

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Metode Penelitian**

Menurut Sugiyono (2011:2) metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Metodologi juga merupakan analisis teoritis mengenai suatu cara atau metode. Berdasarkan variabel yang diteliti, maka akan diuji motivasi apa yang mendorong wisatawan dalam berbagi pengalaman wisata melalui media sosial Instagram. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian survey dengan teknik analisis deskriptif dan pendekatan kuantitatif.

Teknik pengumpulan data dilakukan dengan metode survey Web media sosial Instagram. Seperti yang dikemukakan oleh Sugiyono (2011:6) bahwa:

“metode *survey* digunakan untuk mendapatkan data dari tempat tertentu yang alamiah (bukan buatan), tetapi peneliti melakukan perlakuan dalam pengumpulan data, misalnya dengan mengedarkan kuesioner, test, wawancara terstruktur dan sebagainya”.

Penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui keberadaan variabel mandiri baik satu variabel atau lebih (variabel yang berdiri sendiri) tanpa membuat perbandingan dan/atau mencari hubungan variabel satu sama lain (Sugiyono, 2017). Metode ini bertujuan untuk memberikan gambaran keadaan pada saat penelitian dilakukan.

Menurut Sugiyono (2017:8) metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

#### **B. Operasional Variabel**

Operasional variabel bermaksud untuk mengetahui hubungan pengukuran variabel-variabel penelitian. Variabel yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah variabel dari motivasi wisatawan berbagi

pengalaman melalui media sosial Instagram. Berdasarkan objek penelitian tersebut, maka dapat diketahui variabel yang dikaji adalah

dimensi *sharing motivation*, yaitu termasuk diantaranya *self-centred motivation* dan *community-related motivation*.

**Tabel 3.1 Operasional Variabel**

Variabel	Sub Variabel	Konsep	Indikator	
<b>Sharing Motivation (Munar &amp; Jacobsen, 2014)</b>	<b>Self-centred motivation</b>	Wisatawan berkontribusi terhadap sebuah media sosial berdasarkan motivasi yang terpusat pada diri sendiri berguna untuk dirinya sendiri.	Kontribusi terhadap <i>hashtags</i> yang berguna	
			Membangun hubungan sosial dan pertemanan	
			Kesenangan dalam berbagi pengalaman wisata di Instagram	
			Peningkatan eksistensi di Instagram	
	Dokumentasi pribadi di Instagram			
	<i>Back-up file</i> di Instagram			
	<b>Community-related motivation</b>		Wisatawan berupaya untuk menolong wisatawan lain berdasarkan motivasi yang berfokus terhadap harapan wisatawan mengenai akibat yang mungkin terjadi dengan berbagi pengalaman wisata secara	Berbagi informasi wisata yang berguna bagi wisatawan lain
				Bahan referensi untuk wisatawan lain

Lucky Nurdianisa, 2018

**ANALISIS MOTIVASI WIRASATAWAN DALAM BERBAGI PENGALAMAN WISATA MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu |  
perpustakaan.upi.edu

		<i>online</i> dalam komunitas virtual atau para pengguna media sosial lainnya.	Mempromosikan destinasi tersebut
--	--	--	----------------------------------

Sumber: *Olahan Peneliti, 2017*

## C. Populasi dan Sampel

### 1. Populasi

Menurut Sugiyono (2017:80), 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. Maka yang menjadi populasi pada penelitian ini adalah seluruh pengguna media sosial Instagram di Indonesia yang berjumlah 41.340.000 pengguna pada awal tahun 2017.

### 2. Sampel

Menurut Sugiyono (2017:81) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila jumlah populasi besar dan tidak mungkin dilakukan penelitian terhadap seluruh anggota populasi maka dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi tersebut. Pada penelitian ini, untuk menentukan sampel dengan cara *nonprobability sampling*. *Nonprobability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sugiyono, 2017:85). Pengambilan sampel dengan cara *nonprobability sampling* ini dilakukan atas pertimbangan jumlah pengguna media sosial yang membagikan pengalaman wisatanya melalui media sosial Instagram tidak diketahui dengan jelas.

Teknik pengambilan sampel responden yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah

**Lucky Nurdianisa, 2018**

**ANALISIS MOTIVASI WIRASATAWAN DALAM BERBAGI PENGALAMAN WISATA MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu |  
perpustakaan.upi.edu

teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2017). Hal ini karena tidak semua sampel memiliki kriteria yang sesuai dengan fenomena yang diteliti. Penentuan responden menggunakan dua kriteria, yaitu: responden pernah melakukan perjalanan wisata selama 2 tahun terakhir ini, responden merupakan pengguna aktif dan menggunakan media sosial Instagram sebagai media untuk berbagi pengalaman wisata.

Dalam penelitian ini, responden berpartisipasi secara sukarela. Jumlah sampel ditentukan selama 1 bulan terhitung tanggal 10 Oktober 2017 s.d. 10 November 2017. Setelah data terkumpul, dilakukan pengecekan kelengkapan data untuk menghindari bias responden. Selama periode survey yang ditentukan, diperoleh sebanyak 140 sampel dan sebanyak 125 responden dinyatakan valid. Proses reduksi sampel dengan mengecek hasil data kuesioner dan dilakukan verifikasi dengan meninjau masing-masing akun Instagram responden. Dari 174 kuesioner yang dibagikan kepada responden, hanya 125 responden yang mengembalikan kuesioner dengan jawaban yang lengkap dan sesuai dengan kriteria yang telah ditentukan. Sebanyak 5 kuesioner tidak kembali, dan sebanyak 20 kuesioner tidak dapat digunakan karena calon responden tidak menjawab pertanyaan dengan baik dan benar, bahkan beberapa pertanyaan tidak terisi.

#### **D. Jenis dan Sumber Data**

Jenis dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ada dua, yaitu primer dan sekunder. Berikut merupakan jenis dan sumber data pada penelitian ini:

##### **1. Data Primer**

Menurut Wardiyanta (2006) data primer adalah informasi yang diperoleh dari sumber-sumber primer, yakni yang asli, informasi dari tangan pertama atau responden. Data primer yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah data mengenai motivasi dalam berbagi pengalaman wisata melalui media sosial Instagram. Data primer dikumpulkan dengan melakukan *survey* secara *online* melalui aplikasi Google Form terhadap responden menggunakan angket atau yang lebih dikenal dengan kuesioner. Jenis dan sumber data yang dipergunakan dalam penelitian ini, yaitu untuk mendapatkan dan mengumpulkan data karakteristik

**Lucky Nurdianisa, 2018**

**ANALISIS MOTIVASI WIRASATAWAN DALAM BERBAGI PENGALAMAN WISATA MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu |  
perpustakaan.upi.edu

responden dan motivasi wisatawan dalam berbagi pengalaman wisata di media sosial Instagram.

## 2. Data Sekunder

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

### E. Teknik Pengumpulan Data

Kegiatan penelitian harus didukung dengan data. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini dalam memperoleh data dilakukan dengan menggunakan metode sebagai berikut:

#### 1. 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 relevan dari buku, hasil penelitian, dan beberapa artikel jurnal. Google Scholar dan Science Direct merupakan *database* yang digunakan dalam mencari literatur untuk penelitian ini. Kata kunci “*Knowledge Sharing Motivation*” dan “*Travel Experience Sharing Motivation*” digunakan untuk menghasilkan artikel jurnal paling relevan. Pencarian menggunakan kata kunci “*Knowledge Sharing Motivation*” menghasilkan lebih dari 1.000.000 artikel jurnal, sedangkan jumlah yang dihasilkan untuk kata kunci “*Travel Experience Sharing Motivation*” berkurang menjadi sekitar 300.000 artikel jurnal. Banyaknya jumlah artikel jurnal yang muncul dari hasil pencarian, penelitian ini hanya mempertimbangkan studi yang terkait dengan pertanyaan penelitian.

#### 2. Observasi

Observasi adalah suatu cara pengumpulan data dengan pengamatan langsung dan pencatatan secara sistematis

Lucky Nurdianisa, 2018

**ANALISIS MOTIVASI WIRASATAWAN DALAM BERBAGI PENGALAMAN WISATA MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu |  
perpustakaan.upi.edu

terhadap obyek yang akan diteliti. Cara ini dimaksudkan untuk mendapatkan data yang akurat, faktual sesuai dengan konteksnya. Observasi dilakukan dengan melakukan pengamatan terhadap objek yang diteliti, khususnya motivasi dalam berbagi pengalaman wisata oleh wisatawan pengguna media sosial Instagram. Pengamatan dilakukan secara *online* dengan mengamati perilaku wisatawan dalam berbagi pengalaman wisatanya di media sosial Instagram.

### 3. Kuesioner (Angket)

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2017:142). Kuesioner dalam bentuk *form* pada aplikasi Google Form. Proses penyebaran kuesioner dengan melihat akun @indotravellers, lalu dilakukan peninjauan pada akun pribadi calon responden. kuesioner disebarakan secara online melalui email dan *direct message* Instagram kepada responden berdasarkan kriteria dan waktu yang telah ditentukan.

Jenis kuesioner yang digunakan adalah mayoritas tertutup, yaitu kuesioner yang sudah disediakan jawabannya untuk memberikan kemudahan kepada responden dalam memberikan jawaban dan hanya 3 pertanyaan terbuka untuk memberikan kebebasan kepada responden dalam memberikan jawaban. Kuesioner ini terbagi menjadi 2 bagian, yaitu:

#### a) Bagian 1

- 1) Kuesioner ini terkait profil responden, meliputi: jenis kelamin, usia, pendidikan, kota asal, durasi perjalanan.
- 2) Kuesioner terkait penggunaan media sosial Instagram, meliputi: nama akun, penggunaan internet, dan jenis media sosial.

#### b) Bagian 2

Kuesioner untuk mengidentifikasi tingkat motivasi wisatawan berupa kuesioner skala likert kuesioner ini berupa pengelompokan pernyataan terdiri dari 9 item pernyataan dengan motivasi

Lucky Nurdianisa, 2018

**ANALISIS MOTIVASI WIRASATAWAN DALAM BERBAGI PENGALAMAN WISATA MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu |  
perpustakaan.upi.edu

seperti: (1) kontribusi terhadap *hashtags*, (2) membangun hubungan sosial dan pertemanan, (3) kesenangan dalam berbagi pengalaman wisata, (4) peningkatan eksistensi, (5) dokumentasi pribadi, (6) *back-up file*, (7) berbagi informasi, (8) bahan referensi, (9) promosi destinasi.

Teknik ini dilakukan untuk melengkapi data yang sedang diteliti dengan cara mencari informasi dari sumber langsung. Setelah diisi oleh responden, pertanyaan tersebut dikumpulkan dan dikaji untuk menjadi sebuah data.

#### F. Instrumen Penelitian

Menurut Sugiyono (2017) instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan untuk mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati secara spesifik semua fenomena ini disebut variabel penelitian. Instrumen penelitian yang dilakukan dalam penelitian ini adalah berupa kuesioner dengan skala Likert skor 1 s.d. 5. Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiyono, 2017). 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 untuk disesuaikan dengan konteks Instagram. Pada bagian pertama kuesioner untuk profil dan kostruk *behavioral* (penggunaan internet) dari responden. Pada bagian kedua untuk konstruk variabel *sharing motivation* responden menjawab dengan cara mengklik pada skala jawaban yang tersedia yaitu berupa “*Five Point Likert Scales*”. Setiap pilihan jawaban diberi skor, adapun nilai yang tersedia pada skala tersebut adalah mulai dari angka 1 berarti responden sangat tidak setuju dengan pernyataan yang diajukan oleh penulis (item negatif) dan angka 5 berarti responden sangat setuju dengan pernyataan yang diajukan oleh penulis (item positif). Skor atas pilihan jawaban untuk kuesioner yang diajukan adalah sebagai berikut:

Pernyataan	Bobot
Sangat Setuju	5

Lucky Nurdianisa, 2018

**ANALISIS MOTIVASI WIRASATAWAN DALAM BERBAGI PENGALAMAN WISATA MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu |  
perpustakaan.upi.edu

Setuju	4
Cukup Setuju	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Sumber : Sugiyono (2017:93)

Sikap netral dianggap sebagai pensamaran sikap setuju, maka pada penelitian ini, item netral dimasukkan dalam kategori setuju.

Kuesioner dalam penelitian ini menggunakan aplikasi yang dimiliki oleh Google inc., yaitu Google Form. Mayoritas pertanyaan bersifat tertutup. Pertanyaan terbuka hanya menyangkut profil responden. Dalam pelaksanaannya, kuesioner disebarikan secara *online (online questionnaire)*. *Link* kuesioner dan penjelasan dari tujuan penelitian dikirim melalui *e-mail* dan *direct message* di Instagram kepada beberapa Travel Blogger. *Link* kuesioner dikirim kepada 145 responden (*e-mail*) dan 29 responden (*direct message* Instagram).

## G. Teknik Pengujian Operasional Variabel

### 1. Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2017) valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Uji validitas digunakan untuk mengetahui kelayakan butir-butir dalam suatu daftar pertanyaan dalam mendefinisikan suatu variabel. Adapun kriteria yang harus dipenuhi untuk menilai validitas instrumen adalah sebagai berikut:

- Jika  $r \geq 0,30$ ; maka butir-butir pertanyaan dari kuesioner adalah valid
- Jika  $r \leq 0,30$ ; maka butir-butir pertanyaan dari kuesioner adalah tidak valid

Metode yang digunakan untuk menguji validitas adalah dengan menggunakan rumus Product Moment dari Karl Pearson, sebagai berikut:

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

Keterangan:

Lucky Nurdianisa, 2018

**ANALISIS MOTIVASI WIRASATAWAN DALAM BERBAGI PENGALAMAN WISATA MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu |  
perpustakaan.upi.edu

$r_{yy}$	=	Koefisien korelasi antara dua variabel
$N$	=	Banyaknya Pasangan data $\chi$ dan $y$
$\Sigma y$	=	Total Jumlah dari Variabel $\chi$
$\Sigma y$	=	Total Jumlah dari Variabel $y$
$\Sigma y^2$	=	Kuadrat dari Total Jumlah Variabel $\chi$
$\Sigma y^2$	=	Kuadrat dari Total Jumlah Variabel $y$
$\Sigma_{xy}$	=	Hasil Perkalian dari Total Jumlah Variabel $\chi$ dan Variabel $y$

Pada penelitian ini akan dilakukan sebuah pengujian validitas pada variabel *sharing motivation*. Pada pelaksanaan uji validitas ini perhitungannya akan dilakukan menggunakan *software* SPSS 24.0. Variabel yang diuji disini adalah *sharing motivation*. Adapun hasil uji validitas yaitu:

**Tabel 3.2 Hasil Uji Validitas Instrumen Penelitian**

No	Pernyataan	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
<i>Sharing Motivation</i>				
1	Saya ingin berkontribusi terhadap <i>hashtags</i> yang berguna bagi saya	0,601	0,147	<b>Valid</b>
2	Saya ingin menemukan teman yang memiliki minat yang sama dalam berwisata	0,749	0,147	<b>Valid</b>
3	Saya senang berbagi pengalaman wisata di media sosial Instagram	0,888	0,147	<b>Valid</b>
4	Saya ingin meningkatkan eksistensi diri di media sosial Instagram	0,551	0,147	<b>Valid</b>
5	Saya ingin mendokumentasikan pengalaman wisata	0,799	0,147	<b>Valid</b>

Lucky Nurdianisa, 2018

**ANALISIS MOTIVASI WIRASATAWAN DALAM BERBAGI PENGALAMAN WISATA MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu |  
perpustakaan.upi.edu

	sebagai kenang-kenangan			
6	Sebagai <i>back-up file</i> jika <i>file</i> asli di komputer hilang	0,630	0,147	<b>Valid</b>
7	Saya ingin berbagi informasi wisata yang berguna bagi wisatawan lain	0,906	0,147	<b>Valid</b>
8	Sebagai bahan referensi untuk wisatawan lain	0,892	0,147	<b>Valid</b>
9	Saya ingin membantu mempromosikan destinasi wisata tersebut	0,841	0,147	<b>Valid</b>

Sumber: Hasil Pengolahan Peneliti, 2017

Berdasarkan hasil pengolahan tabel di atas, pengukuran validitas untuk variabel *sharing motivation* menunjukkan 9 item pernyataan yang terdapat pada kuesioner valid karena  $r_{hitung}$  lebih besar daripada  $r_{tabel}$  yang bernilai 0,147. Pengukur validitas terbesar terdapat pada dimensi *sharing motivation* sebesar 0,906 dengan pernyataan mengenai keinginan wisatawan untuk berbagi informasi wisata yang berguna di media sosial Instagram berdasarkan pengalaman yang dialami. Sedangkan yang terendah terdapat pada item mengenai peningkatan status wisatawan dalam berbagi pengalaman wisata di media sosial Instagram dengan pernyataan “Saya ingin meningkatkan eksistensi diri di media sosial Instagram”.

## 2. Uji Reliabilitas

Instrumen yang reliabel adalah instrumen yang apabila digunakan beberapa kali untuk mengukur obyek yang sama, akan menghasilkan data yang sama (Sugiyono, 2017:121). Instrumen yang valid perlu diuji reliabilitas untuk ketepatan keakuratan (*accuracy*) dan kemantapan (*consistency*) suatu instrumen. Reliabilitas variabel pada penelitian ini menggunakan rumus *Alpha Cronbach*, karena metode

Lucky Nurdianisa, 2018

**ANALISIS MOTIVASI WIRASATAWAN DALAM BERBAGI PENGALAMAN WISATA MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu |  
perpustakaan.upi.edu

pengumpulan data berupa angket dan merupakan skala bertingkat. Dalam pengujian ini, uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan koefisien *alpha* ( $\alpha$ ) dan batas kritis untuk nilai *alpha* untuk mengidentifikasi kuesioner yang reliabel adalah 0,60, jadi nilai koefisien *alpha*  $\geq 0,60$  merupakan indikator bahwa kuesioner tersebut reliabel/handal.

Berikut merupakan rumus yang digunakan untuk menguji reliabilitas instrumen:

$$r_{11} \left[ \frac{k}{k-1} \right] \left[ 1 - \frac{\sum S_i}{S_t} \right]$$

Keterangan:

$r_{11}$  = Nilai reliabilitas

$\sum S_i$  = Jumlah varians skor tiap item pertanyaan

$S_t$  = Varian total

$k$  = Jumlah item

Pengujian reliabilitas ini dilakukan terhadap 125 responden dengan tingkat signifikansi 5% atau 0,05 dan derajat kebebasan (df)  $n-2$  ( $125 - 2 = 123$ ).

Case Processing Summary		N	%
Cases	Valid	125	100,0
	Excluded <sup>a</sup>	0	,0
	Total	125	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Sumber: *Pengolahan Data Menggunakan SPSS versi 24*

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items

Lucky Nurdianisa, 2018

**ANALISIS MOTIVASI WIRASATAWAN DALAM BERBAGI PENGALAMAN WISATA MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

,905	9
------	---

Sumber: *Pengolahan Data Menggunakan SPSS versi 24*

Berdasarkan hasil uji reliabilitas pada tabel Case Processing Summary di atas, setelah menyebarkan kuesioner dapat diketahui bahwa tingkat validitasi pada 9 pernyataan yang diuji adalah valid 100%. Sedangkan tabel *reliability statistic* pada 9 pernyataan menunjukkan nilai *Cronbach Alpha* yang positif, yaitu 0,905 yang artinya adalah lebih besar dari nilai minimal *Cronbach Alpha* yaitu 0,60. Maka dapat disimpulkan bahwa instrumen penelitian yang digunakan untuk mengukur variabel *sharing motivation* dinyatakan reliabel dan dapat dilanjutkan.

#### H. Teknik Analisis Data

Setelah data yang diperlukan terkumpul, maka selanjutnya dilaksanakan analisis data agar data lebih mudah untuk dibaca, dipahami dan diinterpretasi sehingga mendapatkan tujuan yang akan dicapai. Metode analisis yang digunakan adalah metode analisis deskriptif dan analisis tabulasi silang ( *Crosstab*). Data yang dihasilkan akan dianalisis menggunakan *software* SPSS 24.0.

##### 1. Analisis Statistik Deskriptif

Statistika deskriptif merupakan metode yang berkaitan dengan pengumpulan dan penyajian suatu gugus data sehingga memberikan informasi yang berguna. Statistik deskriptif hanya memberikan informasi mengenai data yang dimiliki dan sama sekali tidak menarik kesimpulan apapun tentang gugus induknya yang lebih besar (Kuswanto, 2012:27). Pada analisis deskriptif akan dilakukan analisis ukuran pusat dan ukuran sebaran. Analisis deskriptif dilakukan untuk mengetahui karakteristik responden.

##### 2. Analisis Tabulasi Silang (*Crosstab*)

Menurut Indriatno (1998) tabulasi silang merupakan metode analisis kategori data yang menggunakan data nominal, ordinal, interval serta kombinasi diantaranya. Prosedur dari tabulasi silang digunakan untuk menghitung banyaknya kasus yang mempunyai kombinasi nilai-nilai

Lucky Nurdianisa, 2018

**ANALISIS MOTIVASI WIRASATAWAN DALAM BERBAGI PENGALAMAN WISATA MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu |  
perpustakaan.upi.edu

yang berbeda dari dua variabel dan menghitung harga statistik beserta ujiannya.

Tabulasi silang merupakan metode untuk mentabulasikan beberapa variabel yang berbeda ke dalam suatu matriks. Hasil tabulasi silang disajikan kedalam satu tabel dengan variabel-variabel yang tersusun sebagai kolom dan baris.

Analisis tabulasi silang (*crosstab*) dalam penelitian ini digunakan untuk melihat apakah sebuah populasi mengikuti distribusi tertentu atau adanya perbedaan yang signifikan antara dua variabel relevan dari variabel-variabel demografis, penggunaan Internet dan dimensi *sharing motivation*.

a. Uji *Chi-Square*

Analisis *Chi-Square* ( $\chi^2$ ) merupakan analisis statistik non parametik, yang digunakan untuk menguji hipotesis dengan menggunakan tabel kontingensi. Uji *Chi-Square* ( $\chi^2$ ) 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* ( $\chi^2$ ) pada nilai signifikansi 5% ( $p < 0,05$ ) dan derajat kebebasan  $dk = (k-1) (n-1)$ . Semakin kecil nilai  $\chi^2$  maka model semakin baik. Kriteria untuk menolak atau tidak menolak  $H_0$  berdasarkan *P-value* dalam pengujian hipotesis adalah sebagai berikut:

$H_0$  : Tidak ada perbedaan motivasi berbagi berdasarkan karakteristik wisatawan.

$H_1$  : Ada perbedaan motivasi berbagi berdasarkan karakteristik wisatawan.

dengan pengambilan keputusan:

a. Berdasarkan  $\chi_{hitung}$  dengan  $\chi_{tabel}$

Syarat :

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

$H_0$  ditolak : Jika  $\chi_{hitung} > \chi_{tabel}$

b. Berdasarkan Probabilitas

Syarat :

Lucky Nurdianisa, 2018

**ANALISIS MOTIVASI WISATAWAN DALAM BERBAGI PENGALAMAN WISATA MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu |  
perpustakaan.upi.edu

Jika probabilitas  $> 0,05$  maka  $H_0$  diterima  
Jika probabilitas  $< 0,05$  maka  $H_0$  ditolak