

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Gambaran Penelitian

Metode penelitian dirancang melalui langkah-langkah penelitian dari mulai operasionalisasi variabel, penentuan jenis dan sumber data, metode pengumpulan data atau survei, model penelitian diakhiri dengan merancang analisis data dan pengujian hipotesis. Dalam melakukan penelitian dibutuhkan adanya suatu metode, langkah-langkah yang harus ditempuh oleh peneliti dalam memecahkan suatu permasalahan untuk mencapai suatu tujuan. Adapun metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kuantitatif.

Menurut Sugiyono (2012) pengertian dari metode penelitian adalah cara ilmiah untuk mendapatkan data yang valid dengan tujuan dapat ditemukan, dikembangkan, dan dibuktikan, suatu pengetahuan tertentu sehingga pada gilirannya dapat digunakan untuk memahami, memecahkan dan mengantisipasi masalah. Dengan metode ini peneliti bermaksud mengumpulkan data historis dan mengamati secara seksama mengenai aspek-aspek tertentu yang berkaitan dengan masalah yang sedang diteliti oleh peneliti sehingga akan memperoleh data-data yang dapat mendukung penyusunan laporan penelitian. Data-data yang diperoleh tersebut kemudian diproses dan dianalisis lebih lanjut dengan dasar teori yang telah dipelajari sehingga memperoleh gambaran mengenai objek tersebut dan dapat ditarik kesimpulan mengenai masalah yang diteliti. Berdasarkan variabel yang diteliti, maka akan diuji motivasi apa yang mendorong wisatawan dalam berbagi pengalaman menginap melalui media sosial.

3.2 Lokasi Penelitian

Penelitian dilakukan di *Upscale Hotel* yang ada di Kota Bandung, adapun alasan memilih *Upscale Hotel* di Kota Bandung sebagai lokasi penelitian karena *Upscale Hotel* dapat dikategorikan sebagai hotel dengan tingkat paling atas dalam klasifikasi hotel. Peneliti memilih 12 *Upscale Hotel* yang terdiri dari 6 hotel bintang empat dan 6 hotel bintang lima yang dipilih berdasarkan popularitas dilihat dari jumlah *hashtags* yang ada di *Instagram* dan ulasan yang ada di *TripAdvisor*.

Sofia Zahara Safari, 2019

ANALISIS HUBUNGAN ANTARA KARAKTERISTIK WISATAWAN DENGAN MOTIVASI BERBAGI PENGALAMAN MELALUI MEDIA SOSIAL KETIKA MENGINAP DI UPSCALE HOTEL KOTA BANDUNG
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Upscale Hotel yang dipilih oleh peneliti diantaranya, Padma Hotel Bandung, GH Universal Bandung, Hilton Bandung, Sheraton Tower Bandung, Intercontinental Bandung, Trans Luxury Bandung, Grand Tjokro Bandung, Novotel Bandung, Crowne Plaza Bandung, Gino Ferruci Braga, Holiday Inn Pasteur, dan Four Points Bandung.

3.3 Populasi, Sampel dan Teknik *Sampling*

3.3.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya, peneliti mengambil seluruh wisatawan nusantara yang pernah menginap di *Upscale Hotel Kota Bandung* dan merupakan pengguna aktif media sosial.

3.3.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi untuk dijadikan sebagai contoh dengan harapan contoh yang diambil dari populasi tersebut dapat mewakili terhadap populasinya. Dengan kata lain, sampel terdiri atas sejumlah satuan analisis yang merupakan bagian dari keseluruhan anggota populasi. Penentuan responden menggunakan dua kriteria, yaitu: responden yang pernah menginap di *Upscale Hotel Kota Bandung* dan membagikan pengalaman menginapnya melalui media sosial *Instagram* atau *TripAdvisor*.

Peneliti membagikan kuesioner kepada 240 responden yang telah membagikan pengalaman menginapnya melalui *TripAdvisor* dan 240 responden yang telah membagikan pengalaman menginapnya melalui *Instagram*. Kuesioner yang telah peneliti sebarkan pada 480 responden tersebut hanya kembali 209, dan peneliti hanya memilih 200.

3.3.3 Teknik *Sampling*

Pengambilan sampel didefinisikan sebagai proses memilih sejumlah elemen secukupnya dari populasi, serta penelitian terhadap sampel dan pemahaman tentang sifat atau karakteristiknya yang akan membuat kita dapat menggeneralisasikan sifat atau karakteristik tersebut pada elemen populasi (Sekaran, 2006)

Penelitian ini peneliti menggunakan teknik *non probability sampling* yang didalamnya dilakukan dengan teknik *convenience sampling*. *Convenience sampling* merupakan teknik pengambilan sampel dengan cara mengambil responden yang paling mudah diakses yang kemudian dipilih sebagai subjek (Sekaran, 2006). Peneliti memilih teknik tersebut karena anggota populasi yang banyak sehingga tidak dapat diprediksi jumlahnya mengingat yang menjadi sampel adalah Wisatawan Nusantara yang pernah menginap di *Upscale Hotel* yang ada di Kota Bandung dan berbagi pengalamannya melalui media sosial *Instagram* dan *TripAdvisor*.

3.4 Operasional Variabel

Menurut Sugiyono (2009) variabel penelitian pada dasarnya adalah sesuatu hal yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya. Demikian operasional variabel dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 3. 1
Operasional Variabel Penelitian

Varibel	Sub Variabel	Indikator	Skala	No.
<i>Sharing Motivation</i> (Munar & Jacobsen, 2014)	<i>Personal Cognition</i> (Kesadaran dari dalam diri sendiri)	Merasa harus berbagi pengalaman menginap melalui media sosial	Ordinal	1
		Untuk merasakan kesenangan	Ordinal	2
		Untuk merasakan kepuasan	Ordinal	3
		Untuk mengisi waktu luang	Ordinal	4
	<i>Self-centred Motivation</i>	Dokumentasi pribadi & <i>back-up file</i>	Ordinal	5
		Untuk meningkatkan eksistensi diri	Ordinal	6
		Untuk mendapatkan <i>likes & comments</i>	Ordinal	7
		Untuk mendapatkan <i>prestige</i>	Ordinal	8

		Untuk mendapatkan pengakuan dari orang lain	Ordinal	9
	<i>Community-related Motivation</i>	Membangun hubungan sosial & pertemanan	Ordinal	10
		Membantu wisatawan lain dalam memilih produk layanan yang baik	Ordinal	11
		Membantu mempromosikan hotel tersebut	Ordinal	12

Sumber: Diolah oleh peneliti, 2019

3.5 Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan untuk mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati secara spesifik, semua fenomena ini disebut variabel penelitian (Sugiyono, 2013). Instrumen penelitian yang dilakukan dalam penelitian ini adalah berupa kuesioner dengan skala likert skor 1 sampai dengan 5. Dengan skala likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan.

Kuesioner diadopsi dari penelitian sebelumnya namun dibuat beberapa perubahan kata dan tambahan indikator. Setiap pilihan jawaban diberi skor, adapun nilai yang tersedia pada skala tersebut adalah mulai dari angka 1 yang artinya responden sangat tidak setuju dengan pernyataan yang diajukan dan angka 5 yang artinya responden sangat setuju dengan pernyataan yang diajukan. Skor atas pilihan jawaban tersebut adalah sebagai berikut:

Tabel 3. 2
Nilai Bobot Pernyataan

Pernyataan	Bobot
Sangat tidak setuju	1
Tidak setuju	2
Netral	3
Setuju	4
Sangat setuju	5

Sofia Zahara Safari, 2019

ANALISIS HUBUNGAN ANTARA KARAKTERISTIK WISATAWAN DENGAN MOTIVASI BERBAGI PENGALAMAN MELALUI MEDIA SOSIAL KETIKA MENGINAP DI UPSCALE HOTEL KOTA BANDUNG
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Dalam melakukan penelitian ini, peneliti melakukan langkah-langkah pengumpulan data yang dilakukan dengan menggunakan metode sebagai berikut:

a. Studi Literatur

Teknik ini dilakukan untuk menambah informasi terkait dengan hal-hal yang dibutuhkan dalam penelitian ini. Informasi yang didapatkan berupa konsep teoritis maupun operasional yang dilakukan dalam penelitian ini dengan cara mengumpulkan data-data yang berkaitan dengan penelitian dari buku, artikel ilmiah, dan hasil penelitian lainnya. Pencarian artikel ilmiah dilakukan melalui situs pencarian *Google Scholar* dengan kata kunci “*sharing motivations*”, “*sharing experiences through social media*”, dan “*knowledge sharing motivation*”. Pencarian dengan kata kunci tersebut menghasilkan lebih dari 1.000.000 artikel ilmiah.

b. Observasi

Observasi adalah suatu cara pengumpulan data dengan pengamatan langsung dan pencatatan secara sistematis terhadap obyek yang akan diteliti. Cara ini dimaksudkan untuk mendapatkan data yang akurat, faktual dan terpercaya sesuai dengan konteksnya. Observasi dilakukan dengan melakukan pengamatan terhadap objek yang diteliti, khususnya pengguna media sosial. Pengamatan dilakukan secara *online* dengan mengamati perilaku wisatawan dalam berbagi pengalaman menginapnya melalui media sosial.

c. Kuesioner (Angket)

Menurut Sugiyono (2013) kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawab. Kuesioner dalam bentuk *form* pada aplikasi *Google Form*. Proses penyebaran kuesioner dengan melihat *hashtag* dan ulasan terkait *Upscale Hotel* di Kota Bandung yang telah dipilih peneliti berdasarkan popularitas melalui *Instagram* dan *TripAdvisor*, kuesioner dibagikan secara *online* melalui *direct message* dan *chat box*.

3.7 Jenis dan Sumber Data

Untuk mendapatkan data yang baik maka harus memiliki kebenaran data agar validitasnya dapat terbukti. Peneliti menggunakan dua jenis dan sumber data pada penelitian ini, diantaranya:

a. Data Primer

Wardiyanta (2006) mengemukakan bahwa data primer merupakan informasi yang diperoleh dari sumber-sumber primer, yakni yang asli, informasi dari tangan pertama atau responden. Data primer yang peneliti butuhkan dalam penelitian ini adalah data mengenai motivasi wisatawan dalam berbagi pengalaman menginapnya melalui media sosial. Data primer dikumpulkan dengan melakukan *survey* secara *online* dengan menyebarkan angket atau yang lebih dikenal dengan kuesioner.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah informasi yang diperoleh tidak secara langsung dari responden, tetapi diperoleh dari pihak ketiga (Wardiyanta, 2006). Data-data yang diperoleh dalam penelitian ini guna melengkapi informasi yang relevan yaitu dengan mempelajari berbagai tulisan berasal dari buku-buku ilmiah, studi literatur yang berkaitan dengan topik penelitian.

3.8 Teknik Pengujian Validitas dan Reliabilitas

a. Uji Validitas

Validitas merupakan derajat ketepatan antara data yang terjadi pada objek penelitian dengan daya yang dapat dilaporkan oleh peneliti (Sugiyono, 2010:363). Uji validitas digunakan untuk mengetahui kelayakan butir-butir dalam suatu daftar pernyataan dengan skor total memakai teknik korelasi *product moment*, sebagai berikut:

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

Sumber: Sugiyono, 2010

Keterangan:

r = Koefisien korelasi antara variabel X dan Y, dua Variabel yang dikorelasikan

Sofia Zahara Safari, 2019

ANALISIS HUBUNGAN ANTARA KARAKTERISTIK WISATAWAN DENGAN MOTIVASI BERBAGI PENGALAMAN MELALUI MEDIA SOSIAL KETIKA MENGINAP DI UPSCALE HOTEL KOTA BANDUNG
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

X	= Skor yang diperoleh subjek dari seluruh item
Y	= Skor total
$\sum X$	= Jumlah skor dalam distribusi X
$\sum Y$	= Jumlah skor dalam distribusi Y
$\sum Y^2$	= Jumlah kuadrat dalam skor distribusi Y
$\sum X^2$	= Jumlah kuadrat dalam skor distribusi X
n	= Banyaknya responden

Keputusan pengujian validitas setiap variabel, menggunakan taraf signifikansi 0.05 dengan $dk = n-2$ dimana $30 - 2 = 28$ dan didapat nilai t tabel sebesar 0.361, pernyataan pada penelitian ini dikatakan valid apabila nilai r hitung lebih besar dari r tabel, dan tidak valid apabila nilai yang dihasilkan dari r hitung lebih kecil dari r tabel yang telah ditentukan.

Untuk menjelaskan mengenai besar kecilnya koefisien korelasi dapat dilihat melalui tabel sebagai berikut:

Tabel 3. 3
Interpretasi Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat Rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat Kuat

Berikut merupakan hasil perhitungan uji validitas yang menghasilkan nilai r_{hitung} yang akan dibandingkan dengan nilai r_{tabel} 5% terhadap 30 responden dengan bantuan SPSS yang dapat dilihat pada tabel 3.4 untuk variabel motivasi berbagi pengalaman melalui media sosial, sebagai berikut:

Tabel 3. 4
Hasil Uji Validitas Instrumen Penelitian

No	Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
<i>Sharing Motivation</i>				
<i>Personal Cognition</i>				
1	Saya merasa harus berbagi pengalaman menginap melalui media sosial.	0,649	0,361	Valid
2	Saya merasa senang setelah membagikan pengalaman menginap saya melalui media sosial.	0,846	0,361	Valid

Sofia Zahara Safari, 2019

ANALISIS HUBUNGAN ANTARA KARAKTERISTIK WISATAWAN DENGAN MOTIVASI BERBAGI PENGALAMAN MELALUI MEDIA SOSIAL KETIKA MENGINAP DI UPSCALE HOTEL KOTA BANDUNG
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

3	Saya merasa puas setelah membagikan pengalaman menginap saya melalui media sosial.	0,772	0,361	Valid
4	Saya berbagi pengalaman menginap melalui media sosial untuk mengisi waktu luang.	0,705	0,361	Valid
<i>Self-centred Motivation</i>				
5	Saya ingin mempunyai dokumentasi pribadi di media sosial dan juga sebagai <i>back-up file</i> .	0,443	0,361	Valid
6	Saya ingin meningkatkan eksistensi diri di media sosial.	0,780	0,361	Valid
7	Saya ingin dapat berinteraksi dengan pengguna media sosial lainnya (melalui pemberian <i>likes & comments</i>).	0,707	0,361	Valid
8	Saya ingin merasakan suatu kebanggaan saat berbagi pengalaman menginap di hotel tersebut melalui media sosial (mendapatkan <i>prestige</i>).	0,823	0,361	Valid
9	Saya ingin mendapatkan pengakuan dari orang lain.	0,738	0,361	Valid
<i>Community-related Motivation</i>				
10	Saya ingin membangun hubungan sosial dan pertemanan melalui media sosial.	0,449	0,361	Valid
11	Saya ingin membantu wisatawan lain dalam memilih produk layanan yang baik.	0,604	0,361	Valid
12	Saya ingin membantu mempromosikan hotel tersebut.	0,722	0,361	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Peneliti Menggunakan SPSS 20

Berdasarkan hasil pengolahan tabel di atas, pengukuran validitas untuk variabel *sharing motivation* menunjukkan 12 item pernyataan yang terdapat pada kuesioner valid karena r_{hitung} lebih besar daripada r_{tabel} yang bernilai 0,361. Pengukur validitas terbesar pada dimensi *personal cognition* sebesar 0,846 dengan pernyataan mengenai rasa senang saat berbagi pengalaman menginap mereka melalui media sosial, sedangkan yang terendah terdapat pernyataan “Saya ingin mempunyai dokumentasi pribadi di media sosial dan juga sebagai *back-up file*” dengan nilai validitas sebesar 0.443.

b. Uji Reliabilitas

Suharsimi Arikunto (2009, hal. 247), mengungkapkan bahwa reliabilitas menunjukkan suatu pengertian, yaitu instrumen dipercaya digunakan sebagai alat pengumpulan data karena instrumen tersebut sudah baik. Sedangkan menurut Sugiyono (2013, hal. 268) reliabilitas berkenaan dengan derajat konsistensi dan stabilitas data atau temuan. Reliabilitas variabel pada penelitian ini menggunakan rumus *Alpha Cronbach*, karena metode pengumpulan data berupa angket dan merupakan skala bertingkat. Suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach's alpha* > 0.70. Rumus *Cronbach's alpha* adalah sebagai berikut:

$$r_{11} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma b^2}{\sigma t^2} \right]$$

Sumber: Suharsimi, 2006

Keterangan:

r₁₁ = Reliabilitas instrumen

k = Banyak butir pernyataan

$\sum \sigma b^2$ = Jumlah varians total

$\sum \sigma t^2$ = Variasi total

Perhitungan reliabilitas pernyataan dilakukan dengan bantuan SPSS dapat diketahui jika koefisien internal seluruh item $C\alpha$ hitung $\geq C\alpha$ minimal dengan tingkat signifikansi 5% maka item pernyataan dikatakan reliabel karena $C\alpha$ hitung $\geq 0,700$. Berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan SPSS diperoleh hasil pengujian reliabilitas sebagai berikut:

Tabel 3. 5
Hasil Uji Reliabilitas

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.896	12

Sumber: Diolah oleh peneliti menggunakan SPSS 20

Sofia Zahara Safari, 2019

ANALISIS HUBUNGAN ANTARA KARAKTERISTIK WISATAWAN DENGAN MOTIVASI BERBAGI PENGALAMAN MELALUI MEDIA SOSIAL KETIKA MENGINAP DI UPSCALE HOTEL KOTA BANDUNG
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Berdasarkan hasil uji reliabilitas pada tabel di atas, setelah menyebarkan kuesioner dapat diketahui bahwa tingkat validitasi pada 12 pernyataan yang diuji adalah valid 100% dan pada 12 pernyataan menunjukkan nilai *Cronbach Alpha* yang positif, yaitu 0,896 yang artinya adalah lebih besar dari minimal *Cronbach Alpha* yaitu 0,70. Maka dapat disimpulkan bahwa instrumen penelitian yang digunakan untuk mengukur variabel *sharing motivation* dinyatakan reliabel dan dapat dilanjutkan.

3.9 Teknik Analisis Data

Setelah data yang diperlukan terkumpul, maka selanjutnya dilakukan analisis data agar data dapat lebih mudah dibaca, dipahami dan diinterpretasi sehingga mendapatkan tujuan yang akan dicapai. Metode analisis yang digunakan adalah metode analisis deskriptif, analisis tabulasi silang (*crosstab*), dan uji *Chi-Square*.

a. Analisis Data Deskriptif

Analisis data deskriptif adalah analisis yang digunakan untuk menganalisa data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi.

Pada penelitian ini analisis data deskriptif akan digunakan untuk mendeskripsikan karakteristik wisatawan yang berbagi pengalamannya melalui media sosial, waktu dan tempat responden membagikan pengalamannya ke media sosial.

b. Analisis Tabulasi Silang (*Crosstab*)

Analisis tabulasi silang merupakan salah satu analisis korelasional yang digunakan untuk melihat hubungan antar variabel. Sehingga analisis tabulasi silang ini dapat digunakan untuk menganalisis lebih dari dua variabel. Metode analisis tabulasi silang ini digunakan untuk menguji korelasi antara variabel dalam tabel kontingensi. Indriatno (1998) mengemukakan bahwa tabulasi silang merupakan metode analisis kategori data yang menggunakan data nominal, ordinal, interval serta kombinasi diantaranya.

c. Uji Statistik *Chi-Square*

Chi-Square adalah salah satu jenis uji komparatif non parametis yang dilakukan pada dua variabel, dimana skala data kedua variabel adalah nominal. Uji *Chi-Square* (χ^2) dilakukan untuk menguji apakah frekuensi yang akan diamati (data observasi) untuk membuktikan atau ada perbedaan secara nyata atau tidak dengan frekuensi yang diharapkan.

Penelitian ini dilakukan dengan *Chi-Square* (χ^2) dengan nilai signifikansi 5% ($p < 0,05$) dan derajat kebebasan, $dk = (k-1) (n-1)$. Semakin kecil nilai (χ^2) maka model semakin baik. Kriteria untuk menolak atau tidak menolak H_0 berdasarkan *P-value* dalam pengujian hipotesis adalah sbb:

H_0 : Ada hubungan antara karakteristik wisatawan dengan motivasi berbagi pengalaman melalui media sosial.

H_1 : Tidak ada hubungan antara karakteristik wisatawan dengan motivasi berbagi pengalaman melalui media sosial

Dengan pengambilan keputusan:

a. Berdasarkan χ_{hitung} dengan χ_{tabel}

Syarat: H_0 diterima: Jika $\chi_{hitung} < \chi_{tabel}$

H_1 diterima: Jika $\chi_{hitung} > \chi_{tabel}$