

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Desain Penelitian

Dalam melakukan penelitian mengenai “bauran promosi pada atraksi wisata alam Batu Hiu Kab. Pangandaran”, peneliti menggunakan metode penelitian kuantitatif. Metode penelitian ini berfungsi untuk membantu peneliti dalam menemukan jawaban dari permasalahan penelitian.

Menurut Lexy dalam Mahsyuri dan Zainuddin (2011) mengemukakan bahwa, penelitian kualitatif adalah penelitian yang mementingkan kedalaman data, sedangkan penelitian kuantitatif tidak terlalu menitik beratkan pada kedalaman data, yang penting dapat merekam data sebanyak – banyaknya dari populasi yang luas.

“Metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian.” (Sugiyono,2013)

Berdasarkan penjelasan diatas maka peneliti dapat mengambil sebuah kesimpulan bahwa penelitian kuantitatif dapat membantu untuk menganalisis suatu data yang dapat digunakan dalam skala besar dengan biasanya

menggunakan teknik penyebaran kuesioner. Maka dengan ini penulis memilih metode penelitian kuantitatif agar mendapatkan data yang dapat mewakili suatu populasi yang akan diteliti sehingga data selanjutnya dapat diolah, dianalisis dan dapat dijadikan sebuah acuan dalam memilih media promosi.

Metode ini adalah salah satu cara untuk memahami subjek dan objek penelitian secara valid dengan tujuan mengetahui apakah *promotion activities* yang menjadi preferensi wisatawan pada atraksi wisata alam batu hiu kab. Pangandaran.

B. Obyek Penelitian

Objek penelitian merupakan hal yang akan menjadi sebuah fokus untuk diteliti untuk didapatkan datanya dengan tujuan tertentu, lalu akan ditarik sebuah kesimpulan. Dalam penelitian ini yang dijadikan sebagai objek penelitian di Kabupaten Pangandaran adalah wisatawan dari luar Kabupaten Pangandaran yang datang ke atraksi wisata alam dengan melihat/mendengar informasi mengenai atraksi wisata alam di Kabupaten Pangandaran melalui berbagai promosi pada berbagai media.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Menurut Sugiyono, (2015) populasi merupakan jumlah keseluruhan unit atau elemen di sebuah obyek penelitian, disebutkan pula bahwa suatu populasi

mewakili satu kelompok individu, objek atau *item* yang memiliki jumlah dan karakteristik tertentu, yang ditentukan oleh peneliti guna dipelajari dan diambil kesimpulannya. Sedangkan menurut Silalahi (2015) populasi dapat berupa organisme orang atau kelompok individu, masyarakat, organisasi, benda, objek, peristiwa atau laporan yang meliputi seluruh karakteristik / sifat yang dimiliki oleh obyek atau subyek tersebut. Berdasarkan pengertian tersebut maka yang dimaksud dengan populasi dalam penelitian ini adalah wisatawan yang datang ke Kabupaten Pangandaran pada tahun 2021. Namun jumlah populasi pada tahun 2021 dalam penelitian ini belum dapat diprediksi sehingga peneliti mengambil angka wisatawan di tahun 2020 ini sebagai acuan untuk total jumlah sampel yakni sebesar 109.113 populasi.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari sebuah populasi makhluk hidup atau benda yang diambil secara acak yang memiliki karakteristik, jelas dan dianggap bisa mewakili suatu populasi tersebut. Hal ini dibuktikan dengan adanya *statement* oleh Sugiyono (2013) yang menyatakan bahwa sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki populasi tersebut. Sedangkan Arikunto (2010) mengatakan jika sampel ialah sebagian atau wakil dari populasi yang diteliti.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik *nonprobability sampling* yang mana menurut Sugiyono (2006) menyatakan *nonprobability*

sampling adalah tehnik pengambilan sampel dengan tidak memberikan kesempatan yang sama kepada setiap populasi yang dipilih menjadi sampel, yang mana *nonprobability sampling* meliputi berbagai jenis tehnik pengambilan sampel termasuk “*Sampling Purposive*”

Sampling Purposive adalah tehnik dalam menentukan kriteria mengenai sampel yang akan diambil dengan melalui pertimbangan yang sudah dibuat sebelumnya, Sugiyono (2006). Dikarenakan dalam hal ini peneliti telah menentukan sebuah kriteria yang diperlukan untuk menjawab persoalan dari penelitian ini yang mana sampel yang diambil haruslah wisatawan yang telah/sedang datang sendiri atau bersama teman (bukan mengikuti tour) mengunjungi atraksi wisata alam Batu Hiu di Kabupaten Pangandaran dengan sudah melihat terlebih dahulu promosi yang dilakukan oleh pengelola atraksi wisata di Kabupaten Pangandaran.

Untuk mendapatkan jawaban dari berapakah jumlah sampel yang harus diambil dari populasi yang ada dalam penelitian ini maka, peneliti menggunakan tehnik slovin untuk mengetahui jumlah sampel yang akan diambil, dimana tehnik Slovin dapat dijadikan acuan untuk menentukan banyaknya sampel yang akan diambil, dengan rumus sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Keterangan:

n = Ukuran sampel/jumlah responden

N = Ukuran populasi

E = Presentase kelonggaran ketelitian kesalahan pengambilan sampel yang masih bisa ditolerir; $e=0,1$

Dalam rumus Slovin ada ketentuan sebagai berikut: Nilai $e = 0,1$ (10%) untuk populasi dalam jumlah besar Nilai $e = 0,2$ (20%) untuk populasi dalam jumlah kecil Jadi rentang sampel yang dapat diambil dari teknik Solvin adalah antara 10-20 % dari populasi penelitian.

Pengambilan sampel ini dilakukan pada tingkat kepercayaan 90% atau nilai kritis 10% ukuran sampel dapat dihitung sebagai berikut

$$N = \frac{109.113}{1 + 109.113 (10\%)^2} = 99,99$$

Maka melihat hasil diatas jumlah partisipan yang akan peneliti ambil dalam penelitian ini berjumlah 110 dikarenakan peneliti membulatkan jumlah partisipan dari hasil yang telah didapatkan, yang mana peneliti juga

membulatkan jumlah partisipan untuk menghindari bilamana ditemukan ketidak valid an data.

Partisipan yang terlibat dalam penelitian ini adalah:

Pengunjung Kabupaten Pangandaran yang datang dengan melihat informasi mengenai atraksi wisata di Kabupaten Pangandaran melalui berbagai media massa yang ada.

D. Metode Pengumpulan Data

1. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti adalah:

Penyebaran Kuesioner

Penyebaran Kuesioner bahwa kuesioner berbentuk suatu daftar yang isinya berupa rangkaian pernyataan perihal suatu permasalahan atau bidang yang akan diteliti. (Utama, 2012). Penyebaran kuesioner digunakan untuk mengetahui jawaban dari responden. Tujuan dari penyebaran kuisisioner adalah untuk mencari informasi mengenai suatu masalah dengan pola pemikiran yang sudah diarahkan oleh peneliti dengan penyebaran kuisisioner yang peneliti lakukan yaitu melalui sosial media yang tersedia seperti *LINE*, *Instagram*, dan *Whatsapp*.

2. Alat Pengumpulan Data

Adapun alat pengumpulan data yang peneliti gunakan yaitu:

Kuesioner

“*Questionnaire* merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk di jawabnya.” (Sugiyono, 2006). Dalam penelitian ini peneliti menggunakan alat kumpul data berupa kuesioner dengan harapan wisatawan yang menjadi responden akan memberikan responnya terhadap pertanyaan yang diajukan pada kuesioner. Kuisisioner yang digunakan adalah *G-Form* atau *Google Form* yang dimana form tersebut dapat di akses melalui *Google* yang disertakan email agar data yang didapatkan lebih akurat.

E. Uji Validitas

Menurut Sekaran & Bougie dalam Indrawati, (2015) Validitas didefinisikan sebagai seberapa baik item-item dari kuesioner mengukur konstruk tertentu yang akan diukur. Sedangkan menurut Sudaryono,(2018) Validitas atau kesahihan berasal dari kata valid yang berarti sejauh mana ketetapan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsi ukurnya.

Uji validitas instrumen bertujuan untuk mendapatkan instrument yang dapat mengukur apa yang seharusnya diukur. Uji validitas instrument ini dilaksanakan kepada 30 wisatawan yang sedang atau telah mengunjungi daya tarik wisata di Kabupaten Pangandaran.

Table 1 Uji Validitas
VARIABEL BAURAN PROMOSI

NO ITEM	PERNYATAAN	r HITUNG	r TABEL	KESIMPULAN
1	Saya lebih menyukai melihat promosi yang dilakukan untuk menarik minat kunjung wisatawan melalui E-TV	0,373	0,2746	<i>VALID</i>
2	Saya lebih menyukai melihat promosi yang dilakukan untuk menarik minat kunjung wisatawan melalui E- Koran	0,345	0,2746	<i>VALID</i>
3	Saya lebih menyukai melihat promosi yang dilakukan untuk menarik minat kunjung wisatawan melalui E- Poster	0.514	0,2746	<i>VALID</i>
4	Saya lebih menyukai melihat promosi yang dilakukan untuk menarik minat kunjung wisatawan melalui E- Radio	0,435	0,2746	<i>VALID</i>
5	Saya lebih menyukai melihat promosi yang	0,514	0,2746	<i>VALID</i>

	dilakukan untuk menarik minat kunjung wisatawan melalui halaman <i>website</i>			
6	Saya lebih menyukai melihat promosi yang dilakukan untuk menarik minat kunjung wisatawan jika tercantum informasi <i>Price Bundling</i> didalamnya	0,732	0,2746	<i>VALID</i>
7	Saya lebih menyukai melihat promosi yang dilakukan untuk menarik minat kunjung wisatawan jika tercantum informasi <i>Discount</i> didalamnya	0,612	0,2746	<i>VALID</i>
8	Saya lebih menyukai melihat promosi yang dilakukan untuk menarik minat kunjung wisatawan jika tercantum informasi harga didalamnya	0,655	0,2746	<i>VALID</i>
9	Saya lebih menyukai melihat promosi yang dilakukan untuk menarik minat kunjung wisatawan jika tercantum informasi mengenai event yang akan diadakan didalamnya	0,612	0,2746	<i>VALID</i>
10	Saya merasa tertarik melihat promosi yang didalamnya banyak menyuguhkan informasi atraksi wisata yang sesuai dengan kebutuhan saya	0,762	0,2746	<i>VALID</i>
11	Saya merasa tertarik melihat promosi yang didalamnya banyak	0,735	0,2746	<i>VALID</i>

	menyuguhkan informasi atraksi wisata yang dapat menjawab keinginan saya			
12	Saya merasa tertarik melihat promosi yang didalamnya banyak menyuguhkan informasi atraksi wisata yang sesuai dengan kepentingan saya	0,727	0,2746	<i>VALID</i>
13	Saya merasa tertarik melihat promosi yang didalamnya banyak menyuguhkan tempat tempat yang menjadi perhatian wisatawan saat ini	0,599	0,2746	<i>VALID</i>
14	Saya merasa tertarik untuk berkunjung pada suatu atraksi wisata setelah melihat pengalaman menarik yang orang lain dapatkan	0,465	0,2746	<i>VALID</i>
15	Saya lebih menyukai melihat promosi yang dilakukan untuk menarik minat kunjung wisatawan melalui Instagram	0,489	0,2746	<i>VALID</i>
16	Saya lebih menyukai melihat promosi yang dilakukan untuk menarik minat kunjung wisatawan melalui Tik Tok	0,416	0,2746	<i>VALID</i>
17	Saya lebih menyukai melihat promosi yang	0,578	0,2746	<i>VALID</i>

	dilakukan untuk menarik minat kunjung wisatawan melalui Facebook			
18	Saya lebih menyukai melihat promosi yang dilakukan untuk menarik minat kunjung wisatawan melalui Twitter	0,725	0,2746	<i>VALID</i>
19	Saya lebih menyukai melihat promosi yang dilakukan untuk menarik minat kunjung wisatawan melalui <i>Bloging</i>	0,527	0,2746	<i>VALID</i>
20	Saya lebih menyukai mendengar teman saya bercerita mengenai pengalamannya saat liburan di suatu atraksi wisata dan itu dapat membuat saya tertarik untuk mengunjungi atraksi wisata tersebut juga	0,451	0,2746	<i>VALID</i>
21	Saya lebih menyukai membaca pesan teman saya saat bercerita mengenai pengalamannya saat liburan di suatu atraksi wisata dan itu membuat saya tertarik untuk mengunjungi atraksi wisata tersebut juga	0,662	0,2746	<i>VALID</i>
22	Saya lebih menyukai melihat promosi yang ditawarkan kepada saya langsung melalui <i>e-mail</i>	0,477	0,2746	<i>VALID</i>

Sumber : olahan peneliti, 2021

F. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas dilakukan untuk mengetahui seberapa jauh hasil pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat pengukur yang sama. Menurut Sugiyono (2014) reliabilitas adalah sebagai : "Instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur obyek yang sama, akan menghasilkan data yang sama.

Rumus yang digunakan untuk menguji reliabilitas dalam penelitian ini adalah koefisien Alpha Cronbach. Kategorisasi untuk koefisien reliabilitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah Tabel Koefisien Reliabilitas Instrumen (Sugiyono, 2016).

Table 2 Uji Realibilitas

VARIABEL	REALIBILITAS
<i>Promotion</i>	0,918

G. Definisi Operasional Variable

TABLE 3
BAURAN PROMOSI PADA ATRAKSI WISATA ALAM BATU HIU KAB. PANGANDARAN

<i>variable</i>	<i>sub-Variable</i>	Indikator	pernyataan	<i>NUMBER CODE</i>
Kotler dan Keller (2016) Bauran promosi	<i>Advertising</i>	E-TV	Saya menyukai melihat promosi yang dilakukan untuk menarik minat kunjung wisatawan melalui E-TV	Q1
		E-Koran	Saya menyukai melihat promosi yang dilakukan untuk menarik minat kunjung wisatawan melalui E- Koran	Q2
		E-Poster	Saya menyukai melihat promosi yang dilakukan untuk menarik minat kunjung wisatawan melalui E-Poster	Q3
		E-Radio	Saya menyukai melihat promosi yang dilakukan untuk menarik minat kunjung wisatawan melalui E-Radio	Q4
		halaman <i>website</i>	Saya menyukai melihat promosi yang dilakukan untuk menarik minat kunjung wisatawan melalui halaman <i>website</i>	Q5
	<i>Sales Promotion Donald,Dkk (2009)</i>	<i>Price Bundling</i>	Saya menyukai melihat promosi yang dilakukan untuk menarik minat kunjung wisatawan jika tercantum informasi <i>Price Bundling</i> didalamnya	Q6
		<i>Discount</i>	Saya menyukai melihat promosi yang dilakukan untuk menarik minat kunjung wisatawan jika tercantum informasi <i>Discount</i> didalamnya	Q7
		<i>Pricing strategy</i>	Saya menyukai melihat promosi yang dilakukan untuk menarik minat kunjung wisatawan jika tercantum informasi harga didalamnya	Q8

	<i>Event and Experiencess</i>	<i>extraordinary experience</i>	Saya menyukai melihat promosi mengenai suatu atraksi wisata yang dilakukan untuk menarik minat kunjung wisatawan melalui <i>event</i> rutin yang diadakan oleh Kab. Pangandaran	Q9
	Hubungan masyarakat dan publisitas	kebutuhan	Saya merasa tertarik melihat promosi yang didalamnya banyak menyuguhkan informasi atraksi wisata yang sesuai dengan kebutuhan saya	Q10
		keinginan	Saya merasa tertarik melihat promosi yang didalamnya banyak menyuguhkan informasi atraksi wisata yang dapat menjawab keinginan saya	Q11
		kepentingan	Saya merasa tertarik melihat promosi yang didalamnya banyak menyuguhkan informasi atraksi wisata yang sesuai dengan kepentingan saya	Q12
		perhatian	Saya merasa tertarik melihat promosi yang didalamnya banyak menyuguhkan tempat tempat yang menjadi perhatian wisatawan saat ini	Q13
	<i>Online and Social Media Marketing</i>	<i>content sharing</i>	Saya merasa tertarik untuk berkunjung pada suatu atraksi wisata setelah melihat pengalaman menarik yang orang lain dapatkan (menonton youtube)	Q14
		<i>media social</i>	Saya menyukai melihat promosi yang dilakukan untuk menarik minat kunjung wisatawan melalui <i>Instagram</i>	Q15
			Saya menyukai melihat promosi yang dilakukan untuk menarik minat kunjung wisatawan melalui Tik Tok	Q16
			Saya menyukai melihat promosi yang dilakukan untuk menarik minat kunjung wisatawan melalui <i>Facebook</i>	Q17

			Saya menyukai melihat promosi yang dilakukan untuk menarik minat kunjung wisatawan melalui Twitter	Q18
		<i>blogging</i>	Saya menyukai melihat promosi yang dilakukan untuk menarik minat kunjung wisatawan melalui <i>Blogging</i>	Q19
	<i>Word Of Mouth Marketing</i>	lisan	Saya menyukai mendengar teman saya bercerita mengenai pengalamannya saat liburan di suatu atraksi wisata dan itu dapat membuat saya tertarik untuk mengunjungi atraksi wisata tersebut juga	Q20
		tulisan	Saya menyukai membaca pesan teman saya saat bercerita mengenai pengalamannya saat liburan di suatu atraksi wisata dan itu membuat saya tertarik untuk mengunjungi atraksi wisata tersebut juga	Q21
	<i>Direct and database marketing</i>	<i>e-mail</i>	Saya menyukai melihat promosi yang ditawarkan kepada saya langsung melalui <i>e-mail</i>	Q22
	<i>Personal selling</i>	interaksi	Saya menyukai mendengarkan promosi yang dijelaskan secara langsung oleh orang yang bekerja di bidang pariwisata	Q23

H. Analisis Data

Dalam penelitian ini teknik analisis yang digunakan adalah metode deskriptif. Adapun teknik analisis ini berfungsi untuk membantu peneliti dalam menemukan jawaban dari permasalahan penelitian. Menurut para ahli analisis deskriptif dijabarkan sebagai berikut:

Analisis deskriptif merupakan serangkaian prosedur yang digunakan untuk mengurangi dan meringkas data tanpa mengurangi informasi penting atau mereduksi data dari variabel yang lebih banyak diubah menjadi variabel yang jumlahnya lebih sedikit (Supranto, 2010).

“Metode deskriptif adalah suatu metode yang digunakan untuk menggambarkan atau menganalisis suatu hasil penelitian tetapi tidak digunakan untuk membuat kesimpulan yang lebih luas”. Sugiyono (2015) Sehingga metode deskriptif merupakan metode yang digunakan peneliti untuk mendapatkan jawaban dari permasalahan dengan meneliti sekelompok manusia, suatu objek, suatu kondisi, suatu pemikiran, ataupun peristiwa penting yang terjadi sekarang dengan fakta yang tepat.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan skala likert untuk mengukur setiap jawaban dari responden, adapun pengertian skala likert menurut Sugiyono (2015) “Skala likert digunakan untuk mengembangkan instrumen yang digunakan untuk mengukur sikap, persepsi, dan pendapat seseorang atau

kelompok terhadap potensi dan masalah suatu objek.” Dengan tujuan dari penggunaan skala likert sendiri untuk memudahkan responden menjawab kuesioner dengan jawaban yang pasti. Serta mudah digunakan dan mudah dipahami oleh responden.

Gambaran hasil kuesioner responden penelitian akan diolah menggunakan skala likert. Berikut nilai dari setiap jawaban responden sebagai berikut:

a.Sangat Tidak Setuju : 1

b.Tidak Setuju : 2

c.Netral : 3

d.Setuju : 4

e.Sangat Setuju : 5

Sebelum mendapat nilai interval, perlu diketahui nilai terendah dan nilai tertinggi dengan rumus sebagai berikut :

· Skor Tertinggi = Total Responden x Total Pertanyaan x Bobot Nilai

· Skor Terendah = Total Responden x Total Pertanyaan x Bobot Nilai

.

Range = Skor Tertinggi – Skor Terendah

Kelas Interval

Setelah kuesioner terkumpul dan dihitung nilai total dari setiap indikator kemudian penulis membuat perhitungan dengan rumus yang di atas sehingga mendapatkan hasil perhitungan masing-masing dimensi.

I. Jadwal Penelitian

Table 4
Jadwal Penelitian

No.	Kegiatan	2020				2021							
		Sep	Okt	Nov	Des	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun	Jul	Agt
1	Pembuatan TOR & Turnitin												
2	Pengajuan TOR												
3	Pembuatan Proposal Penelitian												
4	Seminar Usulan Penelitian												
5	Revisi Proposal												
6	Pengumpulan Data												
7	Penyusunan Skripsi												
8	Pengumpulan Skripsi												
9	Sidang Skripsi												