

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Desain Penelitian

Metodologi penelitian sendiri menurut Priyono (2008) berasal dari kata “Metode” merupakan cara tepat dalam melakukan sesuatu hal dan “Logos” adalah melakukan sesuatu dengan menggunakan pikiran secara seksama dalam mencapai suatu tujuan. Dalam penelitian mengenai *Memorable Cultural Tourist Experience* (MCTE) dalam berwisata ke Kota Bandung pada era *new normal* ini penulis menggunakan metode penelitian deskriptif kuantitatif. Menurut Priyono (2016), penelitian deskriptif ialah penelitian yang memberikan gambaran mendetail mengenai topik yang di teliti. Selain itu, metode kuantitatif juga disebut metode positivistik karena berdasarkan pada filsafat positivisme. Metode ini merupakan metode ilmiah/*scientific* karena telah memenuhi kaidah ilmiah yaitu konkrit/empiris, obyektif, terukur, rasional, dan sistematis. Metode kuantitatif disebut sebagai metode *discovery* karena dapat ditemukan dan dikembangkan iptek baru. Dan ahli lain yaitu Lexy dalam Mahsyuri dan Zainuddin (2011) mengemukakan bahwa, penelitian kuantitatif adalah penelitian yang mementingkan keluasan data sehingga tidak menitik beratkan pada kedalaman data, yang penting bisa merekam data sebanyak – banyaknya dari populasi yang luas.

Berdasarkan data di atas dapat diartikan bahwa penelitian kuantitatif merupakan metode *positivistic* karena bersifat konkrit dan dapat dikembangkan terhadap ilmu pengetahuan teknologi baru, tidak menitik beratkan pada kedalaman data tetapi mengambil data pada suatu populasi yang bersifat luas dan data tersebut berupa angka. Melalui metode ini, penulis ingin mengukur *Memorable Cultural Tourist Experience* (MCTE) melalui pendapat wisatawan yang sudah berwisata ke Kota Bandung pada era *new normal*.

B. Objek Penelitian

Objek penelitian adalah sesuatu yang menjadi perhatian dalam suatu penelitian, objek penelitian ini menjadi sasaran untuk mendapatkan jawaban maupun solusi dari permasalahan yang terjadi. Menurut Sugiyono (2017) pengertian objek penelitian adalah “sasaran ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu tentang sesuatu hal objektif, valid dan reliabel tentang variabel tertentu”.

Sejak dulu Kota Bandung merupakan kota yang memiliki beragam potensi industri pariwisata banyaknya bangunan yang bernilai historis mampu menarik perhatian wisatawan yang berdatangan ke Kota Bandung. Kota Bandung bukan hanya kota bagi jutaan warganya ada juga cerita dan sejarah yang berkesan bagi siapapun yang datang ke Kota Bandung. Oleh karena itu, Kota Bandung sering di juluki sebagai kota museum arsitektur bangunan kuno, kota seniman, kota pendidikan, kota wisata kuliner, kota kreatif.

Dalam Rencana Strategis 2018-2023, Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung menjabarkan ke dalam empat sasaran strategi ialah:

1. Meningkatnya kualitas destinasi pariwisata yang berbasis kebudayaan dan ekonomi kreatif;
2. Meningkatnya kemajuan kebudayaan yang berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi;
3. Meningkatnya daya saing dan kreativitas pengusaha maupun pelaku ekonomi kreatif;
4. Meningkatnya kualitas pelayanan publik.

Berdasarkan penjelasan sasaran strategis, dapat dilihat pada poin kesatu dimana Kota Bandung memiliki fokus pada meningkatkan kualitas destinasi pariwisata berbasis budaya sebagai upaya meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan. Berdasarkan pemaparan di atas maka objek penelitian *Memorable Cultural Tourist Experience* (MCTE) di Kota Bandung terdapat beberapa tempat, di antaranya yaitu Alun-Alun Bandung, Jalan Asia Afrika, Jalan Braga, Gedung Sate, Sudirman *Street*, Jalan Ir. H. Juanda dan Jalan Cibadak, Jalan Cisangkuy dan lain-lain. Dalam hal ini penentuan *Memorable Cultural Tourist Experience* (MCTE) memiliki keterkaitan yang erat dengan penelitian ini karena wisatawan domestik yang berkunjung ke Kota Bandung menjadi fokus utama.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Menurut Priyono (2016), populasi ialah kesatuan atau keseluruhan gejala yang ingin diteliti. Sementara itu, Supardi dalam Bella (2019) menjelaskan populasi sebagai subjek yang berada di suatu daerah dan telah memenuhi beberapa persyaratan untuk menjadi bagian dari penelitian. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan teknik *infinite population*. Supardi (1993) menjelaskan bahwa *infinite population* adalah populasi penelitian yang tidak dapat diketahui jumlah pastinya. Maka dalam penelitian ini populasi merupakan wisatawan domestik yang sudah berwisata ke Kota Bandung pada era *new normal*.

2. Sampel

Bailey dalam Priyono (2016) menjelaskan, sampel merupakan bagian dari populasi yang bisa untuk diteliti sebagai bagian pendugaan dari populasi. Bagus (2016) menyatakan, bahwa sebuah sampel harus mewakili populasinya, memiliki sifat yang dimiliki populasinya, dan mampu digunakan untuk menggeneralisasi hasil analisis. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan salah satu teknik *non-probability sampling* yaitu *convenience sampling*.

Definisi *convenience sampling* menurut Sekaran (2006) ialah kumpulan informasi dari populasi yang mudah diperoleh dalam jumlah yang banyak dan bisa menyediakan informasi. Dengan begitu siapa saja yang dapat memberikan informasi baik secara kebetulan ketika bertemu dengan penulis, dapat

dipergunakan untuk sampel, bila dilihat oleh peneliti tersebut dapat memberikan informasi-informasi tersebut cocok sebagai sumber data.

Untuk dapat mengetahui jumlah minimal sampel, penulis memilih menggunakan rumus Lemeshow. Menurut Hidayat (2012) dalam web www.statistikian.com, rumus Lemeshow untuk sampel yang tidak diketahui populasinya ini merupakan sebuah rumus penghitungan sampel yang diciptakan oleh Stanley Lemeshow pada tahun 1997 sebagai pengembangan dari rumus Snedecor dan Cochran (1967). Adapun rumus tersebut adalah:

$$n = \frac{z^2 \cdot p \cdot (p - 1)}{d^2} = \frac{z^2 \cdot p \cdot q}{d^2}$$

n= jumlah minimal sampel yang dibutuhkan

z= derajat kepercayaan (jika derajat kepercayaan 95%, maka z=1,96)

p = proporsi wisatawan ke Kota Bandung (diasumsikan 50% atau 0,5 dari jumlah total wisatawan)

q = 1-p = proporsi wisatawan yang tidak berwisata ke Kota Bandung (diasumsikan 50% atau 0,5 dari jumlah total wisatawan)

d = limit dari error atau presisi absolut (diasumsikan sebesar 5% atau 0,05)

Berdasarkan rumus tersebut, maka didapatlah penghitungan sampel sebagai berikut:

$$n = ([1,96] ^2 \times 0,5 (0,5)) / 0,01$$

$$n = (3,84 \times 0,25) / 0,01$$

$$n = 0,9604 / 0,01 = 96,04 = 100$$

Berdasarkan penghitungan di atas, maka jumlah minimal sampel yang dibutuhkan sebanyak 100 responden, Menurut Nunnally (1970) bahwa ukuran responden adalah sebesar sepuluh kali dari jumlah butir alat ukur. Misalnya terdapat 27 butir alat ukur, maka $10 \times 27 = 270$ responden. Hanya saja penulis menentukan sampel sebanyak 300 responden untuk mendapatkan data yang lebih valid dalam penelitian ini.

D. Metode Pengumpulan Data

1. Teknik Pengumpulan Data

Sugiyono (2015) mengatakan Teknik pengumpulan data adalah langkah strategis dalam penelitian, karena memiliki tujuan utama yaitu mendapatkan data. Hal ini diperlukan untuk mencari jawaban data-data/informasi yang mendalam dari partisipan mengenai *Memorable Cultural Tourist Experience* (MCTE) dalam berwisata ke Kota Bandung pada era *new normal*.

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan beberapa teknik pengumpulan data seperti yang dijelaskan oleh Sugiyono (2012) peneliti dapat menggunakan teknik pengumpulan data menggunakan cara membagikan kuesioner dan wawancara.

Pada penelitian ini, penulis menyebarkan kuesioner secara daring maupun *offline* dari tanggal 22 Februari 2021 sampai 20 Mei 2021 kepada wisatawan yang datang ke Kota Bandung pada era *new normal*. Penyebaran kuesioner penelitian dilakukan melalui aplikasi *Google Form*, dengan menyebarkannya melalui media sosial seperti *Instagram*, *Line*, *Whatsapp* dan penyebaran

secara *offline* di beberapa titik-titik atraksi wisata yaitu: Alun-alun Bandung, Braga, Wot Batu, Saung Angklung Udjo, Sudirman *Street*, Pasar Cisangkuy dan Taman Kuliner. Selanjutnya data yang telah penulis dapatkan dikuatkan dengan wawancara kepada wisatawan. Penulis pun mendapatkan tanggapan sebanyak 300 responden yang selanjutnya digunakan sebagai sampel penelitian.

2. Alat Pengumpulan Data

Alat kumpul data merupakan instrumen-instrumen yang digunakan oleh penulis dalam melakukan penelitian. Dalam penelitian ini, alat kumpul data yang digunakan adalah:

a. Kuesioner

Sugiyono (2018) mendefinisikan kuesioner adalah teknik pengumpulan data dengan memberikan kumpulan pertanyaan atau pernyataan kepada wisatawan atau responden. Pada penelitian ini, penulis menggunakan kuesioner untuk mengukur *Memorable Cultural Tourist Experience* (MCTE) dalam berwisata ke Kota Bandung pada era *new normal*. Pada penelitian ini, kuesioner yang akan digunakan merupakan kuesioner yang dibuat sendiri oleh penulis berdasarkan kepada Matriks Operasional Variabel seperti pada Tabel 5.

b. Pedoman Wawancara

Pedoman wawancara yang didefinisikan oleh Ibrahim (2015) merupakan kelengkapan dari penelitian yang disiapkan sebagai panduan atau acuan

untuk melakukan wawancara. Pedoman wawancara digunakan sebagai acuan dan panduan dalam melakukan wawancara dengan informan yaitu wisatawan.

3. Uji Validitas dan Reliabilitas

a. Uji Validitas

Menurut Dewi (2018), uji validitas atau uji keabsahan merupakan sebuah pengujian kecermatan dan ketepatan alat ukur penelitian. Tujuan dari uji validitas ini ialah untuk menilai apakah alat ukur yang akan digunakan sudah cocok atau siap untuk melakukan penelitian.

TABEL 3
UJI VALIDITAS

NO.	t hitung	r tabel	Kesimpulan
6.	0,550	0.333	VALID
7.	0,451	0.333	VALID
8.	0,463	0.333	VALID
9.	0,407	0.333	VALID
10.	0,684	0.333	VALID
11.	0,513	0.333	VALID
12.	0,710	0.333	VALID
13.	0,536	0.333	VALID
14.	0,553	0.333	VALID
15.	0,613	0.333	VALID
16.	0,581	0.333	VALID
17.	0,494	0.333	VALID
18.	0,637	0.333	VALID
19.	0,420	0.333	VALID
20.	0,491	0.333	VALID
21.	0,610	0.333	VALID
22.	0,696	0.333	VALID
23.	0,513	0.333	VALID
24.	0,516	0.333	VALID
25.	0,548	0.333	VALID
26.	0,485	0.333	VALID
27.	0,463	0.333	VALID
28.	0,725	0.333	VALID
29.	0,667	0.333	VALID
30.	0,760	0.333	VALID
31.	0,760	0.333	VALID

32.	0,667	0.333	VALID
33.	0,360	0.333	VALID

Sumber: Data Hasil Olahan SPSS 2021

Berdasarkan tabel di atas, dapat dilihat bahwa dari 27 butir pertanyaan, Total pertanyaan yang valid sebanyak 27 butir pertanyaan dengan r hitung $> r$ tabel. *Output* hasil pengujian validitas kuesioner dapat dilihat pada lembar Lampiran.

b. Uji Reliabilitas

Menurut Dewi (2018), uji reliabilitas ialah pengujian alat ukur yang digunakan bertujuan untuk mengetahui konsistensi alat ukur, apakah alat pengukur yang digunakan dapat diandalkan dan tetap konsisten jika pengukuran tersebut diulang. Alat bantu yang digunakan untuk menguji reliabilitas adalah program SPSS dengan teknik Cronbach's Alpha (α). Menurut Kurniawan dalam Triana (2013), sebuah kuesioner dikatakan reliable jika nilai $\alpha > 0,60$.

TABEL 4
UJI REALIBILITAS

Cornbach's Alpha	r Tabel	Jumlah Item (N)
0,745	0,333	27
Keterangan		Reliabel

Sumber: Data Hasil Olahan SPSS 2021

Berdasarkan tabel tersebut, dapat diketahui bahwa nilai reliabilitas kuesioner dalam penelitian ini adalah 0,745 dan termasuk handal karena melebihi batas koefisien reliabilitas ($>0,60$). *Output* hasil pengujian reliabilitas kuesioner dapat dilihat pada lembar lampiran.

Berdasarkan pengujian validitas dan reliabilitas yang telah dilakukan, alat kumpul data penelitian kuesioner telah siap untuk mengumpulkan data penelitian mengenai ‘*Memorable Cultural Tourist Experience (MCTE) Dalam Berwisata ke Kota Bandung Pada Era New Normal*’ alat kumpul data dapat dilihat pada lembar lampiran.

E. Definisi Operasional Variabel

Menurut Sugiyono (2017) operasionalisasi variabel ialah suatu atribut objek yang memiliki variasi tertentu yang ditetapkan oleh penulis dan dapat dipelajari kemudian ditarik kesimpulannya. Definisi operasional variabel penelitian adalah suatu penjelasan dari variabel yang digunakan dalam penelitian terhadap indikator pembentuknya.

1. Memorable Cultural Tourist Experience (MCTE)

Syefi et.al (2019) pengalaman wisatawan khususnya budaya terdiri enam dari dimensi-dimensi sebagai berikut: *prior perceived significance of the experience* (pengalaman yang dirasakan dari pengalaman sebelumnya), *authenticity* (keaslian), *engagement* (keterikatan), *cultural exchange* (pertukaran budaya), *culinary attraction* (atraksi kuliner), dan *the quality of service* (kualitas pelayanan).

TABEL 5

MATRIKS OPERASIONAL VARIABEL

VARIABEL	DIMENSI	INDIKATOR	INSTRUMEN
<p>Memorable Cultural Tourist Experience (MCTE) adalah konsep yang digunakan untuk melihat pengalaman wisatawan yang terdiri dari enam komponen, yaitu: <i>prior perceived significance of the experience, authenticity, engagement, culinary attraction cultural exchange, dan the quality of service</i> (Syefi et.al, 2019)</p>	<p><i>Prior perceived significance of the experience</i> (pengalaman yang di rasakan dari pengalaman sebelumnya)</p>	<p>Pengalaman yang sebelumnya pernah dirasakan ketika mengunjungi Kota Bandung mempengaruhi persepsi selama berkunjung ke Kota Bandung.</p>	Q 6
		<p>Pengetahuan mengenai Kota Bandung sangat membantu dalam memilih atraksi wisata yang ingin dikunjungi.</p>	Q 7
		<p>Mengunjungi <i>landmark</i> Kota Bandung seperti Alun-Alun Bandung dan Gedung Sate merupakan pengalaman yang bermakna dalam perjalanan wisata.</p>	Q 8
		<p>Pentingnya untuk mengetahui makna dibalik <i>landmark</i> atau bangunan bersejarah yang ada di Kota Bandung.</p>	Q 9
		<p>Mengunjungi Kota Bandung merupakan sebuah impian.</p>	Q 10

TABEL 5
MATRIKS OPERASIONAL VARIABEL
(Lanjutan)

VARIABEL	DIMENSI	INDIKATOR	INSTRUMEN
	<i>Authenticity</i> (keaslian)	Ketika mengunjungi Museum di Kota Bandung pengalaman dalam berwisata meningkat. Seperti : Museum Barli, Galeri Selasar , NuArt <i>Sculpture Park</i> , Wot Batu dan lain-lain.	Q 11
		Merasa senang ketika mengunjungi taman-taman tematik di Kota Bandung seperti Taman Kuliner, Taman Vanda, Taman Foto, Taman Lansia, Taman film dan lain-lain.	Q 12
		Merasakan pengalaman bersejarah ketika melihat kekhasan bangunan atau desain arsitektur yang otentik seperti yang pada Jalan Asia Afrika dan Jalan Braga.	Q 13
		Dapat merasakan gaya hidup penduduk asli/lokal yang melambangkan adat istiadat Kota Bandung yaitu ramah dan santun.	Q 14
	<i>Engagement</i> (keterikatan)	Merasa antusias ketika mengunjungi berbagai atraksi wisata di Kota Bandung.	Q 15
		Merasa terlibat langsung dengan aktivitas yang ada di atraksi wisata Kota Bandung.	Q 16
		Keikutsertaan dalam menjaga atraksi wisata di Kota Bandung seperti membuang sampah pada tempat, tidak merusak fasilitas umum dan lain-lain.	Q 17
		Merasa senang ketika dapat berbagi pengalaman berwisata ke Kota Bandung dengan keluarga atau kerabat terdekat.	Q 18

TABEL 5
MATRIKS OPERASIONAL VARIABEL
(Lanjutan)

VARIABEL	DIMENSI	INDIKATOR	INSTRUMEN
	<i>Culinary Attraction</i> (atraksi kuliner)	Merasakan makanan tradisional khas Kota Bandung.	Q 19
		Merasakan minuman tradisional khas Kota Bandung.	Q 20
		Merasa senang ketika mengunjungi lokal <i>restaurant</i> di Kota Bandung.	Q 21
		Rasa makanan dan minuman khas Kota Bandung yang telah rasakan tidak ditemukan di daerah asal.	Q 22
		Sebagian besar makanan dan minuman yang dijual adalah hidangan lokal.	Q 23
	<i>Cultural Exchange</i> (pertukaraan budaya)	Merasa senang ketika mengunjungi atraksi budaya yang ada di Kota Bandung seperti Saung Angklung Udjo, <i>Eco Bambu Cipaku</i> , Taman Budaya Jawa Barat dan lain-lain.	Q 24
		Mendapatkan pengalaman budaya yang baru. Misal: memakai atau membeli baju tradisional, merasakan tradisi makan khas Sunda dan lain-lain.	Q 25
		Tertarik untuk bisa mengenal lebih dalam mengenai upacara adat di Kota Bandung. Seperti : <i>Reuneuh Mundingeun</i> , <i>Aki lengser</i> , dan lain-lain.	Q 26
		Mempelajari bahasa daerah yang biasanya digunakan sehari-hari oleh penduduk asli Kota Bandung.	Q 27
		Karakteristik penduduk asli Kota Bandung mempengaruhi pengalaman berwisata menjadi menyenangkan.	Q 28

TABEL 5
MATRIKS OPERASIONAL VARIABEL
(Lanjutan)

VARIABEL	DIMENSI	INDIKATOR	INSTRUMEN
	<i>The quality of service</i> (kualitas pelayanan)	Jenis toko perbelanjaan dan pusat oleh-oleh di Kota Bandung yang lengkap seperti <i>factory outlet</i> , <i>handicraft</i> , <i>souvenir</i> dan lain-lain.	Q 29
		Dapat merasa aman ketika berlibur ke Kota Bandung.	Q 30
		Pelayanan <i>staff</i> hotel atau penginapan yang baik.	Q 31
		Mudah mendapatkan akses ke tempat-tempat wisata dengan menggunakan transportasi umum di Kota Bandung.	Q 32
		Arus lalu lintas Kota Bandung yang lancar.	Q 33

Sumber: Olahan Peneliti (2021)

F. Analisis Data

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan analisis deskriptif. Menurut Kaur (2018), analisis deskriptif ialah sebuah bentuk analisis hasil penelitian yang memungkinkan penulis untuk membandingkan variabel melalui tes statistik inferensial. Menurut Kothari analisis ini digunakan untuk mendeskripsikan karakteristik satu variabel dengan statistik deskriptif (Silalahi, 2015), sehingga tepat untuk menggunakan teknik analisis deskriptif karena, penelitian ini hanya terdiri dari satu variabel.

Selanjutnya, jenis skala yang digunakan dalam penyebaran kuesioner adalah skala Likert. Berdasarkan Budiaji (2013), skala likert merupakan sebuah teknik pengukuran yang dikembangkan oleh Rensis Likert pada tahun 1932. Dalam teknik ini, pertanyaan akan dikombinasikan dengan skor/nilai tertentu yang merepresentasikan sifat individu. Penggunaan semua butir pertanyaan dalam pencarian data dapat dianggap valid karena setiap butir pertanyaan adalah indikator dari variabel yang direpresentasikannya. Selanjutnya, jawaban dari kuesioner akan dihitung sesuai skala penghitungan tertentu. Dalam penelitian ini, menurut Sugiyono (2017) skala likert yang digunakan terdiri atas lima poin dengan kriteria, yaitu:

5= SS (Sangat Setuju)

4 = S (Setuju)

3= N (Netral)

2 = TS (Tidak Setuju)

1 = STS (Sangat Tidak Setuju)

Kemudian peneliti akan melakukan tabulasikan hasil data penelitian kedalam kelas atau kategori yang sesuai. Analisis data dilakukan dengan menggunakan garis kontinum untuk mengukur seberapa besar variable *Memorable Cultural Tourist Experience* (MCTE) Dalam Berwisata ke Kota Bandung Pada Era *New Normal*. Dalam menentukan garis kontinum, perlu dilakukan perhitungan jarak interval dengan rincian sebagai berikut:

$$P = \frac{\text{Rentang}}{\text{Banyak kelas}}$$

Keterangan:

P = Panjang kelas interval

Rentang = Data besar – Data terkecil

Banyak Kelas = 5

Penetapan peringkat dalam setiap variable penelitian dapat dilihat dari perbandingan antara skor aktual dan skor ideal. Perolehan kecenderungan jawaban responden didasarkan pada nilai rata-rata skor jawaban selanjutnya dikategorikan pada rentang skor berikut:

Skor minimum = 1

Skor maksimum = 5

Lebar skala = $\frac{5-1}{5} = 0,8$

Kategori dari skala dapat ditentukan sebagai berikut:

TABEL 6

KATEGORI INTERPRETASI SKOR

Skala	Kategori
4,21 – 5,00	Sangat Setuju
3,41 – 4,20	Setuju

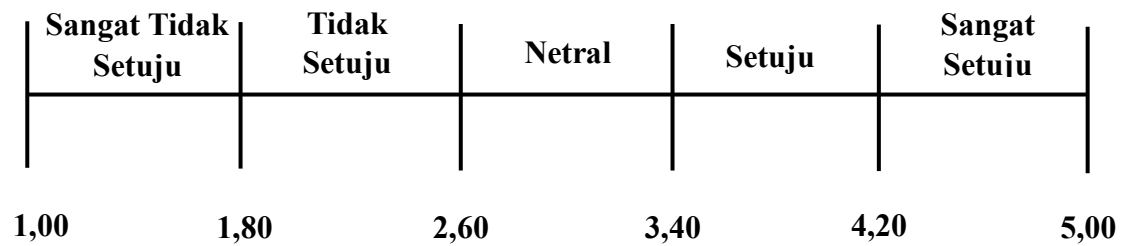
TABEL 6
KATEGORI INTERPRETASI SKOR
(LANJUTAN)

2,61 – 3,40	Netral
1,81 – 2,60	Tidak Setuju
1,00 – 1,80	Sangat Tidak Setuju

Sumber: Sugiyono (2017)

Untuk mengklasifikasi kategori tersebut dapat dilihat pada garis kontinum sebagai berikut:

GAMBAR 2
GARIS KONTINUM



Sumber: Olahan Peneliti (2021)

G. Jadwal Penelitian

TABEL 7
JADWAL PENELITIAN

No.	Kegiatan	Waktu Penelitian (2020-2021)							
		September	Oktober	November	Desember	Januari	Febuari	Juni	Juli
1	Pengajuan Surat Lokus								
2	Persetujuan Lokus								
3	Pengumpulan TOR								
4	Pengajuan Dosen Pembimbing								
5	Penyusunan BAB I-III								
6	Pengumpulan Proposal Penelitian								
7	Seminar Usulan Penelitian								
8	Pengumpulan Data								
9	Penyusunan Laporan Akhir								
10	Sidang Akhir								

Sumber: *Olahan Penelitian (2021)*