

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Di dalam suatu penelitian diperlukan adanya metode penelitian yang membantu dalam tahapan untuk penyelesaian masalah. Metode penelitian adalah suatu cara untuk menghasilkan data dari suatu penelitian dengan harapan mampu memecahkan suatu masalah (Darmadi, 2013). Pada penelitian ini, metode penelitian yang akan penulis gunakan adalah penelitian deskriptif dan pendekatan kuantitatif.

Menurut Nazir (2011), Metode penelitian penelitian deskriptif yaitu sebagai berikut:

“Suatu metode dalam meneliti status sekelompok manusia, suatu objek, suatu set kondisi, suatu sistem pemikiran, ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang. Tujuan dari metode deskriptif ini adalah untuk membuat deskripsi, gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta – fakta, sifat – sifat serta hubungan antara fenomena yang diselidiki.”

Penelitian kuantitatif sendiri menurut Duli (2019) adalah sebagai berikut:

“Kegiatan pengumpulan, pengolahan, analisis dan penyajian data berdasarkan jumlah atau banyaknya yang dilakukan secara objektif untuk memecahkan suatu persoalan atau menguji suatu hipotesis untuk mengembangkan prinsip – prinsip umum.”

B. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Menurut Nazir (2011), Populasi adalah sekelompok manusia yang memiliki nilai dan ciri atau sifat yang sebelumnya sudah ditentukan oleh peneliti. Sedangkan populasi menurut Sugiyono (2012) adalah “Wilayah

generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik yang telah ditentukan oleh penulis untuk kemudian dipelajari dan ditarik kesimpulannya.” Maka dari itu, populasi akan membantu penelitian untuk menentukan subyek yang ingin diteliti agar sesuai dengan yang dibutuhkan.

Jumlah populasi yang ditentukan oleh penulis di dalam penelitian ini adalah *followers* pada akun Instagram @travelsociety.co yang dilihat per 8 Maret 2021 berjumlah sebanyak 26.316 pengguna.

2. Sampel

Menurut Sugiyono (2012) sampel adalah sekumpulan kelompok dan sifat yang berasal dari populasi. Sampel juga dapat dikatakan sebagai bagian dari populasi (Arikunto, 2006). Sampel yang akan diambil adalah *followers* dari Instagram @travelsociety.co. Pada penelitian ini, jumlah sampel akan ditentukan menggunakan rumus Krecjie and Morgan yang tertera sebagai berikut

$$n = \frac{\chi^2 . N . P(1 - P)}{(N - 1) . d^2 + \chi^2 . P(1 - P)}$$

Keterangan:

n : Jumlah Sampel

N : Jumlah Populasi

d : Derajat Ketelitian (sebesar 10% atau 0,1)

P : Proporsi Populasi (0,5)

X^2 : Nilai Tabel (2,706)

Perhitungan jumlah sampel pada penelitian ini dengan menggunakan rumus Krejcie and Morgan tertera sebagai berikut

$$n = \frac{2,706 \times 26.316 \times 0,5(1-0,5)}{(26.316-1) \times 0,1^2 + 2,706 \times 0,5(1-0,5)} =$$

276,8 yang dibulatkan menjadi 277

Maka jumlah sampel yang akan dipakai dari 26.316 jumlah populasi adalah sebanyak 277 responden yang belum pernah membeli paket wisata di Travel Society.

Teknik pengambilan sampling yang digunakan penulis adalah *probability sampling*. *Probability sampling* menurut Sugiyono (2017) adalah “Teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel.” Teknik *probability sampling* yang akan digunakan pada penelitian ini adalah *simple random sampling* yaitu pengambilan sampel dari populasi yang dilakukan secara acak. *Simple random sampling* mampu meminimalisir kesalahan dengan mempermudah analisis (Prof. Dr. Ir. Sugiarto, 2017).

C. Obyek Penelitian

Obyek penelitian merupakan unsur yang dibutuhkan di dalam suatu penelitian. Menurut Umar (2013), Objek penelitian adalah membahas mengenai pihak yang kita teliti dan menjelaskan dimana dan kapan penelitian dilakukan. Dengan adanya objek penelitian akan membantu memperjelas dari segi keterangan objek yang ingin dibahas. Dalam penelitian ini, obyek penelitian yang akan diteliti adalah Instagram milik Travel Society dengan nama akun @travelsociety.co.

Berikut keterangan mengenai Instagram @travelsociety.co yang merupakan obyek dari penelitian ini:

a. Instagram Travel Society

Travel Society mempunyai akun Instagram dengan nama @travelsociety.co. Akun Instagram ini dibuat sejak tahun 2016. Pada 8 Maret 2021, pengikut (*followers*) pada akun @travelsociety.co berjumlah sebanyak 26.316 pengguna dengan jumlah unggahan sebanyak 268 *posts*.

b. Profil Perusahaan

GAMBAR 1

LOGO TRAVEL SOCIETY



Sumber: Travel Society (2021)

Nama Perusahaan : Travel Society
Alamat : Jalan Ampasit Raya, Cideng Barat, Kec.Gambir,
Jakarta Pusat 10150
Nomor Telepon : +62 82211789140
E-mail : Society.idn@gmail.com

c. Ruang Lingkup

Travel Society adalah perusahaan yang bergerak dibidang perjalanan sejak tahun 2016. Perusahaan ini memiliki slogan “*one stop*”

solution” yang terpercaya dari pelayanan. Travel Society memiliki tujuan untuk menjadikan kegiatan *travelling* sebagai sebuah lifestyle yang menyatu dengan keseharian orang-orang, dan dapat diakses serta dinikmati semua kalangan dengan mudah.

Berikut beberapa produk yang dimiliki oleh Travel Society:

- Sailing Komodo 3D2N (*open trip*)
- Sailing Komodo 3D2N (*private trip*)
- Adventure through Flores 3D2N (*open trip*)
- Road to Wae Rebo 2D1N (*private trip*)
- Road to Wae Rebo + Kelimutu 4D3N (*private trip*)
- Exocit Sumba 4D3N (*open trip*)
- Exotic Sumba 4D3N (*private trip*)
- Exotic Sumba 5D4N (*private trip*)

Paket wisata *private trip* milik Travel Society tersedia dalam opsi *tailored – made*.

D. Metode Pengumpulan Data

1. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian yang dilakukan akan diperoleh data dari sampel yang telah ditentukan oleh penulis. Teknik pengumpulan data merupakan unsur yang dibutuhkan penulis untuk mendapatkan data yang dicari. Menurut Sugiyono (2012), Teknik pengumpulan data adalah salah satu tahap yang dibutuhkan dalam penelitian dikarenakan maksud dari sebuah penelitian adalah mendapatkan data.

Di dalam penelitian ini, teknik yang akan digunakan penulis adalah sebagai berikut:

a. Survey

Salah satu teknik pengumpulan data yang dapat digunakan di dalam penelitian kuantitatif adalah survey, peneliti akan melakukan survey dengan menyebarkan kuesioner kepada responden. Kuesioner menurut Sugiyono (2013) merupakan metode pengumpulan data dimana penulis atau peneliti menyusun pertanyaan untuk dijawab oleh responden yang telah ditentukan. Di dalam penelitian ini, form kuesioner akan disebar kepada responden melalui internet.

b. *Interview* (wawancara)

Wawancara merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan oleh penulis jika penulis mendapatkan suatu masalah yang harus diteliti dan penulis ingin melakukan studi pendahuluan (Sugiyono, 2013). Wawancara terbagi menjadi 2 jenis yaitu wawancara berstruktur dan tidak berstruktur. Di dalam penelitian ini, penulis akan menggunakan wawancara terstruktur. Pada wawancara terstruktur, daftar pertanyaan sudah disusun oleh penulis dalam bentuk pedoman wawancara.

c. Studi Kepustakaan

Teknik pengumpulan data terakhir yang akan digunakan di dalam penelitian ini adalah studi kepustakaan. Studi kepustakaan membahas berbagai teori dan referensi yang berkaitan dengan masalah yang akan

diteliti (Sugiyono, 2013). Maka pada penelitian ini, penulis akan menggunakan teori yang dijadikan landasan untuk menganalisis data.

2. Alat Pengumpulan Data

Alat pengumpulan data yang akan penulis gunakan di dalam penelitian ini terdiri dari 2 alat yaitu kuesioner dan pedoman wawancara.

a. Kuesioner

Alat pengumpulan data menggunakan kuesioner merupakan cara pengumpulan data tidak langsung dalam artian penulis tidak bertemu secara langsung kepada responden (Kurniawan & Puspitaning, 2018). Jenis kuesioner yang akan digunakan pada penelitian ini adalah metode kuesioner tertutup. Kuesioner tertutup adalah metode dimana jawaban atas pertanyaan yang diberikan sudah ditentukan oleh penulis. (Kurniawan & Puspitaning, 2018). Kelebihan dari metode kuesioner tertutup yaitu data yang diperoleh akan mudah diolah dan memiliki kesempatan yang besar untuk kuesioner tersebut diisi (Nasution, 2003).

b. Pedoman Wawancara

Pedoman wawancara adalah alat pendukung metode wawancara. Pedoman wawancara berisi susunan pertanyaan yang akan ditanyakan kepada narasumber. Pada penelitian ini pedoman wawancara akan dilakukan terhadap Travel Society yang memahami topik dari *social media marketing* yang diberikan penulis.

E. Definisi Operasional Variable

Menurut Kurniawan & Puspitaning (2018), menjelaskan definisi operasional variable sebagai berikut “Suatu definisi yang didasarkan pada

karakteristik yang dapat diobservasi dari apa yang sedang didefinisikan atau menerjemahkan sebuah konsep variabel ke dalam instrumen pengukuran”. Di dalam penelitian ini variable yang akan dijadikan sebagai alat ukur adalah EPIC Model yang dikembangkan oleh AC. Nielsen. EPIC Model mengandung 4 dimensi yaitu *empathy*, *persuasion*, *impact* dan *communication*.

a. *Empathy*

Dimensi empati menjelaskan keadaan psikologis yang membentuk seseorang mengartikan atau mengasumsikan dirinya pada situasi, perasaan dan pikiran serupa dengan suatu kelompok maupun dengan orang tertentu. Dimensi empati juga bersangkutan dengan kognisi dan afeksi seseorang. (Durianto, 2003). Maka indikator pada dimensi ini terdapat dua bagian yaitu berdasarkan kognisi dan afeksi.

b. *Persuasion*

Dimensi persuasi berkaitan dengan perubahan yang terjadi terhadap seseorang dari segi tingkah laku, perasaan, dan kepercayaan akibat promosi pemasaran (Peter & Olson, 2010). Maka indikator pada dimensi terdiri dari ketertarikan pelanggan terhadap produk dan pengaruh keputusan pembelian akan produk

c. *Impact*

Dimensi dampak dapat digunakan untuk mengetahui kelebihan suatu merek dari segi daya saing terhadap merek lain pada golongan yang sama. Hasil yang ingin diperoleh dari aktivitas pemasaran adalah pengetahuan produk (*product knowledge*) yang dipahami oleh pelanggan dengan cara sejauh mana pelanggan terlibat (*involvement*) dengan produk

atau proses pemilihan (Durianto, 2003). Indikator yang terdapat di dimensi dampak adalah *product knowledge*, *product involvement* dan reputasi merek terhadap merek lain pada golongan yang sama

d. *Communication*

Dimensi komunikasi menjelaskan bagaimana pelanggan mampu untuk mengingat pesan yang ingin disampaikan serta sejauh mana pelanggan memahami pesan tersebut dan kesan yang ditinggalkan terhadap pesan. Hal ini dimulai dengan menentukan informasi yang ingin disampaikan dan dilanjutkan dengan menyampaikan informasi tersebut menggunakan kata dan gambar. (Durianto, 2003). Maka indikator yang terdapat pada dimensi ini adalah pemahaman pelanggan akan informasi produk, penyampaian informasi yang menarik dan kelengkapan informasi.

Berikut tertera Matriks Operasional Variable (MOV) yang digunakan didalam penelitian ini:

TABEL 1
MATRIKS OPERASIONAL VARIABEL

Konsep	Variable	Dimensi	Indikator	Instrumen
Efektivitas merupakan hal yang bersangkutan akan hasil atau tujuan yang ingin dicapai dengan cara memperhitungkan hasil dan cara dari perusahaan untuk mencapai tujuan (Bastian, 2006)	Social Media (Instagram)	<i>Empathy</i>	Kognisi	Kuesioner
				Kuesioner
			Afeksi	Kuesioner
				Kuesioner
		<i>Persuasion</i>	Ketertarikan akan produk	Kuesioner
			Pengaruh keputusan pembelian	Kuesioner
		<i>Impact</i>	<i>Product knowledge</i>	Kuesioner
			<i>Product Involvement</i>	Kuesioner
			Reputasi merek	Kuesioner
				Kuesioner
		<i>Communication</i>	Pemahaman Informasi	Kuesioner
			Penyampaian Informasi	Kuesioner
			Kelengkapan Informasi	Kuesioner

Sumber; Bastian (2006), AC.Nielsen

F. Analisis Data

1. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang dapat dilakukan di dalam penelitian deksriptif pendekatan kuantitatif yaitu menggunakan statistik. Stasisitik yang dapat

digunakan terdapat dua jenis yaitu statistik deskriptif dan statistik inferensial. Di penelitian ini, penulis akan menggunakan teknik analisis data berupa statistik deskriptif. Menurut Sugiyono (2013), statistik deskriptif dijelaskan sebagai berikut

“Menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku umum atau generalisasi”

Sedangkan menurut Kurniawan & Puspitaning (2018) statistik deskriptif adalah teknik yang menjelaskan data dalam bentuk grafik, tabel, diagram lingkaran, pictogram dan perhitungan tendensi sentral (modus, median, mean). Hal ini dilakukan agar setiap karakteristik data akan lebih mudah dimengerti.

2. Alat Analisis Data

Kuesioner yang disebarkan kepada responden akan menggunakan skala likert. Skala likert merupakan alat untuk mengukur perilaku, opini dan pandangan sekelompok individu mengenai fenomena sosial yang sedang terjadi (Sugiyono, 2013). Kuesioner akan diberikan kepada responden dengan skor angka 1 hingga 5 , dimana skor tersebut mengandung pengertian sebagai berikut:

TABEL 2
BOBOT PENILAIAN RESPONDEN

Pertanyaan	Skor
Sangat Baik	5
Baik	4

Cukup Baik	3
Tidak Baik	2
Sangat Tidak Baik	1

Sumber: Sugiyono (2013)

Setelah penulis telah mengumpulkan data, data akan dihitung kembali dengan menggunakan garis rentang kontinum dengan perhitungan sebagai berikut:

GAMBAR 2

GARIS RENTANG KONTINUM



Sumber: Penulis (2021)

$$\text{Rentang skala} = \frac{\text{Nilai Maksimum} - \text{Nilai Minimum}}{\text{Kelas Interval}}$$

3. Uji Validitas dan Reliabilitas

Selain mengelola data yang didapatkan dari penelitian, penulis juga harus menguji kuesioner yang akan diberikan kepada responden untuk memperoleh data dengan cara uji validitas dan reliabilitas.

a. Uji Validitas

Menurut Kurniawan & Puspitaning (2018), Uji validitas dilakukan agar dapat diketahui ketepatan dari setiap pertanyaan yang akan diberikan kepada responden dalam mengukur variable. Pertanyaan pada kuesioner dikatakan valid apabila R hitung lebih

besar dibandingkan R tabel. Mengukur validitas akan menggunakan rumus Pearson yaitu

$$r_{xy} = \frac{N \sum xy - \sum x \sum y}{\sqrt{(N \sum x^2 - (\sum x)^2)(N \sum y^2 - (\sum y)^2)}} \dots\dots (1)$$

Keterangan:

r_{xy} : korelasi antara variable x dan y

N : jumlah responden

Uji validitas akan diukur dengan sistem IBM SPSS , berikut hasil uji validitas dari setiap butir pertanyaan yang akan diajukan kepada responden

TABEL 3
HASIL UJI VALIDITAS

Butir Soal	R hitung	R Tabel	Keterangan
1	0,661	0,361	Valid
2	0,619	0,361	Valid
3	0,536	0,361	Valid
4	0,610	0,361	Valid
5	0,701	0,361	Valid
6	0,402	0,361	Valid
7	0,480	0,361	Valid
8	0,538	0,361	Valid
9	0,694	0,361	Valid
10	0,602	0,361	Valid
11	0,662	0,361	Valid

12	0,806	0,361	Valid
13	0,796	0,361	Valid
14	0,821	0,361	Valid
15	0,779	0,361	Valid
16	0,689	0,361	Valid
17	0,859	0,361	Valid
18	0,831	0,361	Valid
19	0,754	0,361	Valid
20	0,709	0,361	Valid

Josephine Kasih

b. Uji Reliabilitas

Selain mengukur validnya sebuah variable diperlukan juga untuk mengukur reliabilitas. Reliabilitas menurut Azwar (2011) adalah

“Sejauh mana hasil suatu pengukuran memiliki keterpercayaan, keterandalan, keajegan, konsistensi, kestabilan yang dapat dipercaya. Hasil ukur dapat dipercaya apabila dalam beberapa kali pengukuran terhadap kelompok subjek yang sama diperoleh hasil yang relatif sama”.

Uji reliabilitas pada penelitian ini akan menggunakan jenis reliabilitas skala atau kuesioner dengan rumus Cronbach's Alpha sebagai berikut

$$r_{tt} = \left(\frac{K}{K-1} \right) \left(1 - \left(\frac{\sum \partial_b^2}{\sum \partial_t^2} \right) \right) \dots \dots \dots (2)$$

Keterangan:

rtt : koefisien reliabilitas

k : banyaknya butir

$\sum \sigma^2 b$: jumlah varian butir

$\sum \sigma^2 t$: varian skor total

Hasil perhitungan uji reliabilitas pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

TABEL 4

HASIL UJI RELIABILITAS

Cronbach's Alpha	N of Items
0,937	.20

Josephine Kasih

Dari hasil olahan diatas, diketahui bahwa nilai Alpha yang didapat adalah 0,937. Maka pada kategori koefisien reliabilitas termasuk ke dalam reliabilitas tinggi.

G. Jadwal Penelitian

Penulis melakukan penelitian dimulai pada bulan Februari 2021 hingga bulan Agustus 2021. Berikut keterangan rinci dari jadwal penelitian yang dilakukan oleh penulis:

TABEL 5

JADWAL PENELITIAN

No.	Keterangan	Periode Pelaksanaan						
		Feb	Mar	Apr	Mei	Jun	Jul	Agu
1.	Pengumpulan TOR							
2.	Penyusunan Usulan Penelitian							
3.	Seminar Penyusunan Penelitian							
4.	Observasi Lapangan							

5.	Penyusunan Proyek Akhir							
6.	Sidang Proyek Akhir							

