

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kota Bandung, hal itu dikarenakan Bandung merupakan kota metropolitan terbesar di Provinsi Jawa Barat, sekaligus ibu kota provinsi Jawa Barat. Kota Bandung menjadi salah satu tujuan bagi para wisatawan terutama di akhir pekan, dikarenakan memiliki banyak destinasi wisata yang dapat dikunjungi mulai dari sejarah hingga sekedar taman bermain dan juga kuliner yang beraneka ragam.

3.2 Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Penelitian ini diambil dengan cara mendapatkan sampel dari beberapa populasi dengan menggunakan kuesioner sebagai alat untuk mengumpulkan data pokok menurut (Hasibuan, 2007). Dalam penelitian ini, digunakan desain penelitian yaitu *Cross-Sectional Survey*. *Cross sectional survey* merupakan suatu penelitian yang dilakukan dengan cara pendekatan observasi atau pengumpulan data sekaligus pada suatu saat (*point time approach*) menurut konsep (Lauziah, 2011). Oleh karena itu, penelitian ini melakukan pengumpulan dan analisis terhadap data perspektif motivasi konsumen dalam memilih layanan aplikasi Airbnb.

3.3 Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang menggunakan akomodasi Airbnb.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah convenience sampling. Teknik ini merupakan salah satu teknik dalam non-probabilitas sampel, dimana menurut Sekaran (2006) adalah sebagai kumpulan informasi dari anggota-anggota populasi yang mudah diperoleh dan mampu menyediakan informasi yang dibutuhkan. Dengan demikian siapa saja yang dapat memberikan informasi baik secara tidak sengaja atau kebetulan dengan peneliti, dapat digunakan sebagai sampel, bila dilihat orang yang memberikan informasi-informasi tersebut cocok sebagai sumber data digunakan sebagai sampel, bila dilihat orang yang

memberikan informasi-informasi tersebut cocok sebagai sumber data. Pertimbangan yang digunakan untuk menentukan sampel dalam penelitian ini adalah:

1. Pengguna akomodasi Airbnb
2. Pengguna yang menggunakan minimal lebih dari 6 bulan
3. Pengguna yang berusia di atas 17 tahun

Pada penelitian ini, sampel yang dipilih menggunakan sampling proporsi. Proporsi sampling digunakan dalam penelitian ini dikarenakan jumlah populasi yang tidak diketahui.

3.4 Operasional Variabel

Variabel dalam penelitian ini adalah faktor-faktor motivasi konsumen dalam menggunakan akomodasi Airbnb. Konsep faktor-faktor motivasi potensial untuk memilih Airbnb menggunakan konsep motivasi yang dirumuskan Guttentag dkk. (2018); Guttentag (2016); Wahono dan Wijaya (2017). Motivasi akomodasi ini nantinya diukur menggunakan skala *Likert*. Operasionalisasi variabel penelitian disajikan pada tabel dibawah ini:

Tabel 3.1

Operasional Variabel

Variabel	Sub Variabel	Indikator	Skala	No. Item
Motivasi	Guttentag dkk. (2018); Guttentag (2016)	Berinteraksi dengan tuan rumah, penduduk setempat	Ordinal	1
		Menerima info / tips lokal yang berguna dari tuan rumah saya	Ordinal	2
		Jumlah ruang yang besar	Ordinal	3
		Fasilitas rumah tangga	Ordinal	4
		Merasa seperti di rumah	Ordinal	5
		Pengalaman menyenangkan	Ordinal	6
		Melakukan sesuatu yang baru dan berbeda	Ordinal	7
		Pengalaman yang tidak dapat di	Ordiiinal	8

Variabel	Sub Variabel	Indikator	Skala	No. Item
		prediksi		
		Ingin memberitahu pengalaman kepada teman/keluarga	Ordinal	9
		Ide Airbnb yang menarik	Ordinal	10
		Ingin menghabiskan uang untuk pergi ke penduduk setempat	Ordinal	11
		Ramah lingkungan	Ordinal	12
		Ingin memiliki pengalaman lokal yang otentik	Ordinal	13
		Ingin tinggal di lingkungan non-turis	Ordinal	14
	Wahono dan Wijaya (2017)	Lokasi yang terletak dipusat kota	Ordinal	15
		Foto Properti menarik	Ordinal	16
		Pentingnya ulasan konsumen ketika akan memilih properti Airbnb	Ordinal	17
		Harga yang terjangkau	Ordinal	18

3.5 Instrumen Penelitian

Instrumen yang digunakan dalam teknik pengumpulan data adalah dengan penyebaran angket/kuesioner kepada konsumen akomodasi Airbnb dengan tujuan mendapatkan informasi mengenai motivasi memilih akomodasi Airbnb. Selain itu digunakan studi kepustakaan untuk mengumpulkan data sekunder yang dijadikan sebagai referensi dalam pencarian informasi yang dibutuhkan sebelum melaksanakan penelitian melalui jurnal, buku dan internet untuk mengumpulkan data-data yang relevan dengan judul penelitian.

Instrumen penelitian yang digunakan dalam penelitian ini disusun dalam bentuk kuesioner yang terdiri dari 2 bagian yaitu profil responden dan faktor-faktor motivasi responden menggunakan akomodasi Airbnb yang mendorong wisatawan untuk menggunakan aplikasi Airbnb. Pada bagian kedua, digunakan skala *likert*. Skala *Likert* artinya nilai peringkat setiap jawaban atau tanggapan itu

dijumlahkan sehingga mencapai nilai total. Skala hasil pengukurannya berupa skala interval. Berikut ini disajikan tabel penilaian untuk pengukuran jawaban responden yang menggunakan Skala *Likert*.

Tabel 3.2

Kriteria Skor Penilaian untuk Pengukuran Jawaban Responden

Kriteria Penilaian	Skor
Sangat setuju	5
Setuju	4
Netral	3
Tidak setuju	2
Sangat tidak setuju	1

3.6 Metode Pengujian Data

1. Uji Validitas

Validitas merupakan alat untuk mengukur valid tidak dari hasil jawaban kuesioner. Oleh karena itu, suatu instrumen pengukur bisa dikatakan valid jika mengukur apa yang hendak diukur dan mampu mengungkap data tentang karakteristik gejala yang diteliti secara tepat, menurut konsep silalahi (2012). Ia pun mengatakan bahwa dalam penelitian ini uji validitas dilakukan dengan melihat korelasi *pearson product moment* (r) yang mengukur keeratan korelasi antara skor pertanyaan dengan jumlah skor dari variabel yang diamati. Di mana ketentuan yang diterapkan adalah bahwa sebuah item kuesioner dinyatakan valid jika nilai r memiliki tingkat signifikan kurang dari 5%.

Tabel 3.3

Hasil Uji Validitas

No	Item	Validitas		
		R Hitung	R Tabel	Keterangan
1	Saya menggunakan Airbnb karena ingin berinteraksi dengan pemilik rumah ataupun penduduk setempat	0.703	0.361	Valid
2	Saya menggunakan Airbnb agar bisa mendapatkan info lokal dan saran dari pemilik rumah	0.702	0.361	Valid

No	Item	Validitas		
		R Hitung	R Tabel	Keterangan
3	Saya menggunakan Airbnb karena fasilitas yang ditawarkan bisa lebih dari 1 kamar dalam 1 tempat tinggal	0.556	0.361	Valid
4	Saya menggunakan Airbnb karena fasilitas yang ditawarkan seperti di rumah pribadi	0.515	0.361	Valid
5	Saya menggunakan Airbnb agar dapat merasa seperti di rumah sendiri	0.516	0.361	Valid
6	Saya menggunakan Airbnb karena memiliki pengalaman yang menyenangkan ketika menginap	0.494	0.361	Valid
7	Menginap melalui Airbnb merupakan hal baru yang saya lakukan	0.472	0.361	Valid
8	Saya menggunakan Airbnb karena Pengalaman yang didapat setiap kali menginap selalu berbeda-beda, baik lingkungan ataupun fasilitas	0.598	0.361	Valid
9	Saya akan memberitahu pengalaman saya menginap di Airbnb kepada teman dan saudara.	0.506	0.361	Valid
10	Saya menyukai ide Airbnb yang inovatif dalam dunia akomodasi	0.546	0.361	Valid
11	Saya lebih memilih mengeluarkan uang dengan berkeliling di sekitaran tempat tinggal Airbnb	0.493	0.361	Valid
12	Saya menyukai Airbnb yang mempunyai pemilah dalam pengelolaan sampah	0.618	0.361	Valid
13	Saya menggunakan Airbnb agar dapat merasakan pengalaman yang asli atau otentik dari lingkungan sekitar tempat tinggal saya	0.453	0.361	Valid
14	Saya menggunakan Airbnb karena saya lebih menyukai tinggal di lingkungan non-turis	0.487	0.361	Valid
15	Saya menggunakan Airbnb yang lokasi tempat tinggalnya terletak di tengah kota	0.433	0.361	Valid
16	Foto yang menarik pada <i>website</i> mendukung saya dalam memilih tempat tinggal Airbnb	0.604	0.361	Valid

No	Item	Validitas		
		R Hitung	R Tabel	Keterangan
17	Ulasan dari konsumen menjadi salah satu pendukung saya dalam memilih tempat tinggal di Airbnb	0.496	0.361	Valid
18	Saya menggunakan Airbnb karena harga yang ditawarkan relatif terjangkau	0.539	0.361	Valid

Sumber: Hasil Olahan Peneliti (2019)

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah derajat sejauh mana ukuran menciptakan respons yang sama sepanjang waktu dan lintas situasi. Suatu alat ukur dikatakan reliabel jika hasil pengukuran dari alat ukur tersebut stabil dan konsisten. Silalahi (2012) mengatakan Uji reliabilitas akan dilakukan dengan menggunakan uji statistik *cronbach's alpha* (α) dengan ketentuan bahwa variabel yang diteliti dinyatakan reliabel apabila nilai *cronbach's alpha* (α) adalah di atas 0,6.

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

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

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.752	19

Sumber: Hasil Pengolahan Peneliti Menggunakan SPSS 25

Berdasarkan hasil uji realibilitas pada tabel diatas, setelah menyebarkan kuesioner dapat di ketahui bawa tingkat validitasi pada 18 pernyataan yag du uji adalah valid 100% dan pada 18 pernyataan menunjukkan Cronbach Alpha yang positif, yaitu 0,752 yang artinya adalah lebih besar dari minimal Cronbach Alpa yaitu 0,70. Maka dapat disimpulkan bahwa instrumn penelitian dinyatakan reliable dan dapat di lanjutkan.

3.7 Prosedur Penelitian

Penelitian yang dilakukan merupakan penelitian kuantitatif dengan langkah-langkah penelitian yang dilakukan sebagai berikut:

1. Memilih masalah
2. Melakukan studi pendahuluan
3. Merumuskan masalah rancangan penelitian
4. Merumuskan anggapan dasar dan hipotesis
5. Memilih pendekatan
6. Menentukan variabel dan sumber data
7. Menentukan dan menyusun instrumen
8. Mengumpulkan data
9. Menganalisis data pelaksanaan
10. Menarik kesimpulan
11. Menulis laporan pembuatan laporan

3.8 Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan adalah dengan menggunakan analisis faktor. Analisis faktor adalah analisis yang bertujuan mencari faktor-faktor utama yang paling dominan dalam mempengaruhi variabel dari serangkaian uji yang dilakukan dengan variabel independen sebagai faktornya. Analisis faktor adalah sebuah model dimana tidak terdapat variabel bebas dan terikat. Analisis faktor tidak mengklasifikasi variabel ke dalam kategori variabel bebas dan terikat melainkan mencari hubungan interdependensi antar variabel agar dapat mengidentifikasi dimensi-dimensi atau faktor-faktor yang menyusunnya, itu yang diungkapkan Sari (2014).

Charles Spearman menganalisis faktor ini dengan tujuan untuk menganalisis salah satu faktor yang menjelaskan hubungan variabel antara beberapa variabel dalam 1 faktor, sedangkan faktor tersebut merupakan besaran acak yang disebut (*random quantities*) yang bisa diukur dan diamati secara langsung. Dalam metode ini hubungan yang beragam dan kompleks disederhanakan melalui sekelompok variabel penelitian yang sama.

Analisis faktor secara umum dipakai untuk mencari tahu beberapa faktor yang relatif kecil yang bisa dipakai untuk menjabarkan seberapa besar variabel yang saling berkaitan. Hasil yang diterima adalah beberapa variabel dalam satu faktor yang mempunyai hubungan tinggi, sedangkan hubungan pada faktor lainnya memiliki nilai yang relatif rendah. Wijaya (2010) mengatakan ada dua fungsi analisis faktor, yang pertama adalah *exploratory* (mengelompokkan faktor yang acak) dan *confirmatory* (konfirmasi kesesuaian faktor). Tujuan analisis faktor menurut Santoso (2006) adalah :

1. *Data Summarization*, yaitu mengidentifikasi adanya hubungan antar variabel dengan melakukan uji korelasi. Jika korelasi dilakukan antar variabel (dalam pengertian SPSS adalah kolom), analisis tersebut dinamakan *R Factor Analysis*.
2. *Data Reduction*, yaitu proses berikutnya setelah proses data *summarization*. Membuat variabel set baru yang dinamakan faktor untuk menggantikan sejumlah variabel tertentu.

Kesimpulan yang dapat diambil dalam hal diatas adalah bahwa tujuan faktor untuk menjabarkan dan mendapatkan faktor apa saja yang dapat mewakili motivasi konsumen untuk mendorong suatu keputusan untuk bertransaksi menggunakan layanan aplikasi Airbnb.

Menurut Santoso (2006) mengungkapkan bahwa pada analisis faktor, sejumlah asumsi berikut harus dipenuhi, yaitu sebagai berikut :

1. Korelasi Antar variabel Independen. Besarnya korelasi atau korelasi antar independen variabel harus cukup kuat, misalnya di atas 0,5.
2. Korelasi Parsial. Besarnya korelasi parsial atau korelasi antar dua variabel dengan menganggap tetap variabel yang lain, justru harus kecil. Dalam SPSS deteksi terhadap korelasi parsial terdapat pada *Anti-Image Correlation*.
3. Pengujian seluruh matriks korelasi (korelasi antar variabel) yang diukur dengan besaran *Bartlett Test of Sphericity* atau *Measure Sampling Adequancy* (MSA). Pengujian yang dilakukan pada seluruh matriks ini mengharuskan adanya korelasi yang signifikan diantara paling sedikit beberapa variabel.

4. Dalam beberapa kasus penelitian, asumsi normalitas dari variabel-variabel atau faktor yang terjadi sebaiknya dipenuhi.

Dalam melakukan analisis faktor terdapat beberapa tahapan yang harus dilakukan, Menurut Wijaya (2010) tahap/proses dasar analisis faktor meliputi hal-hal sebagai berikut:

1. Menentukan faktor apa saja yang akan dianalisis.
2. Menguji variabel yang telah ditentukan dengan metode *Bartlett's Test of Sphericity* serta pengukuran MSA (*Measure of Sampling Adequacy*). Pada tahap ini dilakukan penyaringan terhadap sejumlah variabel hingga didapat variabel yang memenuhi syarat untuk dianalisis. Untuk melihat ada tidaknya korelasi, dapat dilihat pada uji Kaisei Meyer Oikin (KMO) *Measure of Sampling Adequacy* yang merupakan suatu indeks yang dipergunakan untuk meneliti ketepatan analisis faktor. Nilai tinggi antara 0,5 – 1,0 berarti analisis faktor tepat, apabila kurang dari 0,5 analisis faktor dikatakan tidak tepat
3. Proses pemfaktoran (*factoring*) dilakukan ekstraksi terhadap sekumpulan variabel yang ada sehingga terbentuk satu atau lebih faktor. Dari proses ini akan muncul *table communalities* yang pada dasarnya menunjukkan jumlah faktor atau variansi (bisa dalam persentase) dari suatu variabel yang mula-mula dapat dijelaskan oleh faktor yang ada. Nilai ekstrim *communalities* antara 0,0 (variabel tidak berkorelasi dengan variabel lain) sampai 1,0 (variansi variabel secara sempurna disebabkan oleh sejumlah faktor bersama). Tabel berikutnya yang muncul adalah *Tabel Total Variance Explained* yang menampilkan *eigenvalues* masing-masing faktor. Semakin besar *eigenvalue* setiap faktor, maka faktor tersebut semakin reliabel untuk mewakili sekelompok variabel.
4. Proses rotasi dilakukan untuk mereduksi beberapa faktor ambigu. Rotasi paling sederhana adalah *orthogonal rotation*, dimana sumbu dipertahankan 90°. Metode rotasi faktor yang digunakan adalah *Varimax* yang hasilnya dapat dilakukan dalam satu literasi. Metode *varimax* pada banyak variabel dapat memiliki *loading* tinggi atau mendekati tinggi pada faktor yang sama.

5. Interpretasi faktor yang telah terbentuk, khususnya memberi nama atas faktor yang telah terbentuk yang dianggap dapat mewakili variabel tersebut.

Berdasarkan hal tersebut, pada penelitian ini, proses analisis dilakukan sampai pada langkah interpretasi faktor dan memberikan nama pada faktor yang terbentuk, dan melakukan komparasi faktor baru terhadap faktor-faktor pada penelitian terdahulu, serta menentukan faktor-faktor dominan yang mendorong wisatawan untuk melakukan perjalanan wisata.

3.9 Analisis Klaster

Analisis *two-step cluster* adalah metode statistik yang dapat dijalankan melalui SPSS dan digunakan untuk data yang besar, karena pengelompokan hierarki dan *k-means* tidak efisien dalam penskalaan bila n sangat besar (Garson 2009). Analisis ini dapat digunakan baik untuk variabel kategori maupun kontinu, dan memiliki terapan perlakuan tertentu ketika ada variabel kategori dengan tiga atau lebih kategori.

Analisis *Two-Step Cluster* merupakan metode yang hanya memerlukan satu proses untuk seluruh data. Proses ini terdiri dari dua langkah utama: Langkah pertama, di mana pengelompokan awal pengamatan menjadi sub-klaster kecil dilakukan dan selanjutnya pada sub-klaster ini diperlakukan sebagai pengamatan yang terpisah. Keputusan apakah pengamatan yang tergabung dalam klaster yang sudah terbentuk atau klaster baru akan dibentuk dan dibuat berdasarkan kriteria jarak. Pengelompokan pengamatan baru dilakukan dengan metode klaster hierarki. Hal ini memungkinkan algoritma analisis *two-step cluster* untuk menentukan jumlah klaster, atau jumlah klaster dapat diberikan sebelumnya. Langkah kedua adalah meraba-raba, dimana sub-klaster basis untuk analisis, dan mereka dikelompokkan dalam jumlah klaster yang diperlukan. Karena jumlah sub-klaster secara signifikan lebih kecil dari jumlah observasi, metode pengelompokan tradisional mudah untuk digunakan. Metode ini lebih tepat jika pengelompokan sub-klaster yang terjadi lebih banyak (Zhang et al. 1996).

Dalam analisis ini, jika satu atau lebih variabel bertipe kategoris, maka digunakan ukuran jarak *log-likelihood*, setiap pengamatan dikelompokkan dalam

klaster yang memiliki nilai ukuran jarak tertinggi, menggunakan metode yang dikembangkan oleh Meila dan Heckerman (1998). Jika semua variabel bertipe kontinu/numeris, maka digunakan ukuran jarak *Euclidean*, sehingga setiap pengamatan dikelompokkan dalam klaster yang memiliki jarak *Euclidean* terkecil. Algoritma SPSS menggunakan penurunan ukuran jarak *log-likelihood* untuk menggabungkan klaster-klaster sebagai ukuran jarak karena metode *log-likelihood* kompatibel dengan variabel kategori dan kontinyu.

Prosedur analisis *two-step cluster* yang menggunakan ukuran jarak *log-likelihood* mengasumsikan distribusi normal untuk variabel kontinu dan distribusi multinomial untuk variabel kategori. Analisis *two-step cluster* memberikan hasil yang baik bahkan jika asumsi normalitas tidak terpenuhi. Asumsi lain dari analisis ini adalah bahwa sampel besar (>200).

Ukuran jarak dibutuhkan di kedua langkah, yakni pada langkah pengelompokan awal dan pada langkah *clustering*. Ada dua ukuran jarak yang tersedia, yang pertama adalah ukuran jarak *log-likelihood* yang mewakili jarak berdasarkan probabilitas. Jarak antara dua klaster terkait dengan penurunan nilai ukuran jarak *log-likelihood*, ketika dua klaster bergabung menjadi satu (Banfield-Raftery 1993). Pada saat menghitung ukuran jarak *log-likelihood*, data diasumsikan berdistribusi normal untuk variabel kontinu dan multinomial untuk variabel kategori. Antar variabel dan antar pengamatan juga diasumsikan saling independen.

Prosedur analisis *two-step cluster* dimulai dengan langkah pertama, yaitu penciptaan klaster awal. Langkah ini menggunakan metode *clustering* berurutan. Langkah ini menganalisa pengamatan dan memutuskan suatu observasi yang ada akan bergabung di salah satu klaster yang sudah terbentuk, atau apakah observasi tersebut akan membentuk klaster baru. Keputusan ini didasarkan pada kriteria jarak.

1. Menentukan Jumlah Cluster

Banyak klaster yang terbentuk tergantung pada data. Karakteristik dari analisis klaster hierarkis adalah untuk membentuk satu set solusi yang mungkin dari satu keseluruhan data, dengan satu, dua, tiga atau lebih klaster. Algoritma klaster *K-*

means harus dilakukan beberapa kali (untuk setiap klaster yang berbeda) sehingga dapat dihasilkan satu set solusi.

Untuk penentuan otomatis jumlah klaster, SPSS telah mengembangkan prosedur *two-step* yang kompatibel dengan analisis klaster hierarkis. Pada langkah pertama, statistik BIC (*Bayes Information Criterion*) atau AIC (*Akaike Information Criterion*) dihitung untuk setiap solusi klaster yang berbeda dengan jumlah klaster yang berbeda. Pada langkah kedua, estimasi awal ditingkatkan dengan mencari peningkatan jarak tertinggi antara dua klaster yang paling dekat pada setiap tahap dalam pengelompokan hierarki.

2. Penempatan Pengamatan

Penugasan pengamatan ke dalam klaster dilakukan dengan menempatkan pengamatan ke klaster terdekat, jika tidak ada transformasi *outlier*. Jika ada transformasi *outlier*, maka digunakan jarak *log-likelihood*.

Jika diasumsikan bahwa pengamatan ekstrim mengikuti distribusi normal, dua fungsi kemungkinan terpisah dihitung, satu ketika pengamatan ditugaskan untuk *unstandardized cluster*, dan yang lain untuk klaster terdekat dari *unstandardized cluster*. Pengamatan kemudian ditempatkan ke dalam klaster yang memiliki nilai tertinggi dari fungsi *log-likelihood*. Prosedur ini sama dengan penempatan pengamatan ke klaster terdekat (*standardized*) jika jarak dari klaster lebih kecil dari nilai kritis $C = \log(V)$ dimana $V = (\prod_k R_k) \cdot (\prod_m L_m)$. Sisa kasus pengamatan diklasifikasikan sebagai *outlier*.

Objek ditempatkan di klaster terdekat (*standardized*) jika jarak *Euclidean* lebih kecil dari nilai kritis $= 2 \cdot \sqrt{\frac{\sum_{i=1}^{K^A} \hat{\sigma}_{k,l}^2}{K^A}}$, sebaliknya diklasifikasikan sebagai *outlier*.