pasti. Oleh karena itu, penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*, di mana responden dipilih berdasarkan kriteria tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian. Kriteria responden adalah:

- a. Mengakses *website* indobuildtech.com minimal sekali pada Januari–April 2025.
- b. Sudah registrasi menjadi *visitor* pameran indobuildtech
- c. Berusia minimal 18 tahun.
- d. Berkecimpung pada industri bahan bangunan, arsitektur, atau interior (misalnya, kontraktor, arsitek, pengunjung umum).
- e. Teknik ini memastikan bahwa data yang diperoleh berasal dari responden yang memiliki pengalaman langsung dengan *website*, sehingga relevan untuk mengevaluasi kualitasnya.

3. Ukuran Sampel

Ukuran sampel ditetapkan 100 responden, cukup untuk analisis statistik deskriptif (Hair, Black, Babin, & Anderson, 2010). Sebagai alternatif, kerangka sampling mengacu pada William G. Cochran (1977) untuk populasi tak terbatas, dengan rumus:

$$n_0 = \frac{Z^2 \cdot p \cdot q}{e^2}$$

Menggunakan tingkat kepercayaan 95% ($Z = 1,96$), *margin of error* 10% ($p = 0,05$), dan proporsi 0,5 ($q = 0,5$), menghasilkan:

$$n_0 = \frac{1,96^2 \cdot 0,5 \cdot 0,5}{0,10^2} = 96,04$$

Berdasarkan hasil dari rumus Cochran diatas, ukuran sampel dibulatkan menjadi 100 responden. Pengambilan sampel secara purposif memastikan bahwa data sesuai dengan karakteristik pengguna situs *website IndoBuildTech* dan memungkinkan kami untuk mengevaluasi kualitas *website*.

4. Uji Validitas dan Reliabilitas

Penelitian ini menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data utama. Kuesioner dirancang untuk mengukur (variabel penelitian, misal: kepuasan konsumen) dengan 12 item pernyataan berdasarkan skala Likert 1-5 (1 = Sangat Tidak Setuju, 5 = Sangat Setuju). Item kuesioner disusun berdasarkan (teori/referensi, misal: teori kepuasan konsumen dari Kotler (2016)). Untuk memastikan kualitas instrumen, dilakukan uji validitas dan reliabilitas terhadap kuesioner dengan melibatkan 30 responden uji coba yang memiliki karakteristik serupa dengan populasi penelitian.

a. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk memastikan bahwa setiap item kuesioner mampu mengukur variabel yang diinginkan. Metode yang digunakan adalah korelasi *Pearson Product Moment*, dengan membandingkan nilai *r* hitung (korelasi antara skor item dan skor total) dengan *r* tabel pada taraf signifikansi 5%. Jumlah responden uji coba sebanyak 30 orang, sehingga derajat kebebasan (*df*) = *N* - 2

= 28, dan nilai r tabel sebesar 0.361. Item dinyatakan valid apabila r hitung $>$ r tabel. Hasil uji validitas disajikan pada Tabel berikut.

TABEL 2
UJI VALIDITAS

Item	r tabel	r hitung	Keputusan
Q1	0.361	0.866	VALID
Q2	0.361	0.833	VALID
Q3	0.361	0.833	VALID
Q4	0.361	0.782	VALID
Q5	0.361	0.795	VALID
Q6	0.361	0.796	VALID
Q7	0.361	0.790	VALID
Q8	0.361	0.823	VALID
Q9	0.361	0.844	VALID
Q10	0.361	0.814	VALID
Q11	0.361	0.812	VALID
Q12	0.361	0.835	VALID

Sumber : Hasil olahan penulis (2025)

Berdasarkan Tabel di atas, dari 12 item kuesioner seluruh pertanyaan kuesioner dinyatakan valid karena memiliki r hitung lebih besar dari r tabel (0.361).

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk memastikan konsistensi hasil pengukuran kuesioner. Uji ini menggunakan metode Cronbach's Alpha terhadap 22 item yang dinyatakan valid. Kuesioner dinyatakan reliabel apabila nilai Cronbach's Alpha $>$ 0.70. Hasil uji reliabilitas disajikan pada Tabel berikut.

TABEL 3
HASIL UJI RELIABILITAS KUESIONER

Variabel	Cronbach's Alpha	Keputusan
Kuesioner	0.955	Reliabel

Sumber : Hasil olahan penulis (2025)

Berdasarkan Tabel tersebut, nilai Cronbach's Alpha sebesar 0.883, yang lebih besar dari 0.70. Hal ini menunjukkan bahwa kuesioner memiliki tingkat reliabilitas yang baik dan dapat digunakan secara konsisten untuk mengumpulkan data penelitian. Dengan demikian, kuesioner dengan 20 item valid dan reliabel ini dinyatakan layak untuk digunakan dalam pengumpulan data utama.

D. Metode Pengumpulan Data

Berdasarkan tujuan penelitian, data dikumpulkan melalui beberapa metode untuk memastikan validitas dan reliabilitas. Metode yang digunakan adalah sebagai berikut:

1. Kuesioner

Menurut Sugiyono (2019, p. 142), kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang efisien untuk memperoleh informasi dari sejumlah besar responden. Dalam penelitian ini, kuesioner digunakan sebagai metode utama untuk mengukur persepsi responden terhadap kualitas *website* indobuildtech.com berdasarkan model WebQual. Kuesioner disebarluaskan secara daring melalui *Google Form* untuk menjangkau responden dengan cepat dan efisien. Kuesioner berisi 12 pernyataan WebQual, 2 per

dimensi, menggunakan skala Likert 1–5 (1 = Sangat Tidak Setuju, 5 = Sangat Setuju). Proses penyusunan:

- a. Desain: WebQual (misalnya, “Informasi akurat”).
- b. Uji Coba: Diuji pada 15 responden awal untuk kejelasan dan waktu pengisian (10–15 menit).

Kuesioner diuji validitas dan reliabilitasnya sebelum disebarkan untuk memastikan kualitas data yang diperoleh. Kuesioner akan disebarkan melalui *WhatsApp*, dengan pengingat setelah 5 hari.

2. Observasi

Menurut pendapat Sekaran (2006), observasi memungkinkan penulis untuk mengamati objek penelitian secara langsung. Dalam penelitian ini, observasi dilakukan untuk menganalisis fitur dan konten *website* *indobuildtech.com*, termasuk desain visual, struktur navigasi, kecepatan loading, dan responsivitas di berbagai perangkat. Observasi ini membantu memvalidasi data kuesioner, terutama terkait aspek teknis seperti *usability* dan *information quality*.

3. Studi Literatur

Data sekunder diperoleh dari dokumen resmi PT. Debindo ITE, seperti laporan statistik *organic traffic website* (SERanking.com atau *Google Analytics*), data jumlah pengunjung pameran, dan materi promosi lainnya. Data ini digunakan untuk memahami konteks masalah penurunan *organic traffic website* dan memperkuat analisis.

Studi literatur dilakukan untuk mendukung penyusunan kerangka teori dan operasionalisasi variabel. Sumber literatur meliputi buku, jurnal, dan artikel ilmiah terkait Webqual, kriteria media promosi.

E. Operational Variabel

Berdasarkan rumusan masalah, variabel penelitian adalah kualitas *website* indobuildtech.com sebagai media promosi, diukur menggunakan metode WebQual 4.0. Berikut adalah operasionalisasi variabel:

TABEL 4
MATRIKS OPERASIONAL VARIABEL

Variabel	Sumber	Indikator	Skala	No Kuesioner
Usability	Barnes & Vidgen (2002)	Tampilan <i>website</i> Indobuildtech.com menarik dan profesional	Likert 1–5	Q1
		Navigasi <i>website</i> Indobuildtech.com mudah dan tidak membingungkan	Likert 1–5	Q2
		Struktur menu di <i>website</i> Indobuildtech.com jelas dan mudah dipahami	Likert 1–5	Q3
		<i>Website</i> Indobuildtech.com mudah diakses dan nyaman digunakan di berbagai perangkat (PC, <i>smartphone</i>)	Likert 1–5	Q4
Information Quality		Informasi yang terdapat di <i>website</i> Indobuildtech.com lengkap dan sesuai dengan kebutuhan saya	Likert 1–5	Q5
		Konten yang ada di <i>website</i> Indobuildtech.com	Likert 1–5	Q6

		akurat dan dapat dipercaya		
		<i>Website</i> Indobuildtech.com selalu diperbaharui dengan informasi terbaru tentang pameran IndoBuildTech.	Likert 1–5	Q7
		Bahasa yang digunakan di <i>website</i> Indobuildtech.com mudah dipahami	Likert 1–5	Q8
<i>Service Interaction Quality</i>		<i>Website</i> indobuildtech.com responsif dan cepat saat diakses	Likert 1–5	Q9
		Fitur interaksi di <i>website</i> Indobuildtech.com seperti form kontak dan pendaftaran bekerja dengan baik	Likert 1–5	Q10
		Tersedia fitur pencarian pada <i>website</i> Indobuildtech.com yang membantu saya menemukan informasi yang saya butuhkan	Likert 1–5	Q11
		Pengalaman interaksi di <i>website</i> Indobuildtech.com secara keseluruhan menyenangkan dan tidak membingungkan	Likert 1–5	Q12

Sumber : hasil olahan penulis (2025)

WebQual 4.0 yang dikembangkan oleh Barnes dan Vidgen (2002) digunakan untuk menilai kualitas *website* dari sisi teknis, seperti seberapa mudah *website* digunakan, seberapa bagus informasi yang disajikan, dan bagaimana interaksi yang ditawarkan ke pengguna. Dengan melihat tiga aspek ini, penilaian terhadap *website* jadi lebih menyeluruh

F. Analisis Data

Berdasarkan pendekatan kuantitatif, data dianalisis menggunakan teknik statistik deskriptif. Menurut Musfiquon (2012), analisis deskriptif memungkinkan penyajian data dalam bentuk persentase, rata-rata, dan frekuensi untuk menggambarkan karakteristik objek penelitian. Langkah-langkah analisis meliputi:

1. Pengolahan

Data kuesioner diinput ke SPSS/Excel, jawaban dikode 1–5. Data sekunder (trafik, pendaftar) divalidasi untuk akurasi.

2. Statistik Deskriptif

- a. Frekuensi: Distribusi jawaban per indikator (misalnya, “80% setuju desain menarik”).
- b. *Mean*: Skor WebQual 4.0
- c. Standar Deviasi: Variasi persepsi responden. Kriteria skor (Sugiyono, 2019):

TABEL 5
KATEGORI INTERPRETASI SKOR RATA-RATA SKALA

Rentang Nilai Kategori	Kategori Interpretasi
1,00 – 1,79	Sangat Tidak Setuju
1,80 – 2,59	Tidak Setuju
2,60 – 3,39	Netral
3,40 – 4,19	Setuju
4,20 – 5,00	Sangat Setuju

Sumber : Hasil olahan penulis, 2025

Dengan rumus perhitungan rentang skor sebagai berikut :

$$\begin{aligned} \text{Rentang} &= \frac{\text{Skor Tertinggi} - \text{Skor Terendah}}{\text{Jumlah Kategori}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} = \frac{4}{5} = 0,80 \end{aligned}$$

3. Visualisasi

Hasil disajikan melalui tabel frekuensi, grafik batang (MOV)

G. Jadwal Penelitian

Mengacu kepada kebutuhan penyelesaian skripsi, penelitian ini direncanakan berjalan mulai dari bulan Februari hingga Juli 2025, dengan rincian jadwal sebagai berikut:

TABEL 6
JADWAL PENELITIAN

No	Jadwal Kegiatan	Bulan					
		Feb	Mar	Apr	Mei	Jun	Jul
1	Pengajuan Tor dan Pembimbing						
2	Penyetujuan Pembimbing						
3	Penyusunan Penelitian						
4	Pelaksanaan Seminar						
5	Pengumpulan Data Penelitian (Penyebaran Kuesioner)						
6	Pengolahan Data						
7	Pelaksanaan Ujian Akhir						

Sumber : Hasil olahan penulis (2025)