

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Desain Penelitian

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kuantitatif atau disebut juga dengan deskriptif kuantitatif. Penelitian deskriptif kuantitatif adalah suatu penggambaran fenomena yang secara detail dilakukan dengan melakukan pendeskripsian secara sistematis, faktual, akurat. (Yusuf 2014) dalam (Lehmann 1979). Oleh karena itu, penelitian deskriptif kuantitatif merupakan suatu usaha sistematis dalam memberikan jawaban terhadap suatu masalah atau mendapatkan informasi yang lebih mendalam dan luas terhadap suatu fenomena dengan menggunakan tahap-tahap pendekatan kuantitatif.

Pendekatan kuantitatif adalah penggunaan teknik statistic dalam pengumpulan data kuantitatif atau jenis data sejenis yang dapat dikuantitatifkan (Yusuf 2014) . Menurut Yusuf (2014) dalam Isaac dan Michael (1980) mengatakan bahwa tujuan dari penggunaan metode ini adalah suatu cara untuk mendeskripsikan fakta yang sistematis pada karakteristik dari populasi atau wilayah tertentu, dalam hal ini populasi yang dimaksud adalah wisatawan milenial yan melakukan *staycation* pada era *new normal* di Kota Bandung.

B. Obyek Penelitian

Obyek penelitian adalah suatu atribut dari sekelompok orang atau kegiatan yang memiliki variasi tertentu yang akan dipelajari dan kemudian ditentukan kesimpulannya. (Sugiyono, 2012).

Dalam penelitian ini menggunakan responden yang memiliki kriteria khusus yaitu responden dengan rentang umur 20 – 39 tahun yang telah melakukan kegiatan *staycation* selama era *new normal* di Kota Bandung dengan jarak rumah ke lokasi *staycation* kurang dari 80 km yang dilakukan kepada sebanyak 235 responden.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi menurut Zikmund dalam Silalahi (2015) mengatakan bahwa sebuah sekumpulan lengkap sebuah kelompok yang terdiri dari beberapa seperti manusia, wilayah penjualan, toko – toko bahkan mahasiswa dimana komponen tersebut memiliki beberapa karakteristik yang umum. Populasi dalam penelitian adalah wisatawan milenial yang melakukan *staycation* di Kota Bandung dengan jumlah populasi yang tidak diketahui.

2. Sampel

Menurut Somantri (2006) sampel merupakan suatu bagian kecil dari beberapa anggota populasi yang diambil berdasarkan prosedur tertentu sehingga dapat mewakili populasinya tersebut.

Dalam teknik pengambilan sampel penelitian ini peneliti menggunakan teknik *non-probability sampling*. Teknik non-probability sampling adalah suatu teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel, dengan penarikan sampel kebetulan (*accidental sampling*). Jenis pengambilan sampel ini dilakukan secara acak dan kebetulan, sehingga siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat peneliti gunakan sebagai sampel. Sugiyono (2015)

Dalam penelitian ini pengambilan jumlah sampel Lemeshow (1990), yang menghitung rumus sampel pada populasi yang tidak diketahui yaitu :

$$n = \frac{Z^2 \times p (1-p)}{d^2}$$

$$n = \frac{1,96^2 \times 0,5 (1-0,5)}{0,1^2}$$

$$n = \frac{3,84 \times 0,5 (0,5)}{0,01}$$

$$n = \frac{3,83 \times 0,25}{0,01}$$

$$n = \frac{0,9604}{0,01} = 96,04$$

n= jumlah minimal sampel yang dibutuhkan

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

p = proporsi wisatawan yang menggunakan jasa pramuwisata (diasumsikan 50% atau 0,5 dari jumlah total wisatawan)

$q = 1-p$ = proporsi wisatawan yang tidak menggunakan jasa pramuwisata
(diasumsikan 50% atau 0,5 dari jumlah total wisatawan)

Berdasarkan perhitungan diatas maka n yang didapatkan adalah minimum 96.04 atau sampel yang dibulatkan menjadi 100 orang sampel. Maka pada penelitian ini peneliti mengambil sebanyak 235 sampel wisatawan milenial yang melakukan *staycation* pada era *new normal* di Kota Bandung agar penelitian ini lebih mewakili dan kredibel.

D. Metode Pengumpulan Data

1. Teknik Pengumpulan Data

Penyebaran kuesioner menurut Anwar (2009) merupakan suatu teknik pengumpulan data berupa sejumlah pertanyaan atau pernyataan tertulis mengenai data factual atau opini yang berkaitan dengan diri responden, dimana fakta atau kebenarannya perlu diketahui dan disebarkan oleh peneliti .

Penyebaran kuesioner akan dilakukan secara online melalui google form yang disebarkan pada bulan Januari sampai bulan April 2020. Jumlah wisatawan yang akan menjadi responden dalam penelitian ini minimal 100 orang wisatawan milenial yang melakukan *staycation* pada era *new normal* di Kota Bandung dengan pertanyaan yang mengacu pada perilaku dengan pilihan jawaban dari sangat tidak setuju hingga sangat setuju.

2. Alat Pengumpulan Data

Kuesioner menurut Silalahi (2015) adalah kumpulan dari satu set tulisan yang berisi tentang pertanyaan yang telah diformulasikan untuk dijawab oleh responden dengan mencatat jawabannya, biasanya secara terbuka alternatif jawaban ditentukan. Pada penelitian ini kuesioner mengenai perilaku wisatawan milenial dibuat menjadi beberapa pertanyaan yang berisikan mengenai dimensi dari perilaku wisatawan yang diantaranya *Need Awareness, Information Search, The Estimation of Alternatives, The Purchase of Tourism Product, Purchase Evaluation* yang nantinya pertanyaan-pertanyaan tersebut akan dijawab oleh responden.

Pada kuesioner yang telah dibuat untuk penelitian ini, peneliti menggunakan pertanyaan terbuka dan tertutup. Pertanyaan tertutup menurut Silalahi (2015) merupakan suatu responden penelitian survey akan dihadapkan dengan beberapa pertanyaan yang jawabannya telah disediakan. Pertanyaan tertutup yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan teknik penskalaan likert. Menurut Sugiyono (2010) skala likert adalah teknik penskalaan yang digunakan terutama untuk mengukur mengenai sikap , pendapat , persepsi seseorang. Alternatif jawaban tersebut berupa penyekoran seperti tabel berikut :

TABEL 6
KATEGORI PEMBERIAN SKOR JAWABAN ALTERNATIF

| | | | | |
|---------------------|--------------|--------|--------|---------------|
| Sangat Tidak Setuju | Tidak Setuju | Netral | Setuju | Sangat Setuju |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

Sumber : Ulber Silalahi (2015)

Peneliti juga membuat kuesioner untuk wisatawan melalui *google form* untuk dijawab oleh wisatawan milenial yang melakukan *staycation* pada era *new normal* di Kota Bandung secara *online*.

3. Uji Validitas dan Reliabilitas

a. Validitas

Validitas menurut Suryabrata (2014) mengatakan bahwa sejauh mana suatu instrument tersebut dapat mengukur apa yang dimaksudkan untuk diukur. Sedangkan pendapat lain mengenai uji validitas menurut Sugiyono (2011) adalah sebuah langkah dalam melakukan pengujian yang dilakukan pada isi suatu instrument dengan tujuan untuk mengukur ketepatan instrument yang digunakan dalam penelitian. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan uji validitas dengan menggunakan rumus korelasi dari Product Moment Pearson sebagai berikut :

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

Keterangan :

n = Jumlah data

X = Nilai Skor dari suatu Item Instrumen

Y = Total Skor dari seluruh Item Instrumen

Uji validitas alat ukur data dilakukan kepada 30 orang sampel, dengan taraf signifikasinya sebesar 5% (0,05). Maka dari itu dilihat pada r tabel, dengan nilai r sebesar 0,361 yang artinya jika data memiliki r hitung sama atau lebih besar dari r tabel maka item tersebut dinyatakan valid.

Pada pengujian validitas alat ukur data mengenai perilaku wisatawan milenial dalam melakukan *staycation* pada era *new normal* di Kota Bandung, maka digunakan alat bantu yaitu SPSS yang menunjukkan hasil sebagai berikut:

TABEL 7

HASIL UJI VALIDITAS

| Item | t hitung | t table | Keterangan |
|-------------|-----------------|----------------|-------------------|
| 1 | 0,557 | 0,361 | VALID |
| 2 | 0,437 | 0,361 | VALID |
| 3 | 0,563 | 0,361 | VALID |
| 4 | 0,741 | 0,361 | VALID |
| 5 | 0,437 | 0,361 | VALID |
| 6 | 0,708 | 0,361 | VALID |
| 7 | 0,684 | 0,361 | VALID |
| 8 | 0,623 | 0,361 | VALID |
| 9 | 0,708 | 0,361 | VALID |
| 10 | 0,503 | 0,361 | VALID |
| 11 | 0,654 | 0,361 | VALID |
| 12 | 0,636 | 0,361 | VALID |
| 13 | 0,625 | 0,361 | VALID |
| 14 | 0,596 | 0,361 | VALID |
| 15 | 0,519 | 0,361 | VALID |
| 16 | 0,480 | 0,361 | VALID |
| 17 | 0,636 | 0,361 | VALID |

TABEL 8
HASIL UJI VALIDITAS
(LANJUTAN)

| Item | t hitung | t table | Keterangan |
|-------------|-----------------|----------------|-------------------|
| 18 | 0,838 | 0,361 | VALID |
| 19 | 0,596 | 0,361 | VALID |
| 20 | 0,549 | 0,361 | VALID |
| 21 | 0,793 | 0,361 | VALID |
| 22 | 0,497 | 0,361 | VALID |
| 23 | 0,487 | 0,361 | VALID |
| 24 | 0,389 | 0,361 | VALID |
| 25 | 0,601 | 0,361 | VALID |
| 26 | 0,691 | 0,361 | VALID |
| 27 | 0,511 | 0,361 | VALID |
| 28 | 0,838 | 0,361 | VALID |
| 29 | 0,350 | 0,361 | VALID |
| 30 | 0,768 | 0,361 | VALID |
| 31 | 0,697 | 0,361 | VALID |
| 32 | 0,619 | 0,361 | VALID |
| 33 | 0,697 | 0,361 | VALID |
| 34 | 0,788 | 0,361 | VALID |
| 35 | 0,542 | 0,361 | VALID |

Sumber : Data Hasil Olahan SPSS 2020

Dari tabel yang telah ditampilkan di atas menunjukkan bahwa terdapat 35 indikator item pertanyaan dalam alat kumpul data atau kuesioner yang dinyatakan valid dalam perhitungannya.

b. Reliabilitas

Reliabilitas menurut Arikunto (2002) adalah sebuah instrument yang pada dasarnya telah baik namun dapat dipercaya lebih sebagai pengumpul data. Sedangkan pendapat lain dari Silalahi (2010) mengenai reliabilitas adalah suatu alat ukur untuk mempelajari korespondensi atau korelasi dari

hasil suatu alat ukur dengan melakukan pengukuran ulang terhadap alat ukur yang sama dengan responden yang sama maka tidak terjadi perubahan. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode rumus hitung Alpha Cronbach sebagai berikut :

$$\alpha = \frac{k}{(k - 1)} \left\{ 1 - \frac{\sum S_i^2}{S_t^2} \right\}$$

Keterangan :

α = Koefisien tes reliabilitas

n = Banyak butiran item yang dikeluarkan kedalam tes

$\sum S_i^2$ = Jumlah varian skor dari tiap-tiap butir item

S_t^2 = Total varian

Koefisien pada tabel reliabilitas mendapatkan nilai sebesar 0,361 yang artinya suatu koefisien reliabilitas hitung lebih tinggi dari koefisien reliabilitas tabel maka dinyatakan bahwa alat ukur dari data tersebut bersifat reliabel atau dapat diandalkan.

Dalam memperumah uji reliabilitas peneliti melakukan pengujian dengan menggunakan SPSS dengan hasil pengukuran sebagai berikut :

TABEL 9
HASIL UJI RELIABILITAS

| Cornbach's Alpha | r Tabel | Jumlah Item (N) |
|------------------|---------|-----------------|
| 0,749 | 0,361 | 36 |
| Keterangan | | Reliabel |

Sumber : Data Hasil Olahan SPSS 2020

E. Definisi Operasional Variabel

Menurut Sugiyono (2017) operasionalisasi variabel merupakan suatu atribut objek yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Definisi operasional variabel penelitian merupakan suatu penjelasan dari variabel yang digunakan dalam penelitian terhadap indicator pembentuknya.

1. Perilaku Konsumen

Menurut Djeri et al (2014) wisatawan yang akan melakukan perjalanan memiliki lima tahapan yang terdiri dari 5 tahap yaitu *Need Awareness* yaitu kebutuhan merupakan keadaan ketika calon wisatawan menyadari akan kebutuhan mereka untuk melakukan suatu perjalanan yang didasari oleh faktor internal (fisiologis dan psikologis) dan eksternal (ekonomi, sosial, dan demografis).

Information Search yaitu pencarian informasi merupakan sumber informasi yang berupa internal maupun eksternal yang dapat dijadikan sebagai sumber informasi bagi calon wisatawan. *The Estimation of Alternatives* yaitu calon konsumen memilih alternatif atau pilihan lain bersamaan dengan produk yang akan dipertimbangkannya dilihat dari kebutuhan dan manfaat dari produk tersebut,

The Purchase of Tourism Product adalah pembelian suatu produk atau jasa pariwisata dengan mempertimbangkan faktor – faktor seperti tempat pembelian, metode pembayaran, serta harga dari suatu produk. *Purchase Evaluation* yaitu dengan memperhatikan kepuasan pascapembelian, aktivitas pascapembelian, dan penggunaan dan pembuangan produk setelah pembelian.

2. Wisatawan Milenial

Generasi milenial merupakan generasi yang lahirnya pada rentang tahun 1982 – 2002 (Walidah,2017). Klasifikasi lainnya mengenai rentang umur generasi milenial yaitu yakni seseorang yang lahir pada rentang tahun 1981 – 2000 (Reeves dan Oh, 2007).

3. *Staycation*

Menurut Yesawich (2010) mengatakan bahwa *staycation* dimulai ketika suatu perjalanan atau rekreasi dilakukan dalam satu malam dalam radius kurang lebih 50 mil atau 80 km mereka berkendara dari rumah.

TABEL 10
MATRIKS OPERASIONAL VARIABEL

| VARIABEL | SUB-VARIABEL | DIMENSI | INDIKATOR | Instrumen Penelitian |
|---|-----------------------|----------------|--|-----------------------------|
| Perilaku wisatawan merupakan perilaku dari wisatawan dalam melakukan perjalanan yang memiliki lima tahapan yang terdiri dari <i>Need Awareness, Information Search, The Estimation of Alternatives, The Purchase of Tourism Product, dan Purchase Evaluation</i> (Djeri 2014) | <i>Need Awareness</i> | Ekonomi | 1. Melakukan <i>staycation</i> di Kota Bandung karena penghasilan yang cukup | 1 |
| | | Sosial | 1. Melakukan kegiatan <i>staycation</i> di Kota Bandung karena merasa memiliki <i>prestige</i> (gengsi) | 2 |
| | | | 2. Melakukan <i>staycation</i> di Kota Bandung dikarenakan tren berwisata pada era <i>new normal</i> | 3 |
| | | Demografis | 1. Melakukan <i>staycation</i> dikarenakan domisili pengunjung dekat dengan Kota Bandung | 4 |
| | | | 2. Melakukan <i>staycation</i> di Kota Bandung dikarenakan belum berkeluarga | 5 |
| | | | 3. Melakukan <i>staycation</i> di Kota Bandung dikarenakan melakukan pekerjaan | 6 |
| | | Fisiologis | 1. Melakukan kegiatan <i>staycation</i> di Kota Bandung dikarenakan keadaan fisik yang memungkinkan untuk melakukan perjalanan | 7 |
| | | | 2. Mempertimbangkan Kesehatan sebelum melakukan <i>staycation</i> di Kota Bandung | 8 |
| | | Psikologis | 1. Melakukan kegiatan <i>staycation</i> di Kota Bandung karena merasa butuh akan relaksasi | 9 |
| | | | 2. Melakukan kegiatan <i>staycation</i> di Kota Bandung karena merasa butuh akan <i>escape</i> | 10 |

TABEL 11
MATRIKS OPERASIONAL VARIABEL
(LANJUTAN)

| VARIABEL | SUB-VARIABEL | DIMENSI | INDIKATOR | Instrumen Penelitian |
|-----------------|--|---|---|-----------------------------|
| | <i>Information Search</i> (Kerin <i>et al.</i> 2015) | <i>1. Previous Experiences</i> | 1. Mengetahui informasi mengenai <i>staycation</i> di Kota Bandung karena sudah pernah <i>staycation</i> | 11 |
| | | <i>2. Personal Sources</i> | 1. Mengetahui informasi mengenai <i>staycation</i> di Kota Bandung dari keluarga atau teman/kenalan | 12 |
| | | <i>3. Public Sources</i> | 1. Mencari informasi mengenai <i>staycation</i> di Kota Bandung dari sosial media (Instagram, TikTok, dan Facebook) | 13 |
| | | | 2. Mencari informasi mengenai <i>staycation</i> di Kota Bandung dari media konvensional (Televisi, Radio, Koran, dan Majalah) | 14 |
| | | <i>4. Marketer Dominated Sources</i> | 1. Mencari informasi mengenai <i>staycation</i> di Kota Bandung dari <i>platform Online Travel Agent</i> | 15 |
| | | | 2. Mencari informasi mengenai <i>staycation</i> di Kota Bandung melalui website hotel | 16 |
| | <i>The Estimation of Alternatives</i> (Kerin <i>et.al</i> 2015) | <i>1. Suggesting criteria to use for the purchase</i> | 1. Mempertimbangkan <i>staycation</i> di Kota Bandung dikarenakan memiliki harga hotel yang bervariasi | 17 |

TABEL 12
MATRIKS OPERASIONAL VARIABEL
(LANJUTAN)

| VARIABEL | SUB-VARIABEL | DIMENSI | INDIKATOR | Instrumen Penelitian |
|-----------------|---------------------|---|--|-----------------------------|
| | | | 2. Mempertimbangkan <i>staycation</i> di Kota Bandung dikarenakan memiliki fasilitas yang bervariasi | 18 |
| | | | 3. Mempertimbangkan <i>staycation</i> di Kota Bandung dikarenakan memiliki pemandangan (alam) / suasana (sejuk & tenang) | 19 |
| | | | 4. Mempertimbangkan <i>staycation</i> di Kota Bandung dikarenakan memiliki pemandangan (city light) & suasana (ramai) | 20 |
| | | | 5. Mempertimbangkan <i>staycation</i> di Kota Bandung dikarenakan memiliki desain hotel yang bervariasi | 21 |
| | | 2. <i>Yielding brand names that might meet the criteria</i> | 1. Mempertimbangkan <i>staycation</i> di Kota Bandung dikarenakan hotel tersebut memiliki nama yang terkenal | 22 |
| | | | 2. Mempertimbangkan <i>staycation</i> di Kota Bandung pada <i>Budget Hotel</i> | 23 |
| | | | 3. Mempertimbangkan <i>staycation</i> di Kota Bandung pada <i>Luxury Hotel</i> (Bintang 4 & 5) | 24 |
| | | 3. <i>Developing consumer value perceptions</i> | 1. Mempertimbangkan harga sesuai dengan apa yang ditawarkan oleh hotel tersebut | 25 |

TABEL 13
MATRIKS OPERASIONAL VARIABEL
(LANJUTAN)

| VARIABEL | SUB-VARIABEL | DIMENSI | INDIKATOR | Instrumen Penelitian |
|----------|---|---|--|---|
| | | | 2. Mempertimbangkan fasilitas yang ditawarkan sesuai dengan harga yang diberikan | 26 |
| | <i>The Purchase of Tourism Product</i> | 1. Channel Pembelian | 1. Melakukan pembelian produk <i>staycation</i> melalui Online Travel Agent karena efektif dan efisien | 27 |
| | | | 2. Melakukan pembelian produk <i>staycation</i> melalui <i>reservasi</i> langsung kepada hotel terkait agar lebih terpercaya | 28 |
| | | | 3. Melakukan pembelian produk <i>staycation</i> melalui website resmi | 29 |
| | | 2. Gaya dan Perilaku Pembelian | 1. Melakukan transaksi pembayaran melalui <i>internet banking</i> | 30 |
| | | | 2. Melakukan transaksi pembayaran melalui tunai | 31 |
| | | <i>Purchase Evaluation (Kotler & Keller 2015)</i> | 1. Postpurchase Satisfaction | 1. Merasa puas dengan fasilitas sesuai dengan apa yang ditawarkan pihak hotel |
| | 2. <i>Staycation</i> di hotel Kota Bandung sesuai dengan ekspektasi | | | 33 |
| | 2. Postpurchase Actions | | 1. Akan melakukan rekomendasi <i>staycation</i> di Kota Bandung kepada rekan, teman, atau keluarga | 34 |

TABEL 14
MATRIKS OPERASIONAL VARIABEL
(LANJUTAN)

| VARIABEL | SUB-VARIABEL | DIMENSI | INDIKATOR | Instrumen Penelitian |
|-----------------|---------------------|----------------|--|-----------------------------|
| | | | 2. Akan melakukan pembelian kembali terkait dengan <i>staycation</i> di Kota Bandung | 35 |

F. Analisis Data

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu jenis analisis statistic deskriptif. Analisis statistik deskriptif adalah statistik yang berfungsi untuk mendeskripsikan atau memberi gambaran terhadap objek yang diteliti melalui data sampel atau populasi sebagaimana adanya, tanpa melakukan analisis dan membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum. (Sugiyono,2015) .

Termasuk dalam statistik deskriptif antara lain penyajian data melalui tabel, grafik, diagram lingkaran,piktogram, perhitungan modus, median, mean (pengukuran tendensi sentral), perhitungan desil, persentil, perhitungan penyebaran data melalui perhitungan rata-rata dan standar deviasi, perhitungan persentase.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan penelitian analisis statistic deskriptif dengan tujuan melakukan pendeskripsian dan memberikan gambaran terhadap objek yang diteliti melalui sampel yang nanti akan disajikan dalam bentuk suatu tabel dan distribusi frekuensi seperti tabel,grafik,diagram lingkaran,dsb sehingga dapat memberikan suatu gambaran terkait dengan keadaan perilaku wisatawan milenial yang melakukan *staycation* pada era *new normal* di Kota Bandung.

Menurut Prastowo (2011) dalam pembuatah daftar distribusi frekuensi dengan panjang kelas yang sama, dapat dilakukan dengan menggunakan beberapa cara – cara berikut :

1. Menentukan banyak kelas interval yang diperlukan pada penelitian.

Pada penelitian ini peneliti menggunakan sebanyak 5 katagori, yaitu :

1. Sangat setuju diberi skor 5
2. Setuju diberi skor 4
3. Cukup diberi skor 3
4. Tidak setuju diberi skor 2
5. Sangat tidak setuju di beri skor 1

2. Tabulasikan hasil data penelitian kedalam kelas atau katagori yang sesuai.

3. Setelah mentabulasikan hasil data penelitian dibuat masing masing nilai modulus atau rata – rata atau mean dari simpangan baku.

Analisis data dilakukan dengan menggunakan garis kontinum untuk mengukur seberapa besar kekiatan pada variable perilaku wisatawan milenial dalam melakukan *staycation* pada era *new normal* di Kota Bandung.

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 daro perbandingan antara skor actual dan skor ideal. Perolehan kecendrungan

jawaban responden akan didasarkan pada nilai rata-rata skor jawaban yang selanjutnya akan dikategorikan pada rentang skor berikut ini :

$$\begin{aligned} \text{Skor minimum} &= 1 \\ \text{Skor maksimum} &= 5 \\ \text{Lebar skala} &= \frac{5-1}{5} = 0,8 \end{aligned}$$

Kategori dari skala dapat ditentukan sebagai berikut :

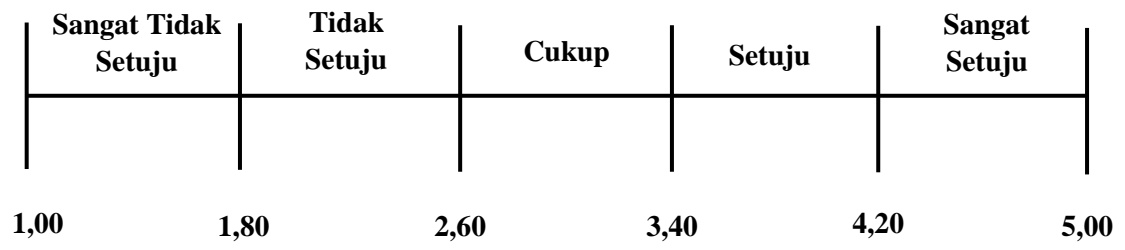
TABEL 15
KATEGORI INTERPRETASI SKOR

| Skala | Kategori |
|-------|---------------------|
| 1 | Sangat Tidak Setuju |
| 2 | Tidak Setuju |
| 3 | Cukup |
| 4 | Setuju |
| 5 | Sangat Setuju |

Sumber : Sugiyono (2017)

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

GAMBAR 5
GARIS KONTINUM



G. Jadwal Penelitian

| No. | Kegiatan | 2020 | | | 2021 | | | | | | | |
|-----|---|------|-----|-----|------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|--|
| | | Okt | Nov | Des | Jan | Feb | Mar | Apr | Mei | Jun | Jul | |
| 1 | Penyusunan Proposal Seminar Usulan Penelitian | | | | | | | | | | | |
| 2 | Seminar Usulan Penelitian | | | | | | | | | | | |
| 3 | Pengambilan Data | | | | | | | | | | | |
| 4 | Olah Data dan Analisis | | | | | | | | | | | |
| 5 | Penyusunan dan Pengumpulan Laporan | | | | | | | | | | | |
| 6 | Sidang Akhir | | | | | | | | | | | |

Sumber : Hasil Olahan Penulis, 2021