

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan kuantitatif dengan metode deskriptif yang merupakan metode penelitian yang didasarkan pada filosofi positivisme (Darwin et al., 2020), yaitu penelitian yang digunakan untuk meneliti dan menganalisa populasi atau sampel tertentu dimana pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian dan analisis data bersifat kuantitatif, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan untuk kemudian dipaparkan secara utuh dengan terperinci (Sugiyono, 2013).

Penelitian ini dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner kepada responden untuk mengetahui atau menganalisa informasi yang dapat kita ambil melalui responden (Abdullah et al., 2022), untuk kemudian data-data yang diperoleh akan dikelompokkan berdasarkan variable-variabel penelitian yang telah ditetapkan untuk dapat ditemukan hubungan antar variabel tersebut. Berdasarkan pemahaman tersebut maka penelitian ini bersifat deskriptif asosiatif yang akan dilakukan dalam paparan pernyataan dan pertanyaan dengan dugaan yang akan mendeskripsikan hubungan antara dua jenis variabel atau lebih. Hubungan antar variabel ini menjadi elemen penting dalam penelitian, khususnya dalam menguji hubungan

sebab-akibat atau keterkaitan antar variabel seperti variabel X dengan variabel Y (Silvia, 2020).

B. Objek Penelitian

Objek penelitian merupakan suatu hal yang memaparkan situasi dari objek yang akan diteliti dan didukung dengan apa yang akan dijelaskan dalam penelitian seperti tempat, atribut, atau karakteristik, nilai – nilai serta aktivitas seseorang dimana variabel tertentu harus diteliti dan akan ditarik kesimpulan untuk mencapai hasil akhir (Hardani, 2020). Objek penelitian ini dilambangkan dengan (X) untuk variabel digital marketing, sedangkan untuk variabel (Y) berarti keputusan pembelian.

C. Populasi dan Sampling

Populasi dalam penelitian ini merujuk kepada sekelompok individu dan peristiwa yang terdiri dari objek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh penulis untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2017). Populasi dalam penelitian ini adalah para *followers* media sosial yang digunakan di lokus penelitian antara lain Instagram, Facebook dan Tiktok.

Sampel merupakan beberapa jumlah dan juga karakteristik berdasarkan populasi, dimana sampel yang diambil dari populasi tersebut harus bisa menjadi representatif atau mewakili populasi yang hendak diteliti (Sugiyono, 2018). Penulis akan menggunakan teknik *purposive sampling* dalam melakukan penelitian ini. Menurut Sugiyono (2018), teknik *purposive sampling* adalah teknik yang metodenya memilih sampel sesuai

dengan kriteria yang dipilih dan dibutuhkan oleh penulis. Pada penentuan sampel terdapat beberapa kriteria yang harus dipenuhi, yaitu:

Penulis akan mengambil jumlah sampel dapat dilakukan dengan cara perhitungan statistik yaitu dengan menggunakan rumus *slovin*. Rumus tersebut akan digunakan untuk menentukan besar sampel dari populasi yang telah diketahui yaitu dari total jumlah *followers* media sosial di The Jayakarta Bali pada bulan Januari sampai dengan bulan April yaitu sebanyak 26.897 *followers* menurut Sugiyono (2020). Untuk tingkat presisi yang ditetapkan dalam penentuan sampel 10%.

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

Dimana :

N = Jumlah populasi

n = Jumlah sampel

e = ketidakteelitian karena kesalahan pengambilan sampel dan akan di kuadratkan.

Berikut perhitungan jumlah sampel yang akan diambil dengan menggunakan Rumus *Slovin* dengan telah diketahui jumlah populasinya yaitu N = 26.897

$$n = \frac{26.897}{1 + 26.897(0,01)}$$

$$n = 99,63$$

Berdasarkan perhitungan diatas diperoleh jumlah sampel sebanyak 99,63 responden dan dibulatkan menjadi 100 responden dalam pengambilan data.

D. Metode Pengumpulan Data

1. Data Primer

Data primer adalah sumber bahan atau dokumen yang dikemukakan atau dibuat sendiri oleh orang atau pihak yang terlibat pada waktu kejadian yang digambarkan tersebut berlangsung, sehingga mereka dapat dijadikan saksi (Hardani,2020)

a. Kuesioner

Kuesioner akan disebarakan kepada pelanggan yang sudah pernah menginap di The Jayakarta Bali Beach, Resort, Residences, & SPA menggunakan digital marketing. Kuesioner yaitu metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab (Sugiyono, 2013).

b. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan salah satu metode pengumpulan data yang umum digunakan dalam penelitian kualitatif. Metode ini melibatkan pengumpulan dan analisis dokumen yang memuat informasi tentang peristiwa yang telah terjadi. Dokumen dapat berupa teks, gambar, atau karya manusia lainnya yang memiliki nilai historis atau informatif. Contoh dokumen tertulis termasuk buku harian, biografi, peraturan, dan kebijakan. Di sisi lain, contoh dokumen dalam bentuk gambar dapat

berupa foto, gambar bergerak, sketsa, dan lainnya. Dokumentasi sering digunakan sebagai metode pelengkap untuk memperkuat data yang diperoleh melalui observasi dan wawancara. Dokumentasi dapat memberikan informasi kontekstual yang penting untuk memahami makna data yang dikumpulkan melalui metode lain (Hardani et al., 2020).

2. Data Sekunder

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan data sekunder untuk melengkapi dan memperkuat data primer yang diperoleh melalui observasi. Data sekunder ini diperoleh dari berbagai sumber, seperti buku, teori para ahli, jurnal publikasi, artikel, dan penelitian terdahulu.

E. Definisi Operasional Variabel

Definisi Operasional Variabel penelitian pada dasarnya adalah segala sesuatu yang bisa berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh penulis untuk dipelajari seperti suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh penulis untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2013).

TABEL 3
MATRIKS OPERASIONAL VARIABEL

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala	Intrumen
<i>Digital Marketing (X1)</i>	Instagrams	<i>Interactive, incentive program, site design, cost</i>		
	Facebook	<i>Interactive, incentive program, site design, cost</i>	Ordinal	1. Kuesioner 2. Data Sekunder
	Tiktok	<i>Interactive, incentive program, site design, cost</i>		
Keputusan Pembelian (Y)	<i>Product Choice</i>	Tipe kamar,dan fasilitas kamar	Ordinal	1. Kuesioner 2. Data Sekunder
	<i>Brand Choice</i>	Reputasi brand hotel dan loyalitas terhadap brand		
	<i>Dealer Choice</i>	Kemudahan penggunaan situs/web		
	<i>Purchase Timing</i>	Musim liburan dan promo dan diskon		
	<i>Purchase Amount</i>	Durasi menginap dan jumlah tamu		
	<i>Payment Method</i>	Kemudahan dalam melakukan pembayaran dan keamanan transaksi		

F. Analisis data

1. Analisis Korelasi Rank Spearman

Dalam menganalisis bagaimana pengaruh pengaruh *digital marketing* terhadap keputusan pembelian kamar di hotel The Jayakarta Bali Beach, Resort, Residences, & SPA, penulis menggunakan skala likert untuk mengukur sejauh mana pengaruh media sosial *Instagram* serta mengukur opini dan sikap setiap responden. Analisis korelasi menggunakan *Rank Spearman* lalu menggunakan *software* aplikasi SPSS (*statistical package for the social sciences*)

TABEL 4
PENGUNAAN PENILAIAN SKALA LIKERT

Keterangan	Nilai
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Tidak Tahu	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Sumber : (Machali, 2016)

TABEL 5
PEDOMAN INTERPRETASI KOEFISIEN KORELASI

Keterangan	Nilai Koefisien Korelasi
0,00 – 0,199	Sangat Rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Cukup
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat Kuat

Sumber : (Sugiyono, 2017)

Dengan menggunakan skala ordinal maka dari itu untuk teknik penganalisisannya menggunakan Teknik Analisis korelasi dengan *Rank Spearman* pada (Sugiyono, 2017)

$$r_s = 1 - \frac{6 \sum d_i^2}{n(n^2 - 1)}$$

Rs = Koefisien Korelasi Rank Spearman

di = Selisih setiap rank

n = Jumlah Sampel

Setelah dilakukannya analisis data korelasi antara dua variabel, maka penulis pun melakukan uji determinasi yaitu untuk mengetahui seberapa berpengaruh variabel terikat terhadap variabel

bebas (Sugiyono, 2018). Untuk menguji determinasi kedua variabel maka penulis menggunakan rumus sebagai berikut:

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

KD = Koefisien Determinasi

r^2 = Koefisien Korelasi

2. Uji Validitas

Uji validitas adalah untuk dapat menggambarkan tingkat instrumen bersangkutan dapat diukur dan apa yang akan diukur (Machali, 2017). Dalam hal ini uji validitas untuk mengukur apakah kuesioner penelitian yang sudah digunakan valid atau tidak dan melihat sejauh mana ketepatan data yang terjadi dengan data yang penulis akan teliti. Perhitungan uji validitas dilakukan dengan rumus korelasi *product moment* dari Pearson

$$r_{xy} = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[N \sum X^2 - (\sum X)^2][N \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Keterangan :

r = Koefisien korelasi *Pearson Product*

X = Skor setiap item

Y = Skor total

N = Jumlah respon

Untuk menguji validitas variabel dalam penelitian ini, penulis menggunakan SPSS versi 25.0 dengan menggunakan rumus product moment. Kriteria yang digunakan adalah jika nilai koefisien korelasi (r) melebihi 0,195, maka indikator yang digunakan dianggap valid. Berdasarkan hasil analisis menggunakan SPSS 25.0, ditemukan bahwa nilai (r) yang dihitung memenuhi kriteria tersebut, sehingga dapat disimpulkan bahwa indikator yang disusun oleh penulis dianggap valid berdasarkan metode yang digunakan.

TABEL 6
HASIL UJI VALIDITAS

Item	R hitung	R tabel 5%	Keteranga n
Xa1	0,636	0,158	Valid
Xa2	0,792	0,158	Valid
Xa3	0,752	0,158	Valid
Xa4	0,698	0,158	Valid
Xb1	0,801	0,158	Valid
Xb2	0,794	0,158	Valid
Xb3	0,722	0,158	Valid
Xb4	0,676	0,158	Valid
Xc1	0,811	0,158	Valid
Xc2	0,756	0,158	Valid
Xc3	0,766	0,158	Valid
Xc4	0,682	0,158	Valid
Y1	0,772	0,158	Valid
Y2	0,755	0,158	Valid
Y3	0,735	0,158	Valid
Y4	0,696	0,158	Valid
Y5	0,756	0,158	Valid
Y6	0,899	0,158	Valid

Sumber : Olahan Data Penulis, 2024

3. Uji Reliabilitas

Pengertian uji Reliabilitas sering juga diartikan dengan konsistensi atau ketepatan, kestabilan, dan keandalan. Sebuah instrumen penelitian memiliki tingkat atau nilai reliabilitas tinggi dalam artian untuk meneliti sejauh mana suatu alat dapat diukur

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

Keterangan :

r_{ac} = koefisien reliabilitas alpha cronbach

k = banyak butir/item pertanyaan

$\sum \sigma_b^2$ = jumlah/total varians per-butir/item pertanyaan

σ_t^2 = jumlah atau total varians

(Machali, 2017). Untuk melihatnya diperlukan pendekatan statistika dengan menggunakan koefisien reliabilitas dan jika koefisien tersebut lebih besar dari 0,6 berarti dapat dikatakan sudah reliable. Berikut rumus untuk menghitung uji reliabilitas.

TABEL 7

HASIL UJI RELIABILITAS

Item	Cronbach's Alpha if Item Deleted	Keterangan
Xa1	0,961	reliabel
Xa2	0,959	reliabel
Xa3	0,960	reliabel
Xa4	0,960	reliabel
Xb1	0,959	reliabel
Xb2	0,959	reliabel
Xb3	0,960	reliabel

Xb4	0,961	reliabel
Xc1	0,959	reliabel
Xc2	0,960	reliabel
Xc3	0,959	reliabel
Xc4	0,961	reliabel
Y1	0,959	reliabel
Y2	0,960	reliabel
Y3	0,960	reliabel
Y4	0,960	reliabel
Y5	0,960	reliabel
Y6	0,958	reliabel

Sumber : Olahan Data Penulis, 2024

G. Jadwal Penelitian

Jadwal penelitian merupakan alat penting bagi penulis untuk merencanakan dan melaksanakan penelitian dengan efektif dan efisien (Sugiyono, 2015).

TABEL 8

JADWAL PENELITIAN

Nama Kegiatan	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
Pencarian Lokus dan Izin Penelitian																								
Pengumpulan dan Seminar Proposal Usulan Penelitian																								
Revisi Proposal Penelitian																								
Penyusunan dan Bimbingan Proyek Akhir																								
Melakukan Wawancara dan Dokumentasi																								
Pengolahan Data																								
Sidang Proyek Akhir																								

Sumber : Olahan Penulis (2024)