

BAB 3

OBJEK, METODE DAN DESAIN PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Dalam penelitian ini yang menjadi objek penelitian adalah perilaku wisatawan. Adapun subyek yang akan diteliti yaitu generasi milenial muslim. Menurut Parhusip & Arida (2018) generasi millennial muslim lebih menyukai untuk mengalokasikan penghasilan untuk pariwisata. Besar kecilnya penghasilan tidak mematahkan keinginan para generasi milenial untuk melakukan perjalanan wisata, karena itu penting untuk memahami karakteristik dan perilaku dari generasi millennial muslim dalam berwisata. Kemudian penelitian ini dilakukan pada bulan Desember 2020 dan pengambilan data melalui kuesioner *Google Forms*.

3.2 Metode Penelitian

Penelitian yang dilakukan adalah penelitian deskriptif kuantitatif. Menurut Sekaran (2014) penelitian deskriptif (*descriptive research*) merupakan jenis penelitian yang bersifat konklusif dan memiliki tujuan utama mendeskripsikan sesuatu, biasanya penelitian deskriptif berisi penjelasan mengenai fungsi atau karakteristik pasar.

Pengertian lain mengungkapkan bahwa penelitian kuantitatif yaitu metode penelitian yang menggunakan analisis data yang berbentuk angka-angka. Tujuan metode kuantitatif membangun hipotesis dan menguji secara empiris hipotesis yang telah dibuat berkaitan dengan fenomena yang diteliti (Ferdinand, 2014).

Sehingga penelitian ini mempunyai tujuan untuk mengetahui gambaran serta perbedaan perilaku wisatawan muslim pada saat sebelum dan sesudah pandemi COVID-19.

3.3 Desain Penelitian

Desain penelitian ini adalah *Comparative Study*. Menurut Nazir (2002) penelitian komparasi sejenis dengan penelitian deskriptif yang bertujuan untuk mencari jawaban secara mendasar mengenai sebab-akibat dengan cara menganalisis faktor-faktor penyebab terjadinya maupun munculnya suatu fenomena tertentu. Studi komparasi adalah suatu bentuk penelitian yang berfungsi

untuk membandingkan antar variabel yang saling berhubungan dengan cara mengemukakan perbedaan-perbedaan atau persamaan-persamaan dalam sebuah kebijakan dan lain lain. Pendekatan komparasi sangat sejalan dengan maksud penulis untuk mengetahui perbedaan perilaku wisatawan muslim pada saat sebelum dan selama pandemi COVID-19.

3.3.1 Definisi Operasionalisasi Variabel

Menurut Yunus dkk, (2014) operasional variabel adalah seperangkat petunjuk atau bisa disebut juga operasi yang lengkap mengenai apa yang harus diamati dan bagaimana mengamatinya. juga dengan memiliki rujukan empiris. Pada bagian ini akan dijelaskan definisi operasional variabel-variabel yang digunakan yaitu tingkat perilaku wisatawan muslim, faktor budaya, faktor sosial, faktor individu, faktor psikologis dan religiositas menggunakan indikator adaptasi dari (M. Battour & Ismail, 2014), (Towoliu & Tumbuan, 2017), Tjiptono (2004) dan Glock & Stark (1966).

Tabel 3. 1
Operasionalisasi Variabel

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala	Sumber Data	
Perilaku Konsumen adalah studi bagaimana individu, kelompok dan organisasi dalam memilih, membeli, menggunakan dan menempatkan barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan pelanggan dan jugakeinginan pelanggan (Kotler & Keller, 2016).	Faktor Budaya (M. Battour & Ismail, 2014)	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Daya tarik kesamaan budaya ✓ Daya tarik perbedaan budaya ✓ Daya tarik atraksi budaya ✓ Keunikan atraksi budaya 	Interval		
	Faktor Sosial (Tjiptono, 2014)	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Acuan kelompok ✓ Rekomendasi lingkungan ✓ Peran & status sosial 		Kuesioner	
	Faktor Individu (Towoliu & Tumbuan, 2017) dan (Tjiptono, 2014)	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Selera ✓ Lingkungan ekonomi ✓ Gaya hidup 		Wisatawan	
	Faktor Psikologis (Tjiptono, 2014)	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Motivasi ✓ Persepsi ✓ Pengalaman/proses belajar 		Generasi	
	Religiositas (Glock & Stark, 1966)	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Keyakinan ✓ Praktik ✓ Ihsan dan Penghayatan ✓ Pengetahuan Agama ✓ Konsekuensi 		Milenial	
					Muslim

3.3.2 Populasi dan Sampel

Populasi adalah himpunan dari semua hasil yang mungkin didapat dari suatu percobaan (Gujarati & Porter, 2012). Dalam penelitian ini, jumlah populasinya tidak diketahui berapa banyaknya dan peneliti tidak dapat memastikan jumlah populasi tersebut secara akurat. Jadi, teknik yang digunakan untuk pengambilan sampel dalam penelitian ini yaitu *non-probability sampling* yaitu sampling aksidental.

Teknik sampling aksidental merupakan suatu teknik untuk menentukan sampel berdasarkan faktor spontanitas, yang berarti siapa saja yang secara tidak sengaja bertemu dengan peneliti dan sesuai dengan kriteria atau karakteristik, maka orang tersebut dapat digunakan sebagai sampel (Riduwan & Akdon, 2013). Adapun populasi yang terlibat di penelitian ini adalah wisatawan muslim yang belum pernah maupun sudah pernah melakukan kegiatan wisata selama pandemi COVID-19.

Karena jumlah populasi yang tidak diketahui, maka jumlah sampel ditentukan dengan menggunakan rumus Jacob Coben dalam Suharsimi (2013):

$$N = L / F^2 + u + 1$$

Keterangan:

N = Ukuran sampel

F² = *Effect Size* adalah 0.1

u = Banyak ubahan yang terkait dalam penelitian

L = Fungsi *power* dari u, yang diperoleh dari tabel Power (p) = 0,95

Harga L tabel dengan t.s 1% *power* 0.95 dan u=5 adalah 19.76

Dari formula tersebut didapatkan perolehan sampel sebagai berikut:

$$N = 19.76 / 0.1 + 5 + 1 = 200$$

Berdasarkan hasil perhitungan dari rumus tersebut penelitian ini akan mengambil 200 responden untuk diteliti.

3.3.3 Instrumentasi dan Teknik Pengumpulan Data

Dalam bagian ini akan dijelaskan mengenai teknik pengujian instrumen dan teknik pengumpulan data.

3.3.3.1 Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian merupakan alat yang digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan informasi dan data yang relevan dengan permasalahan penelitian (Indrawan, 2014). Dalam penelitian ini, instrumen yang digunakan adalah data primer yang diperoleh melalui angket atau kuisioner. Penyebaran kuisioner ini dilakukan menggunakan *google form* kemudian di sebar melalui media sosial.

Penelitian ini menggunakan instrumen dengan skala *Semantic Differential*. Menurut (Cooper & Schlinder, 2006) *semantic differential scale* adalah ukuran psikologi yang dapat digunakan untuk mengukur suatu objek menggunakan skala bipolar. Dengan *semantic differential scale*, variabel yang akan diukur dijelaskan dalam dua kutub, yaitu baik-buruk, tinggi-rendah, selalu-tidak pernah, besar-kecil, dan lainnya yang berhubungan dengan kutub positif dan negatif. Pengukuran menggunakan *semantic differential scale* menghasilkan data interval.

Menurut (Anshori, 2020) skala *semantic differential* ini dapat digunakan untuk melihat bagaimana pandangan seseorang terhadap suatu konsep atau variabel apakah sama atau berbeda. Responden diminta untuk menilai suatu konsep atau objek dalam suatu skala bipolar dengan tujuh buah titik, lima sampai sepuluh titik. Pada penelitian ini menggunakan skor sepuluh titik.

Dalam menentukan alat ukur tersebut, perlu memperhatikan dua hal, yaitu : (1) rumusan sifat bipolar yang cocok dengan konsep, variabel, atau objek yang akan diukur dalam memecahkan masalah penelitian, (2) sifat bipolar yang dipilih harus sesuai dengan konsep, variabel, objek yang akan diukur dan relevan dengan masalah penelitian (Anshori, 2020).

3.3.3.2 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dapat dilakukan dengan berbagai cara. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Kuesioner

Kuesioner (angket) merupakan suatu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara membuat sejumlah pertanyaan atau pernyataan tertulis mengenai data faktual atau opini yang berkaitan dengan diri responden dan yang dianggap fakta atau kebenaran yang diketahui dan juga perlu dijawab oleh responden (Sutoyo, 2009).

2. Studi Kepustakaan

Studi kepustakaan adalah suatu teknik pengumpulan data dengan cara menelaah berbagai literatur, buku, catatan serta berbagai laporan yang masih berkaitan dengan masalah yang ingin dipecahkan (Nazir, 2011).

3.3.4 Hasil Uji Validitas

Pengujian validitas menggunakan metode *Cronbach's Alpha*, untuk penelitian ini, nilai df dapat dihitung sebagai berikut $df = n-2$ atau $235-2 = 233$, dengan tingkat signifikansi sebesar 0,05 maka didapat r tabel sebesar 0,128 (*two tail*). Hasil pengujian validitas dapat dilihat pada tabel 4.17 berikut ini:

Tabel 4. 1
Hasil Uji Validitas

Dimensi	r Hitung	r Tabel (<i>two tail</i>)	Keterangan
Dimensi Budaya (X1)			
X11	0,639	0,128	VALID
X12	0,739	0,128	VALID
X13	0,883	0,128	VALID
X14	0,871	0,128	VALID
Dimensi Sosial (X2)			
X21	0,677	0,128	VALID
X22	0,753	0,128	VALID
X23	0,655	0,128	VALID
Dimensi Individu (X3)			
X31	0,772	0,128	VALID
X32	0,885	0,128	VALID
X33	0,754	0,128	VALID
Dimensi Psikologis (X4)			
X41	0,758	0,128	VALID
X42	0,833	0,128	VALID
X43	0,800	0,128	VALID
Dimensi Religiositas (X5)			
X51	0,822	0,128	VALID
X52	0,770	0,128	VALID
X53	0,853	0,128	VALID
X54	0,637	0,128	VALID
X55	0,823	0,128	VALID

Sumber: Data diolah

Seperti yang ditunjukkan pada hasil uji validitas di tabel 4.17 bahwa seluruh indikator pertanyaan dan seluruh dimensi lolos uji validitas dan dinyatakan valid.

3.3.5 Hasil Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur konsistensi konstruk/variabel penelitian. Suatu variabel bisa dikatakan *reliable* (handal) apabila jawaban responden terhadap pertanyaan bersifat stabil atau konsisten dari waktu ke waktu. Pengujian reliabilitas ini menggunakan metode *Cronbach Alpha*, dan untuk suatu variabel dikatakan reliabel jika nilai *Cronbach Alpha*-nya $> 0,60$ **Invalid source specified**. Hasil pengujian reliabilitas dapat dilihat pada tabel 4.18 berikut:

Tabel 4. 2
Hasil Uji Reliabilitas

Dimensi Variabel	Nilai <i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
Budaya (X1)	0,824	Reliabel
Sosial (X2)	0,822	Reliabel
Individu (X3)	0,851	Reliabel
Psikologis (X4)	0,850	Reliabel
Religiositas (X5)	0,799	Reliabel

Sumber: Data diolah

Seperti yang ditunjukkan pada hasil uji reliabilitas di tabel 4.18 bahwa seluruh dimensi lolos uji reliabilitas dan dinyatakan reliabel.

3.4 Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis komparasi. Teknik analisis komparasi adalah salah satu teknik analisis kuantitatif yang digunakan untuk menguji hipotesis perihal ada atau tidaknya perbedaan antar variabel atau antar sampel yang diteliti. Jika terdapat perbedaan, apakah perbedaan tersebut signifikan atau hanya kebetulan saja. Uji beda rata-rata dilakukan untuk melihat perbedaan perilaku wisatawan muslim sebelum pandemi COVID-19 dan selama pandemi COVID-19. Oleh karena itu sebelum pengujian hipotesis dilakukan, maka akan dilakukan pengujian normalitas data dan homogenitas terlebih dahulu (Sugiyono,2013)

Menurut Ghozali (2006) untuk mendeteksi normalitas data dapat dilakukan dengan uji *Kolmogorov-Smirnov*.

3.4.1 Uji Normalitas Menggunakan *Kolmogorov-Smirnov* Dua Sampel

Uji ini digunakan untuk menguji hipotesis komparatif dua sampel independen bila datanya berbentuk ordinal yang telah tersusun pada tabel distribusi frekuensi kumulatif dengan menggunakan kelas-kelas interval (Sugiyono, 2013).

Analisis hasil uji *Kolmogorov-Smirnov* dilakukan dengan menentukan hipotesis pengujian terlebih dahulu yaitu:

H_0 : Data terdistribusi secara normal

H_1 : Data tidak terdistribusi secara normal

Pengambilan keputusan dilakukan dengan kriteria sebagai berikut (Ghozali, 2011).

Asymp Significant > 0,05 maka hipotesis nol diterima yang berarti data terdistribusi normal.

Asymp Significant < 0,05 maka hipotesis nol ditolak yang berarti data tidak terdistribusi normal.

3.4.2 Uji Homogenitas Varians Menggunakan *Levene's Test*

Uji *levene* (*Levene test*) atau uji *levene* untuk kesamaan ragam (*Levene Test for Equality of Variance*) digunakan untuk menguji apakah sampel memiliki varian yang sama. Untuk mengetahui apakah kedua sampel tersebut homogen atau tidak maka perlu diuji homogenitas variansnya terlebih dahulu dengan taraf signifikansi $\alpha = 5\%$

Dengan melihat nilai probabilitas signifikansi :

Probabilitas signifikansi < 0,05, maka varian dari kedua kelompok data tersebut tidak homogen.

Probabilitas signifikansi > 0,05, maka varian dari kedua kelompok data tersebut homogen.

Analisis hasil uji *levene* dilakukan dengan menentukan hipotesis pengujian terlebih dahulu yaitu:

H_0 : Varians kedua populasi homogen

H_1 : Varians kedua populasi tidak homogen

3.4.3 Pemilihan Jenis Uji Parametrik atau Non Parametrik

Dalam pengujian hipotesis, pemilihan jenis uji parametrik atau non parametrik amat berhubungan dengan distribusi data populasi penelitian yang akan

diuji. Apabila data populasi yang akan diuji terdistribusi dan berbentuk normal, maka proses pengujian dapat menggunakan pendekatan uji statistik parametrik. Sedangkan apabila data tidak terdistribusi normal atau distribusinya tidak diketahui maka dapat menggunakan pendekatan uji statistik non parametrik.

3.4.4 Uji Beda

3.4.4.1 Uji Analisis ANOVA (*Analysis of Variance*)

Dalam penelitian ini, prosedur yang digunakan adalah One-Way ANOVA (analysis of variance). Dalam pengujian One-Way ANOVA dibutuhkan beberapa asumsi khusus yang harus dipenuhi, yaitu: (1) populasi yang akan diuji terdistribusi normal, (2) seluruh sampel adalah variabel independen (3) terdapat varian dari populasi yang akan diuji dan (4) sampel yang diuji tidak berhubungan satu sama lain (Ghozali, 2006). Alat uji ini digunakan untuk menguji apakah dua populasi atau lebih yang independen memiliki rata-rata yang dianggap sama atau berbeda.

Adapun langkah-langkah yang dilakukan dalam menguji perbedaan sampel lebih dari dua sampel yang sama maupun tidak sama (Ghozali, 2006) yaitu:

1. *Descriptive*

Digunakan untuk melihat ringkasan statistik dari ketiga sampel region, yang secara nyata terlihat perbedaan, namun demikian perlu dilakukan uji statistik selanjutnya.

2. *Test of Homogeneity of Varians*

Digunakan untuk menguji berlaku tidaknya salah satu asumsi ANOVA yaitu apakah kelima sampel mempunyai varian yang sama. Untuk menguji asumsi dasar ini dapat dilihat dari hasil tes homogenitas dari varian dengan menggunakan uji *Levene Statistic*. Hipotesis yang di gunakan dalam tes homogenitas varian adalah :

Ho : Diduga bahwa seluruh varian populasi adalah sama

Ha : Diduga bahwa seluruh varians populasi adalah berbeda

Dasar dari pengambilan keputusan adalah :

- Jika probabilitas $> 0,05$, maka Ho diterima
- Jika probabilitas $< 0,05$, maka Ho ditolak

3. *Pengujian ANOVA (Uji F)*

Digunakan untuk menguji hipotesis nol apakah semua sampel mempunyai rata-rata (*mean*) yang sama.

Hipotesis yang digunakan dalam pengujian ANOVA adalah :

H_0 : Di duga bahwa seluruh rata-rata populasi adalah sama.

H_a : Di duga bahwa rata-rata populasi adalah berbeda.

Dasar dari pengambilan keputusan yang dilakukan dengan uji F adalah :

- Jika $F \text{ hitung} > F \text{ Tabel}$, maka H_0 ditolak.
- Jika $F \text{ hitung} < F \text{ Tabel}$, maka H_0 di terima.

Atau dapat juga berdasarkan probabilitas:

- Jika probabilitas > 0.05 , maka H_0 diterima
- Jika probabilitas < 0.05 , maka H_0 ditolak dan menerima H_a