

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Metode Dan Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Menurut Sugiyono (2016) penelitian kuantitatif adalah sebuah penelitian ilmiah dengan kaidah-kaidah yang rasional, konkrit, sistematis, dan terukur.⁵⁷ Data yang digunakan dalam metode penelitian kuantitatif berupa angka dan teknik analisis datanya menggunakan statistik.⁵⁸

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan kuesioner sebagai alat utama untuk mengumpulkan data penelitian.⁵⁹ Peneliti menggunakan kuesioner dalam bentuk *Google Form* yang dibagikan kepada responden dan data yang telah diperoleh kemudian dianalisis dan ditarik sebuah kesimpulan.

3.2 Populasi

Populasi adalah suatu obyek atau subyek dengan karakteristik tertentu yang menjadi target penelitian untuk dipelajari dan kemudian ditarik sebuah kesimpulan oleh peneliti.⁶⁰ Populasi dalam penelitian diadakan dengan tujuan untuk memudahkan peneliti dalam menentukan besarnya jumlah sampel yang diambil

⁵⁷ Sugiyono, 2016, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta) hal. 7

⁵⁸ *Ibid.*

⁵⁹ Litta Ayu Martin. 2018. "Pengaruh Akun Instagram @explorebanten Terhadap Minat Berkunjung (Traveling) Ke Tempat Wisata Di Banten". Skripsi: Universitas Sultan Ageng Tirtayasa Banten Bandung. hal. 41.

⁶⁰ Sugiyono. *Op.Cit.* hal 80

dari populasi penelitian.⁶¹ Populasi dalam penelitian ini adalah pengikut akun *Instagram* Disbudpar Kota Semarang yang berjumlah 16.121 orang.

3.3 Teknik Sampling

Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *nonprobability sampling*. *Nonprobability sampling* adalah sebuah teknik sampling di mana peneliti tidak memberikan kesempatan/peluang yang sama bagi setiap anggota populasi untuk dijadikan sampel penelitian.⁶² Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan cara *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah pengambilan sampel dari populasi yang sudah ditentukan berdasarkan kriteria yang ditentukan oleh peneliti.⁶³ Adapun kriteria yang digunakan untuk menentukan sampel :

1. Pengikut akun *Instagram* Disbudpar Kota Semarang.
2. Pernah berkunjung ke Kota Semarang.

3.4 Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi yang memiliki karakteristik tertentu.⁶⁴ Penentuan jumlah sampel pada penelitian ini menggunakan rumus *slovin*. Rumus *slovin* adalah sebuah rumus yang digunakan pada suatu penelitian yang memiliki

⁶¹ Husaini Usman dan R. Purnomo Setiady Akbar dalam Reni Nur Anggraeni. 2018. "Pengaruh Promosi Kafe Sobaholic di *Instagram* terhadap Minat Berkunjung". Skripsi: Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Hal. 51

⁶² Sugiyono. *Op.Cit.* hal 84

⁶³ *Ibid.*

⁶⁴ *Ibid.* hal 81

jumlah sampel yang besar untuk mendapatkan sampel yang sedikit tapi bisa mewakili populasi penelitian.⁶⁵ Adapun rumus yang digunakan sebagai berikut :

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

Keterangan :

n : jumlah sampel

N : jumlah populasi

E : batas toleransi kesalahan 10 % (0,1)

Maka perolehan jumlah sampel pada penelitian ini

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

$$n = \frac{16.121}{1 + 16.121 (0,1)^2}$$

$$n = \frac{16.121}{1 + 16.121 (0,01)}$$

$$n = \frac{16.000}{162,21}$$

$$n = 99,38 \text{ dibulatkan menjadi } 100$$

Pada penelitian ini jumlah sampel yang akan digunakan adalah sebanyak 100.

Jumlah tersebut sekiranya relevan dengan jumlah populasi yaitu sebanyak 16.121.

3.5 Operasional Konsep

Operasional konsep merupakan langkah yang dilakukan peneliti dengan

⁶⁵ Internet. "Cara Hitung Rumus Slovin Besar Sampel Minimal"
<https://www.statistikian.com/2017/12/hitung-rumus-slovin-sampel.html> diakses pada 16 April 2020

mencari indikator di setiap variabelnya. Hal ini bertujuan agar variabel dalam penelitian ini dapat diukur. Berikut adalah tabel operasional konsep penelitian :

Tabel 3.5 Operasional Konsep

Variabel Penelitian	Dimensi	Indikator	Skala
Instagram sebagai media promosi (X)	Partisipasi	<ol style="list-style-type: none"> 1. Unggahan menarik. 2. Tampilan visual pada <i>feed Instagram</i> menarik. 3. Memberi tanda suka pada suatu unggahan. 4. Menimbulkan keinginan berkunjung. 	Likert
	Keterbukaan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Informasi dapat diakses dengan mudah 	Likert
	Percakapan	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Instagram</i> dijadikan sarana untuk bertanya, memberi saran dan kritik. 2. Keaktifan dalam memberikan respon. 	Likert
	Komunitas	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Instagram</i> sebagai tempat untuk berdiskusi dengan pengguna lain. 	Likert
	Keterhubungan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menggunakan tagar / hastag 2. Informasi dapat diakses melalui berbagai fitur. 	Likert
Keputusan Berkunjung (Y)	Pengenalan Masalah	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ingin berkunjung ke Kota Semarang. 	Likert
	Pencarian Informasi	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mencari informasi melalui akun <i>Instagram @disbudparkotasemarang</i>. 2. Informasi yang didapatkan lengkap. 	Likert
	Evaluasi Alternatif	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mempertimbangkan kunjungan ke Kota Semarang. 	Likert
	Keputusan Berkunjung	<ol style="list-style-type: none"> 1. Keputusan untuk berkunjung ke Kota Semarang. 	Likert

	Evaluasi Pasca Berkunjung	<ol style="list-style-type: none"> 1. Muncul perasaan puas setelah melakukan kunjungan. 2. Melakukan kunjungan ulang ke Kota Semarang. 	Likert
--	---------------------------	--	--------

Sumber : Olahan data peneliti, 2020

3.6 Indikator Variabel

Menurut Hatch dan Farhady (1981) variabel adalah suatu obyek yang memiliki variasi antara satu obyek dengan obyek yang lain atau seseorang yang mempunyai variasi antara satu orang dengan yang lain.⁶⁶ Menurut Kidder (1981) variabel adalah suatu hal yang akan dipelajari oleh peneliti kemudian ditarik sebuah kesimpulan.⁶⁷ Dapat disimpulkan bahwa variabel merupakan suatu hal yang memiliki variasi dan diteliti oleh peneliti kemudian dipelajari untuk ditarik sebuah kesimpulan.

Terdapat dua variabel dalam penelitian ini yaitu variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y) di mana variabel bebas merupakan variabel yang dapat mempengaruhi variabel terikat. Variabel bebas (X) dalam penelitian ini adalah *Instagram* sebagai media promosi yang memiliki dimensi partisipasi, keterbukaan, percakapan, komunitas, dan keterhubungan. Variabel terikat adalah (Y) keputusan berkunjung wisatawan yang memiliki dimensi pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan berkunjung, dan evaluasi pasca berkunjung.

⁶⁶ Sugiyono, 2016, *Statistika untuk Penelitian*, (Bandung: Alfabeta) hal. 3

⁶⁷ *Ibid.*

3.7 Hipotesis Riset

Hipotesis merupakan jawaban pada rumusan masalah suatu penelitian yang sifatnya sementara karena jawaban yang diberikan belum berlandaskan fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data penelitian.⁶⁸ Berikut ini adalah hipotesis penelitian :

H0 : *Instagram* sebagai media promosi Disbudpar Kota Semarang (X) tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan ke Kota Semarang (Y)

H1: *Instagram* sebagai media promosi Disbudpar Kota Semarang (X) berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan ke Kota Semarang (Y)

3.8 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data menjadi satu langkah penting dalam suatu penelitian karena melalui pengumpulan data, seorang peneliti bisa mendapatkan data dari lapangan yang kemudian dapat diolah dan dipelajari untuk ditarik suatu kesimpulan.⁶⁹ Teknik pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti dalam penelitian ini adalah dengan menyebarkan kuesioner atau angket dan wawancara.

3.8.1 Kuesioner

Penyebaran kuesioner adalah teknik pengumpulan data dengan memberikan sejumlah pertanyaan kepada responden. Teknik pengumpulan data ini cocok

⁶⁸ Sugiyono, 2016, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta. hal 64

⁶⁹ Litta Ayu Martin. 2018. "Pengaruh Akun Instagram @explorebanten Terhadap Minat Berkunjung (Traveling) Ke Tempat Wisata Di Banten". Skripsi: Universitas Sultan Ageng Tirtayasa Banten Bandung. Hal. 41.

digunakan apabila jumlah respondennya cukup besar.⁷⁰ Responden akan menerima pertanyaan mengenai *Instagram* Disbudpar Kota Semarang dan keputusan berkunjung. Kuesioner yang digunakan pada penelitian ini adalah kuesioner tertutup berupa *Google Form* yang nantinya responden akan memilih jawaban sesuai dengan jawaban yang telah disediakan. Guna menghasilkan data yang akurat maka dibutuhkan skala pengukuran pada instrumen ini. Skala pengukuran yang digunakan oleh peneliti adalah skala likert.

Skala likert merupakan skala pengukuran yang digunakan untuk mengukur opini, perilaku, dan persepsi seseorang terhadap suatu fenomena sosial.⁷¹ Melalui skala likert, variabel yang akan diukur kemudian dijabarkan menjadi indikator variabel yang nantinya akan dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen berupa pertanyaan atau pernyataan.⁷² Dengan menggunakan skala likert untuk keperluan analisis kuantitatif, maka diberikan skor pada jawaban dari setiap instrumen.

Tabel 3.8.1 Skor skala likert

Pilihan Jawaban	Singkatan	Skor
Sangat Setuju	SS	5
Setuju	S	4
Ragu-ragu	RG	3
Tidak Setuju	TS	2
Sangat Tidak Setuju	STS	1

Pada penelitian ini, peneliti hanya menggunakan 4 pilihan jawaban yaitu sangat setuju, setuju, tidak setuju, dan sangat tidak setuju. Hal ini dilakukan peneliti untuk

⁷⁰ Sugiyono. *Op. Cit.* hal 142

⁷¹ *Ibid.* hal 93

⁷² *Ibid.*

menghindari keraguan responden dalam menjawab dan akan memudahkan peneliti untuk menarik kesimpulan.

3.8.2 Wawancara

Wawancara merupakan sebuah teknik pengumpulan data yang dilakukan oleh seorang peneliti guna mendapatkan data secara mendalam.⁷³ Wawancara dapat dilakukan oleh seorang peneliti yang ingin melakukan studi pendahuluan guna menemukan sebuah permasalahan yang harus diteliti.⁷⁴

Dalam penelitian ini, wawancara ditujukan kepada pengikut *Instagram* Disbudpar Kota Semarang bernama Ari Gusman, Julia Saputri, Kusuma Tiara, Dhika Rahma, dan Yunan Dela. Wawancara dilakukan oleh peneliti untuk mendapatkan informasi lebih mendalam guna mendukung hasil kuesioner penelitian. Pelaksanaan wawancara dilakukan secara daring pada tanggal 23 Oktober 2020.

3.9 Uji Validitas Dan Reliabilitas

3.9.1 Uji Validitas

Menurut Hasan (2006) validitas merupakan alat yang digunakan untuk mengukur apa yang hendak diukur.⁷⁵ Uji validitas digunakan untuk mengetahui apakah suatu pertanyaan didalam kuesioner valid atau tidaknya. Validnya suatu pertanyaan atau pernyataan ditunjukkan dengan adanya ketepatan data yang terjadi dengan data yang diperoleh oleh peneliti.⁷⁶

⁷³ Sugiyono. *Loc.Cit* hal 137

⁷⁴ *Ibid.*

⁷⁵ Litta Ayu Martin. 2018. *Loc.Cit.*hal. 43.

⁷⁶ Sugiyono. *Op. Cit.* hal 2

Peneliti menggunakan SPSS 26 untuk mengukur valid atau tidaknya instrumen yang akan digunakan. Pengujian validitas dilakukan menggunakan rumus *Pearson Product Moment*. Berikut adalah rumus *Pearson Product Moment*:

$$r_p = \frac{n \sum xy - \sum x \sum y}{\sqrt{[n \sum x^2 - (\sum x)^2][n \sum y^2 - (\sum y)^2]}}$$

Keterangan :

r_p = Koefisien korelasi

$\sum X_i$ = Jumlah skor item

$\sum Y_i$ = Jumlah skor total

n = Jumlah responden

Dasar pengambilan keputusan :

Jika r hitung positif, dan r hitung $>$ r tabel, maka butir atau variabel tersebut valid.

Jika r hitung positif, dan r hitung $<$ r tabel, maka butir atau variabel tersebut tidak valid.

3.9.2 Uji Reliabilitas

Menurut Sugiarto dan Situnjak (2006) reliabilitas menunjuk pada pemahaman di mana instrumen yang digunakan untuk memperoleh data dalam penelitian dapat dipercaya sebagai alat yang mampu memberikan fakta di lapangan.⁷⁷ Suatu instrumen dapat dikatakan reliabel apabila seseorang menjawab

⁷⁷ Litta Ayu Martin. *Op.cit.* hal. 44

secara konsisten dan stabil.⁷⁸ Reliabilitas instrumen pada penelitian ini diuji dengan menggunakan rumus *Cronbach Alpha*.

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

Keterangan :

r = koefisien reliabilitas alpha

k = jumlah item pertanyaan

$\sum \sigma_b^2$ = jumlah varian butir

σ_t^2 = total varian

Dasar pengambilan keputusannya adalah sebagai berikut :

- Bila r hitung > 0,60 maka kuisioner dinyatakan reliabel
- Bila r hitung < 0,60 maka kuisioner dinyatakan tidak reliabel

Untuk menginterpretasikan tingkat keterandalan instrumen, berikut adalah tabel pengukuran reliabilitas

Tabel 3.9.2 Interpretasi Reliabilitas Data

Besar nilai	Interpretasi
0,80 – 1,00	Tinggi
0,60 – 0,80	Cukup
0,40 – 0,60	Agak rendah
0,20 – 0,40	Rendah
0,00 – 0,20	Sangat rendah

⁷⁸ Internet. "Uji Validitas dan Reliabilitas" <https://qmc.binus.ac.id/2014/11/01/u-j-i-v-a-l-i-d-i-t-a-s-d-a-n-u-j-i-r-e-l-i-a-b-i-l-i-t-a-s/> diakses pada 27 April 2020

3.10 Teknik Analisis Data

3.10.1 Uji Normalitas

Menurut Sugiyono (2011), statistik parametris mengharuskan setiap variabel yang akan dianalisis harus berdistribusi normal.⁷⁹ Untuk mengetahui normal atau tidaknya sebuah data penelitian, maka perlu dilakukan uji normalitas. Uji normalitas dilakukan terlebih dahulu sebelum pengujian hipotesis. Peneliti menguji normalitas dengan *Kolmogorov Smirnov Test* menggunakan SPSS 26. Dasar pengambilan keputusan pada uji normalitas ini adalah sebagai berikut :

- Jika hasil uji memiliki nilai signifikansi $> 0,05$ maka data dinyatakan terdistribusi normal.
- Jika hasil uji memiliki nilai signifikansi $< 0,05$ maka data dinyatakan tidak terdistribusi normal.

3.10.2 Uji Koefisien Korelasi

Uji korelasi dilakukan untuk menyatakan hubungan antar satu variabel dengan variabel lain.⁸⁰ Dalam uji koefisien korelasi, peneliti akan menggunakan rumus *Pearson Product Moment* untuk mencari korelasi antar variabel penelitian. Rumus koefisien korelasi *Pearson Product Moment* adalah sebagai berikut:

$$r = \frac{N \sum XY - \sum X \cdot \sum Y}{\sqrt{\{N \sum X^2 - (\sum X)^2\} \{N \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

⁷⁹ Litta Ayu Martin. *Op.cit.* hal. 55

⁸⁰ Litta Ayu Martin. *Op.cit.* hal. 56

Keterangan :

r : Koefisien korelasi

$\sum xy$: Jumlah perkalian variabel X dan Y

$\sum x^2$: Jumlah dari kuadrat nilai X

$\sum y^2$: Jumlah dari kuadrat nilai Y

$(\sum x)^2$: Jumlah nilai X kemudian dikuadratkan

$(\sum y)^2$: Jumlah nilai Y kemudian dikuadratkan

N : Jumlah responden

Untuk mengetahui besar atau kecil koefisien korelasi, maka dapat menggunakan kriteria interpretasi koefisien korelasi dibawah ini :

Tabel 3.10.2 Kriteria Interpretasi Koefisien Korelasi

Besar nilai	Interpretasi
0,80 – 1,00	Tinggi
0,60 – 0,80	Cukup
0,40 – 0,60	Agak rendah
0,20 – 0,40	Rendah
0,00 – 0,20	Sangat rendah

3.10.3 Uji Analisis Regresi Linear Sederhana

Analisis regresi linear sederhana adalah persamaan regresi yang digunakan untuk meneliti pengaruh variabel bebas (X) ke variabel terikat (Y).⁸¹ Peneliti menggunakan uji analisis regresi linear sederhana untuk melihat arah hubungan antara variabel x yaitu *Instagram* sebagai media promosi Disbudpar Kota Semarang

⁸¹ Litta Ayu Martin. *Op.cit.* hal. 5

terhadap variabel y yaitu keputusan berkunjung. Rumus analisis regresi linear sederhana adalah sebagai berikut :

$$Y = a + bX$$

Keterangan :

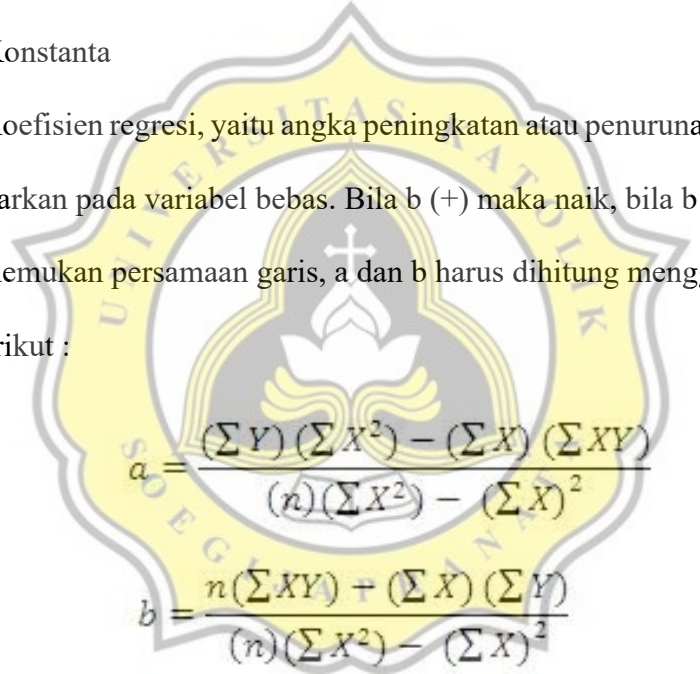
Y = Variabel terikat

X = Variabel bebas

a = Konstanta

b = Koefisien regresi, yaitu angka peningkatan atau penurunan variabel terikat yang didasarkan pada variabel bebas. Bila b (+) maka naik, bila b (-) maka turun.

Untuk menemukan persamaan garis, a dan b harus dihitung menggunakan rumus sebagai berikut :


$$a = \frac{(\sum Y)(\sum X^2) - (\sum X)(\sum XY)}{(n)(\sum X^2) - (\sum X)^2}$$
$$b = \frac{n(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{(n)(\sum X^2) - (\sum X)^2}$$

Keterangan :

a = Konstanta

b = Koefisien Regresi

n = Banyaknya responden

X = Sumbu Instagram sebagai media promosi

Y = Sumbu keputusam berkunjung