

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

Metode penelitian berfungsi sebagai pedoman peneliti dalam membuat strategi, menetapkan proses dan teknik yang akan digunakan dalam upaya pengumpulan data dan melakukan analisis untuk mendapatkan hasil berupa suatu pemahaman dan pengertian atas topik, gejala atau isu yang diteliti. BAB ini akan menguraikan secara sistematis mengenai metode penelitian yang digunakan dalam mengumpulkan data dan melakukan analisis terhadap pengalaman *staycation* pelanggan. Metode yang digunakan yaitu Analisis Isi Kualitatif dengan data tekstual yang diperoleh melalui ulasan pelanggan di situs website TripAdvisor. BAB ini memuat kegiatan ilmiah yang dilakukan secara bertahap, dimulai dengan menentukan desain penelitian, proses pengumpulan data, etis penelitian, menganalisis data dan menguji keabsahan data.

#### **3.1 Desain Penelitian**

Dalam studi ini peneliti menggunakan pendekatan kualitatif. Berdasarkan pemaparan Creswell (2013:44), penelitian kualitatif didefinisikan sebagai suatu proses eksplorasi dalam memahami makna dari suatu perilaku individu dan kelompok yang menggambarkan suatu masalah sosial atau kemanusiaan. Merriam & Tisdell (2015:16) menjelaskan lebih lanjut bahwa penelitian kualitatif merupakan pendekatan yang berfungsi untuk menemukan dan mengeksplorasi suatu fenomena dengan tujuan memahami bagaimana orang-orang menginterpretasikan pengalamannya. Pada akhirnya, penelitian kualitatif bertujuan untuk memahami suatu makna yang berangkat dari suatu fenomena atau masalah tertentu berdasarkan pandangan partisipan, bukan dari pandangan peneliti sendiri.

Dengan demikian, pendekatan kualitatif dipilih karena di dalam studi ini peneliti memfokuskan kajiannya pada bagaimana konstruksi pengalaman *staycation* pelanggan di masa pemulihan pandemi. Lebih lanjut lagi sebagaimana dipaparkan oleh Raco (2010:13) bahwa membuat suatu penelitian yang berasal dari realitas sosial, tidak dapat disederhanakan

dengan angka-angka. Suatu realita sosial bersifat multifacet, holistik, kompleks, dinamis, penuh makna dan memiliki hubungan interaktif. Hal tersebut dikarenakan suatu realita dimaknai berbeda oleh setiap orang, kondisi dan tempat. Dengan demikian, untuk dapat memahami pemaknaan atribut-atribut pengalaman pelanggan yang sangat kompleks akan sangat sulit jika diteliti menggunakan pendekatan kuantitatif yang lebih menekankan pada aspek pengukuran, objektif, ketepatan matematis dan statistik, maka pendekatan kualitatif tepat digunakan dalam penelitian ini.

Selanjutnya, guna mengeksplorasi konstruksi pengalaman dari pelanggan yang melakukan “*staycation*” di masa pemulihan pandemi, peneliti menggunakan metode analisis isi kualitatif. Sebagai suatu metode penelitian, analisis isi kualitatif dapat mewakili cara yang sistematis dan objektif untuk menggambarkan dan menafsirkan isu dari suatu fenomena (Schreier, 2012). Analisis isi kualitatif juga lebih berfokus pada penyajian data berupa kata-kata dan tema, yang memungkinkan peneliti untuk menarik beberapa kesimpulan atau hasil (Bengtsson, 2016). Berdasarkan pemaparan Schreier (2012:3) metode ini tepat digunakan pada data-data yang memerlukan suatu interpretasi, baik berbentuk data verbal maupun visual dan sumber data yang digunakan dapat diperoleh sendiri melalui wawancara dan FGD maupun dari sumber lain, seperti dokumen dan internet.

Analisis isi kualitatif dapat digunakan dalam studi ini guna mengeksplorasi atribut atau dimensi pengalaman “*staycation*” yang dikonstruksi pelanggan berupa ulasan berbentuk teks yang dimuat di halaman web TripAdvisor. Penelitian ini mengadopsi model analisis induktif Elo & Kyngäs (2008), hal ini dikarenakan belum ada cukup kategori data berupa matriks analisis yang diterapkan oleh teori atau temuan sebelumnya mengenai fenomena yang sedang diteliti. Dalam proses analisis pengalaman pelanggan, beberapa bagian teks yang dikodekan tidak sesuai dengan matriks kategorisasi yang telah ada, hal ini memungkinkan munculnya kategori baru.

### 3.2 Proses Pengumpulan Data

Proses pengumpulan data sebagai serangkaian kegiatan yang saling terkait yang bertujuan mengumpulkan informasi yang baik guna menjawab pertanyaan penelitian yang muncul (Creswell, 2013). Studi ini menggunakan *secondary data* yang diperoleh melalui proses analisis tekstual. Analisis tekstual merupakan suatu bentuk proses pengumpulan data yang melibatkan pemahaman bahasa yang ada dalam teks sehingga nantinya akan diperoleh informasi untuk diinterpretasi (Arya, 2020; McKee, 2001). Data yang digunakan dalam penelitian ini berupa ulasan pelanggan di halaman web. Bentuk data ini berfungsi sebagai “teks” yang digunakan untuk diidentifikasi makna, nilai, emosi dan pesan yang dikirim melaluinya. Tripadvisor menjadi platform ulasan pelanggan yang digunakan dalam proses pengumpulan data penelitian. Dalam situs TripAdvisor, pelanggan secara sukarela membagikan pengalaman positif dan negatif yang diunggah secara publik (Ekiz et al., 2012). Bentuk ulasan positif dan negatif tersebut digunakan dalam penelitian ini untuk dapat menjawab pertanyaan penelitian mengenai pengalaman *staycation* pelanggan melalui ulasan positif (*satisfaction*) dan ulasan negatif (*dissatisfaction*).

Dalam menyaring data *online review* pengalaman *staycation* pelanggan di masa pemulihan pandemi, peneliti memilih kumpulan ulasan pelanggan pada resor di Daerah Istimewa sebagai sumber data penelitian. Kriteria ini sesuai dengan kondisi Yogyakarta yang menunjukkan perkembangan signifikan dalam pemulihan industri pariwisata (Kemenparekraf/Baparekraf, 2020b; Wego, 2020). Hal ini didukung oleh kondisi Yogyakarta yang menjadi salah satu destinasi pariwisata unggulan di Indonesia sekaligus menjadi rumah bagi 801 properti akomodasi yang tersebar di seluruh wilayah terutama area wisata (bappeda jogjapro, 2021). Hal-hal tersebut memungkinkan tersedianya data yang dapat digunakan dalam penelitian. Akomodasi dengan tipe *resort* digunakan sebagai kriteria utama dalam mengidentifikasi properti hotel yang digunakan *staycation* oleh pelanggan di masa pemulihan pandemi. Tripadvisor mengidentifikasi 29 akomodasi dengan tipe *resort* di Yogyakarta. Kata kunci *staycation*

digunakan dalam penyaringan *resort* yang memuat ulasan pengalaman *staycation* pelanggan. Hal ini dilakukan peneliti untuk mempersempit ribuan ulasan pelanggan yang tidak memuat pengalaman *staycation* di *resort-resort* tersebut. Penyaringan tersebut mengurangi jumlah *resort* yang digunakan dalam penelitian menjadi 9 *resort*. Berikut Tabel 3.1 memuat daftar *resort* di Daerah Istimewa Yogyakarta yang digunakan dalam penelitian pengalaman *staycation* pelanggan :

**Tabel 3.1**  
**Daftar Resort Yogyakarta dalam Kategori Staycation**

Resort property	Star rating	CHSE certified	Number of rooms	Number of staycation reviews
Hyatt Yogyakarta	Regency 5	Yes	269	46
Sheraton Yogyakarta	Mustika 5	Yes	246	6
Melia Yogyakarta	Purosani 5	Yes	280	5
The Atrium Hotel & Resort	4	Yes	105	1
Abhayagiri Sumberwatu Heritage Resort	4	Yes	20	1
D'Kaliurang Resort & Convention	3	Yes	-	7
The Westlake Hotel & Resort Yogyakarta	3	Yes	125	1
Queen of The South Beach Resort	3	Yes	59	3
Java Village Resort	3	Yes	88	1

Sumber : Data Peneliti 2022

Proses pengumpulan data dilakukan dalam rentang waktu 19 bulan. Proses pengumpulan data dilakukan selama masa pemulihan pandemi Covid-19 yaitu terhitung sejak awal pemberlakuan tatanan normal baru yang diberlakukan oleh MENKES RI per tanggal 19 Juni 2020 hingga Maret

2022. Pemberlakuan normal baru menjadi titik balik pemulihan industri-industri di Indonesia termasuk dibukanya kembali akomodasi dan perhotelan di hampir seluruh Indonesia. Untuk memahami komentar tekstual pelanggan, peneliti memilih menggunakan data berbahasa Indonesia dan Inggris. Dalam suatu *online review*, pelanggan cenderung berbicara salah satu dari banyak bahasa dengan berbagai perbedaan latar belakang budaya dan harapan mereka (Yong Liu, Teichert, Rossi, Li, & Hu, 2017). Selain itu, kegiatan *staycation* di masa pandemi identik dengan pasar domestik dimana wisatawan lokal cenderung menggunakan bahasa Indonesia dan Inggris. Secara keseluruhan, dari 9 properti resort di Daerah Istimewa Yogyakarta, sebanyak 71 ulasan dikumpulkan dan disalin ke halaman *spreadsheet* untuk selanjutnya dilakukan proses pengkodean manual.

### 3.3 Etis Penelitian

Etis penelitian mengacu pada berbagai nilai, norma, dan pengaturan kelembagaan yang berfungsi sebagai cara untuk mengatur suatu kegiatan ilmiah, sehingga dianggap sebagai kodifikasi moralitas ilmiah dalam suatu studi ilmu (Forskningsetik, 2019). Pengaturan etis penting dilakukan dalam setiap penelitian yang melibatkan “peserta/informan manusia” (Stevens, O’Donnell, & Williams, 2015). Penelitian ini melibatkan pelanggan hotel resor sebagai informan atau sumber data untuk menganalisis pengalaman mereka. Berdasarkan proses pengumpulan data yang telah dilakukan sebelumnya, penelitian ini disimpulkan sebagai penelitian berbasis internet. Adapun praktik etis dalam penelitian ini menggunakan pedoman yang dipaparkan oleh Eysenbach & Till (2001); Stevens et al. (2015) dengan membagi prosedur penerapan etis dalam penelitian berbasis internet menjadi tiga kepentingan, yaitu *public / private space*, *informed consent*, dan *protecting the data*.

Berdasarkan tiga kepentingan tersebut, peneliti memastikan bahwa keseluruhan data yang digunakan berupa data sekunder yaitu komentar tekstual pelanggan di halaman web tersedia sebagai *public domain*.

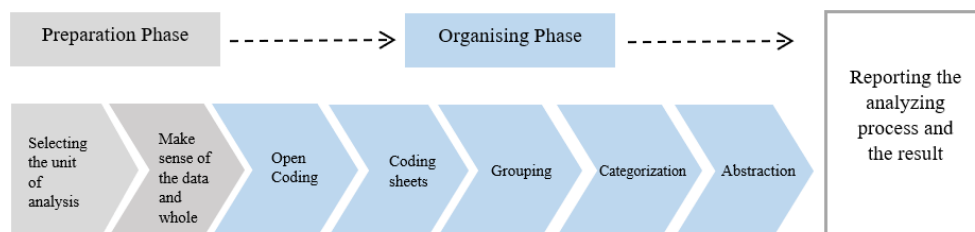
Beberapa penelitian seperti yang dilakukan (Attard & Coulson, 2012; Coulson, Buchanan, & Aubeeluck, 2007) menyebutkan bahwa pesan atau data yang tersedia dan dapat diakses secara online telah dianggap sebagai *public domain*. Data yang tersedia dalam bentuk *public domain* dan dapat diakses bebas oleh publik secara online sehingga tidak diperlukan adanya persetujuan yang harus diinformasikan dalam penelitian (Eysenbach & Till, 2001; Sudweeks & Rafaeli, 1996). Dalam konteks penelitian ini, ditunjukkan bahwa data yang digunakan berupa *online review* yang secara sah dikategorikan oleh Eysenbach & Till (2001) sebagai *public domain* yang dapat digunakan tanpa persetujuan peserta atau informan. Dalam menjaga privasi informan, peneliti menjamin tidak ada data informasi pengenal pribadi yang dapat teridentifikasi oleh pencarian kutipan di internet dan nama pengguna akan diganti dengan nama samaran atau dilakukan sensor di beberapa huruf dalam nama pengguna. Peneliti akan melindungi data pribadi informan selama peneliti menyimpan dan menggunakannya.

### 3.4 Analisa Data

*Qualitative Content Analysis* menjadi salah satu dari beberapa metode kualitatif yang saat ini tersedia untuk menganalisis data non numerik dengan tujuan untuk dapat menafsirkan maknanya (Schreier, 2012). Teknik dasar menganalisis data kualitatif dilakukan dengan cara meringkas, mengkategorikan dan menyimpulkan. Corbin and Strauss (2008) menjelaskan, dalam sebuah penelitian data kualitatif bukan diperoleh dari prosedur-prosedur statistik atau cara-cara lain dari kuantifikasi atau pengukuran. Adapun jenis data yang dipilih peneliti adalah analisis tekstual dari hasil *online review* dengan *setting* TripAdvisor. Jumlah keseluruhan data yang digunakan terhitung sedikit, yaitu hanya 71 ulasan, sehingga proses pengkodean dalam penelitian ini dilakukan secara manual. Memeriksa data secara manual juga cenderung lebih efektif dibandingkan menggunakan perangkat lunak komputer ketika mengekstraksi pengalaman yang bermakna dari konten tekstual yang kompleks (Krippendorff, 2004)

dan lebih tepat digunakan untuk dapat memahami makna yang tersembunyi (Au, Buhalis, & Law, 2014). Hasil akhir yang diharapkan dari analisis penelitian ini adalah ekstraksi yang efektif dari dimensi potensial yang membentuk pengalaman pelanggan.

Dalam menganalisis data kualitatif yang telah diperoleh, peneliti menggunakan metode analisis isi induktif yang mengacu pada studi (Elo & Kyngäs, 2008). Tujuannya yaitu untuk memperoleh gambaran yang ringkas dan luas tentang fenomena yang diteliti dan hasil analisisnya berupa kategori baru yang menggambarkan fenomena tersebut. Penelitian ini menggunakan data mentah tanpa matriks kategorisasi berbentuk teori yang telah ditentukan sebelumnya. Data yang digunakan berupa data ulasan pelanggan yang belum terstruktur sehingga dalam menganalisis data kualitatif ini, pendekatan induktif dalam analisis isi kualitatif lebih tepat digunakan. Berikut Gambar 3.1 memaparkan proses analisa data yang dilakukan peneliti :



Sumber : Elo & Kyngäs (2008)

### **Gambar 3.1** **Proses Analisa Data Menggunakan *Inductive Content Analysis***

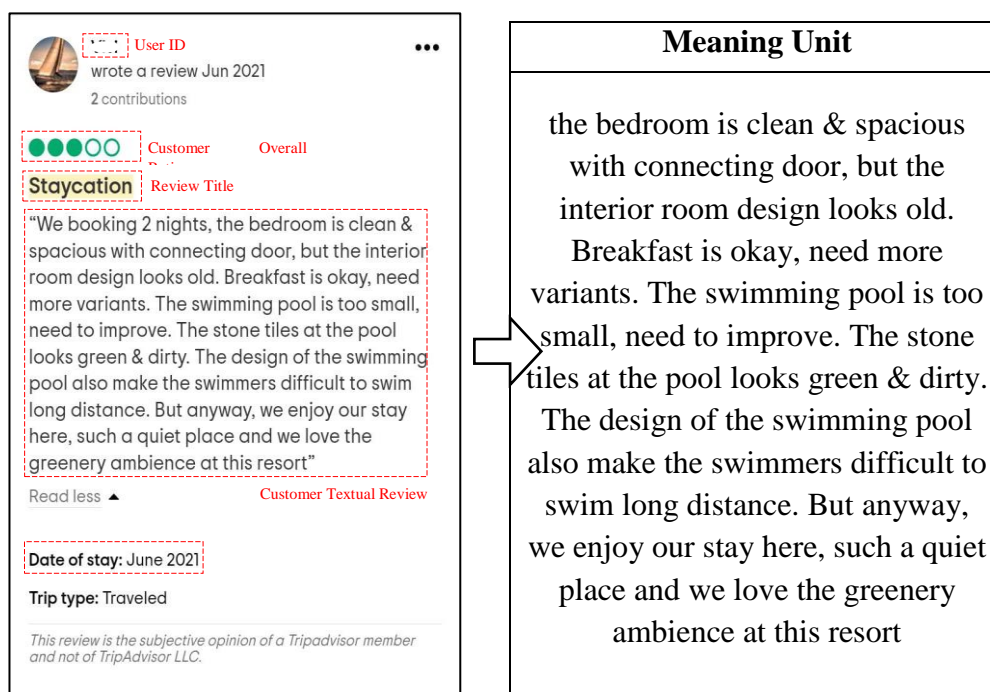
#### **3.4.1 Tahap Persiapan (*Preparation Phase*)**

Tahap persiapan dalam analisis isi yaitu tahap dimana peneliti mengidentifikasi dan memahami data yang telah diperoleh dari proses pengumpulan data sebelumnya. Prosedur yang dilakukan dalam penelitian

ini seperti menyalin data yang diperoleh, menafsirkan makna keseluruhan teks, dan memilih unit analisis.

### 1. Pemilihan unit analisis / *selecting unit analysis*

Di tahap ini peneliti akan menyalin *raw data* yang berupa komentar tekstual untuk mendapatkan gambaran keseluruhan dari ulasan yang ditulis pelanggan. Dalam konteks ini pemilihan unit analisis bisa berupa huruf, kata, kalimat, bagian halaman atau kata (McCain 1988, Cavanagh 1997, Guthrie et al. 2004). Berikut Gambar 3.1 menyajikan contoh kolom ulasan pelanggan dalam halaman web Tripadvisor dan unit analisis yang akan dikaji :



The image shows a screenshot of a Tripadvisor review for a staycation. The review is by a user who wrote it in June 2021. The review title is "Staycation". The review text is: "We booking 2 nights, the bedroom is clean & spacious with connecting door, but the interior room design looks old. Breakfast is okay, need more variants. The swimming pool is too small, need to improve. The stone tiles at the pool looks green & dirty. The design of the swimming pool also make the swimmers difficult to swim long distance. But anyway, we enjoy our stay here, such a quiet place and we love the greenery ambience at this resort". The review is rated 4 out of 5 stars. The date of stay is June 2021. The trip type is Traveled. A box labeled "Meaning Unit" highlights the following text: "the bedroom is clean & spacious with connecting door, but the interior room design looks old. Breakfast is okay, need more variants. The swimming pool is too small, need to improve. The stone tiles at the pool looks green & dirty. The design of the swimming pool also make the swimmers difficult to swim long distance. But anyway, we enjoy our stay here, such a quiet place and we love the greenery ambience at this resort".

Sumber : [www.tripadvisor.co.id](http://www.tripadvisor.co.id)

### Gambar 3.2 Contoh Ulasan Pelanggan dan Unit Analisis Yang Dikaji

Gambar 3.1 menunjukkan elemen-elemen atau bagian dalam halaman ulasan pelanggan di platform Tripadvisor. Adapun elemen yang digunakan dalam penelitian ini seperti ID pengulas, *head of review*, tanggal ulasan, dan konten ulasan. Identifikasi *date of stay* berguna sebagai batasan jangka waktu penelitian. Seperti yang telah dipaparkan sebelumnya, rentang waktu pengumpulan data dilakukan selama 19 bulan terhitung per tanggal



19 Juni 2020 hingga Maret 2022, sehingga ulasan pelanggan diluar rentang waktu tersebut tidak akan digunakan sebagai unit analisis. Konten ulasan terdiri atas *overall rating* berupa numerik yang dihitung dalam skala likert (1-5) dan komentar pelanggan yang berbentuk teks yang berisi deskripsi secara rinci mengenai pengalaman yang dirasakan selama menginap. Penelitian ini berfokus pada konstruksi atribut pengalaman staycation pelanggan dalam suatu narasi online review sehingga proses *coding* hanya dilakukan terhadap komentar tekstual pelanggan. *Overall rating* hanya digunakan sebagai sarana untuk mendeteksi ulasan yang tidak autentik (Chua & Banerjee, 2013; Xiang et al., 2017). Sebagai contoh dalam beberapa kasus, pengulas memberikan peringkat lima yang mengindikasikan tingkat kepuasan tinggi sementara konten ulasannya berisi kalimat-kalimat negatif.

## **2. Memahami data / *make sense of the data***

Langkah selanjutnya yaitu peneliti berusaha untuk memahami data dan mempelajari apa yang sedang terjadi, dengan itu peneliti memperoleh pengertian secara keseluruhan. Berdasarkan pemaparan Dey (1993), dalam membaca data, peneliti harus dapat menjawab pertanyaan siapa, dimana, kapan, apa dan mengapa. Hal ini bertujuan untuk menyelami data yang nantinya akan menjadi poin bagi peneliti untuk mendapatkan ide mengenai inti dari kalimat yang diungkapkan pelanggan. Unit makna diperiksa kembali untuk memastikan bahwa semua aspek konten telah tercakup dalam kaitannya dengan tujuan penelitian (Philip Burnard, 1991). Selama proses ini, jika suatu kalimat atau kata memberikan informasi yang tidak penting dan tidak dapat menjawab pertanyaan penelitian, maka teks tersebut dapat dikecualikan (P. Burnard, Gill, Stewart, Treasure, & Chadwick, 2008; Philip Burnard, 1991). Dalam beberapa kasus, sebagian pengulas tidak memberikan tanggapan terhadap beberapa atribut (B. J. Zhang & Verma, 2017), sehingga peneliti memilih hanya menggunakan unit makna yang spesifik mengarah kepada atribut-atribut hotel, seperti pelayanan, ruangan, fasilitas, makanan dan minuman. Pada akhirnya, peneliti akan memperoleh

keseluruhan teks yang teridentifikasi sebagai unit makna yang lebih spesifik berkaitan dengan pertanyaan penelitian untuk selanjutnya dapat diorganisir.

### 3.4.2 Tahap Pengorganisasian (*Organizing Phase*)

Dalam analisis isi induktif, tahapan selanjutnya yaitu mengorganisir data kualitatif yang sebelumnya telah dipilih sebagai unit analisis dalam penelitian. Fase pengorganisasian terbagi menjadi 5 tahapan yaitu pengkodean terbuka, menyusun lembar pengkodean, pengelompokan data, menciptakan kategori, dan abstraksi. Sebelum melakukan pengkodean dan membuat kategori, unit makna yang telah teridentifikasi harus diringkas untuk dapat memperoleh inti dari unit makna yang lebih spesifik. Dengan syarat, jumlah kata akan dikurangi tanpa kehilangan inti dari unit makna itu sendiri (Graneheim & Lundman, 2004). Kedalaman unit makna menentukan tingkat analisis yang dapat dilakukan, sehingga untuk menganalisis data menggunakan analisis isi diperlukan proses kondensasi sebelum teks digunakan dalam pengkodean. Berikut proses kondensasi unit makna disajikan dalam Tabel 3.2 :

**Tabel 3.2**  
**Proses Kondensasi Unit Makna**

<b>COLUMN 1</b> <b>Meaning Unit</b>	<b>COLUMN 2</b> <b>Condensed Meaning Unit</b>
we booking 2 nights, the bedroom is clean & spacious with connecting door, but the interior room design looks old. breakfast is okay, need more variants. the swimming pool is too small, need to improve. the stone tiles at the pool looks green & dirty. the design of the swimming pool also make the swimmers difficult to swim long distance. but anyway, we enjoy our stay here, such a quite place and we love the greenery ambience at this resort	<i>“the bedroom is clean &amp; spacious”</i> <i>“interior room design looks old”</i> <i>“breakfast is okay, need more variants”</i> <i>“the swimming pool is too small”</i> <i>“the stone tiles at the pool looks green &amp; dirty”</i> <i>“we enjoy our stay here, such a quite place”</i> <i>“we love the greenery ambience at the resort”</i>

Sumber : Data Peneliti 2022

Unit makna yang masih berupa keseluruhan ulasan tekstual pelanggan dipecah kalimat per kalimat menjadi kutipan terpisah. Kalimat ataupun kata yang tidak berkaitan dengan pertanyaan penelitian atau tidak dapat dikategorikan sebagai kepuasan dan ketidakpuasan pelanggan seperti kalimat “*we booking 2 nights*” tidak akan disertakan dalam proses analisis. Hasil kondensasi unit makna yang telah dipecah per kalimat ini selanjutnya di kode kan sesuai atribut-atribut yang ditemukan selama proses analisis data.

### 1. Pengkodean Terbuka (*Open Coding*)

Berdasarkan model analisis isi induktif, langkah pertama dalam proses pengorganisasian data kualitatif yaitu *open coding* atau *initial coding*. Proses *coding* data kualitatif dalam penelitian ini merujuk pada pedoman Saldana (2013) dengan membagi proses pengkodean menjadi dua siklus. Siklus pertama merupakan proses-proses pengkodean awal dengan membagi data menjadi subkategori, dengan panduan pengkodean tata bahasa, elemental, afektif, sastra dan bahasa, eksplorasi, prosedural, dan profil akhir yang berjudul tema data. Sedangkan di siklus kedua, peneliti akan lebih fokus untuk mengklasifikasikan, memprioritaskan, mengintegrasikan, mensintesis, mengabstraksi, membuat konsep, dan membangun teori. Dalam tahap *open coding*, setiap kondensasi unit makna dianalisis untuk dikodekan dan diberi label. Berikut simulasi tahapan pengkodean terbuka disajikan dalam Tabel 3.3

**Tabel 3.3**  
**Simulasi Proses Pengkodean Terbuka**

Meaning Unit	Condensed Meaning Unit	Pengkodean Terbuka
we booking 2 nights, the bedroom is clean & spacious with connecting door, but the interior room design looks old.	<i>“the bedroom is clean &amp; spacious with connecting door”</i>	<sup>1a</sup> <i>clean bedroom</i>
breakfast is okay, need more variants.	<i>“breakfast is okay, need more variants”</i>	<sup>1b</sup> <i>spacious bedroom</i>
the swimming pool is	<i>“interior room design looks old”</i>	<sup>2</sup> <i>old room design</i>
	<i>“breakfast is okay, need more variants”</i>	<sup>3</sup> <i>need breakfast variants</i>
	<i>“the swimming pool is too</i>	<sup>4</sup> <i>small swimming</i>

Meaning Unit	Condensed Meaning Unit	Pengkodean Terbuka
too small, need to improve. the stone tiles at the pool looks green & dirty. the design of the swimming pool also make the swimmers difficult to swim long distance. but anyway, we enjoy our stay here, such a quite place and we love the greenery ambience at this resort	<i>small, need to improve”</i> <i>“the stone tiles at the pool looks green &amp; dirty”</i> <i>“we enjoy our stay here, such a quite place”</i> <i>“we love the greenery ambience at the resort”</i>	<i>pool</i> <sup>5</sup> <i>dirty pool</i> <sup>7</sup> <i>enjoy quite place</i> <sup>8</sup> <i>love greenery ambience</i>

Sumber : Data Peneliti 2022

Tahapan *open coding* diawali dengan meletakkan data mentah ulasan pelanggan dalam kolom pertama untuk selanjutnya dipecah menjadi bagian-bagian terpisah. Peneliti menggunakan cara *In Vivo* dalam proses pengodingan dimana data masih berupa kutipan berdasarkan kata-kata peserta dan belum ada interpretasi dari peneliti (Charmaz, 2006; Corbin & Strauss, 2008; Glaser & Strauss, 1967). Setiap kalimat yang terdapat atribut-atribut atau dimensi kepuasan dan ketidakpuasan pelanggan di beri kode atau label satu persatu.

Tujuan membagi dan melabeli data satu persatu yaitu untuk membandingkan dan membedakan peristiwa serupa yang akan muncul selama proses analisis data. Oleh karena itu, pada bagian ini peneliti menerapkan *simultaneous coding* dalam setiap atribut yang ditemukan. Berdasarkan pemaparan Miles & Huberman (1994), *simultaneous coding* sesuai ketika konten data menunjukkan lebih dari satu makna sehingga memerlukan lebih dari satu kode. Seperti yang terlihat pada Tabel 3.2 penerapan *simultaneous coding* yaitu dengan melabeli atribut dengan dua kode ganda seperti 1a untuk atribut *clean bedroom* dan 1b untuk *spacious bedroom*.

## 2. Lembar Pengkodean (*Coding Sheets*)

Tahap selanjutnya yaitu menyalin seluruh atribut yang telah diberi judul ke lembar pengkodean dan kategori dibuat secara bebas. Dalam tahap ini, peneliti melakukan pengkodean terhadap emosi positif maupun negatif yang dikonstruksi pelanggan dan atribut yang teridentifikasi sehingga pada akhirnya akan mendapat kesimpulan berupa kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan terhadap atribut-atribut resor. Berikut Tabel 3.3 menyajikan sampel *coding sheet* data ulasan pelanggan :

**Tabel 3.4**  
**Simulasi Penyusunan *Coding Sheet***

Open Coding	Sub-category (emotion )	Generic category	Sub-category (atribut)	Generic category	Main category
<sup>1a</sup> clean bedroom	clean	positive	clean	cleanliness	satisfaction with cleanliness
<sup>1b</sup> spacious bedroom	spacious	positive	room size	room	satisfaction with room
<sup>2</sup> old room design	old	negative	interior room design	room	dissatisfaction of room
<sup>3</sup> variants breakfast	need more	negative	variety of food and beverage	food and beverage	dissatisfaction of food and beverage
<sup>4</sup> small swimming pool	small	negative	pool	facilities	dissatisfaction with facilities
<sup>5</sup> green and dirty	dirty	negative	dirty	dirtiness	dissatisfaction with dirtiness
<sup>7</sup> enjoy quite place	enjoy	positive	ambience	physical signifiers	satisfaction with physical signifiers
<sup>8</sup> love greenery ambience	love	positive	ambience	physical signifiers	satisfaction with physical signifiers

Sumber : Data Peneliti 2022

### 3. Pengelompokan (*Grouping*)

Tujuan pengelompokan data adalah untuk mengurangi jumlah kategori dengan mempersempit kategori yang serupa atau tidak serupa ke dalam kategori yang lebih luas (Philip Burnard, 1991; Dey, 1993). Hasil dari proses pengelompokan data berupa tema utama dari setiap kode emosi yang terdeteksi dan atribut yang ditemukan. Berikut Tabel 3.4 mengenai simulasi pengelompokan data :

**Tabel 3.5**  
**Simulasi proses pengelompokan data**

No.	Category	Grouping
1	room	<b>room size</b> (spacious, large) <b>room type &amp; features</b> (superior) <b>in room facilities</b> (tv, ac, mini bar, telephone, hair dryer, lamp, bedding) <b>room condition</b> (good, nice, smell) <b>room interior</b> (furniture, décor, design,)
2	food and beverage	<b>food taste</b> (delicious breakfast, amazing taste) <b>food condition</b> (cold food, food quality, portion) <b>variety of food &amp; beverage</b> (varied menu) <b>food type</b> (traditional food, indonesian food)
3	facilities and outlets	<b>general facilities</b> (swimming pool, lobby, wifi, valet parking, playground, golf court) <b>business facilities</b> (meeting room, library) <b>sport facilities</b> (gym, health club, jogging track) <b>recreation facilities</b> (pool, tropical garden, golf court, outdoor activities, resort activities, children activities, pets club, playground, attraction, entertainment) <b>outlets</b> (restaurant, additional restaurant, bar & lounge, spa, coffee)

No.	Category	Grouping
		shop, mini market)
4	service	<b>staff behavior and performance</b> (kind, friendly, helpful, nice, warm, ramah) <b>service delivery</b> (check in service, reservation service, restaurant service, in house service) <b>miscellaneous service</b> (special occasion, special request, complimentary service)
5	physical signifiers	<b>ambiance</b> (tenang, damai, sepi, sejuk, cozy, homy) <b>style</b> (traditional, modern) <b>building</b> (old, beautiful, big) <b>landscape</b> (land, area) <b>environment</b> (fresh air, green)
6	cleanliness	<b>clean</b> (clean, no odor) <b>dirty</b> (dirty, puddle)
7	covid-19 precautions	<b>health protocol</b> (social distancing, mask, face shield) <b>sterilized</b> (disinfectant, sanitizer) <b>travel safe guarantee</b> (staff vaccinated)
8	location	<b>strategic</b> (near of city, tourist attraction) <b>sight</b> (ocean view, lake view, city view)
9	value	<b>price</b> (worth it, expense) <b>loyalty program</b> (room upgrade, family member)

Sumber : Data Peneliti 2022

#### 4. Menciptakan Kategori (*Categorization*)

Menciptakan kategori menyatakan perbandingan antara data dan pengamatan lain yang tidak termasuk ke dalam kategori yang sama. Tujuan pembuatan kategori adalah untuk menyediakan sarana untuk mendeskripsikan fenomena, meningkatkan pemahaman dan menghasilkan pengetahuan (Cavanagh, 1997). Ketika merumuskan kategori dengan

analisis isi induktif, peneliti mengambil keputusan, melalui interpretasi, tentang hal-hal mana yang akan dimasukkan ke dalam kategori yang sama (Dey, 1993). Dalam penelitian ini, peneliti mengelompokkan dua kategori ulasan berdasarkan emosi yang ditampilkan sebagai *positive* dan *negative review*. Berikut Tabel 3.5 dan Tabel 3.6 memaparkan simulasi proses pengkategorian dari ulasan positif dan negative pelanggan :

**Tabel 3.6**  
**Simulasi Pengkategorian Ulasan Positif Pelanggan**

Rank	Attribute	Positive Words
1	service	best_service_quality, care_staff, checkin_earlier, checkin_process, chef_ramah, pelayanan_ramah, good_service, friendly_staff, helpfull_staff, warmly_greeted, fast_check in, care_staff, excellent_service, communicative_staff, kindness_staff,
2	facilities and outlets	fasilitas_lengkap, outdoor_activities, children_playground, useful_fitness center, large_swimming pool, golf_court, best_spa
3	physical signifiers	ambience_oke, enjoy_ambience, love_the greenery, realxing_ambience, good_ambience
4	food and beverage	delicious_breakfast, food_portion, food_taste, exquisite_food, nice_food, incredible_taste, indonesian_taste
5	room	big_room, comfortable_bed, complete_amenities, enjoy_the_room, excellent_room, functional_room, kamar_bersih_dan_nyaman, kamar_luas, nice_room, room_facilities, room_type, sleep_quality, spacious_room, superior_room
6	location	akses_mudah, amzing_view, great_location, lokasi_dalam_kota, lokasi_dekat_kota, lokasi_strategis, merapi_view, near_of_tourist_attraction, nice_view, strategic_location
7	cleanliness	clean, clean_bathroom, clean_bedroom,



Rank	Attribute	Positive Words
		clean_room, kamar_bersih, kebersihan_terjaga, no_annoying_odors, tempatnya_bersih
8	value	affordable_price, family_members, good_price, harga_terjangkau, price, reasonable, worth_it
9	covid-19 precautions	protokol_covid_baik, runs_the_covid_protocol, sterilisasi_dan_disinfektan_rutin, strict_health_protocol

Sumber : Data Peneliti 2022

**Tabel 3.7**  
**Simulasi Pengkategorian Ulasan Negatif Pelanggan**

Rank	Attribute	Negative Words
1	room	bed_sheet lembab, blanket_covered, change_the_matresses, desain_kamar_classic, issues_with_bathroom, old_interior_room_design, old_rooms_furniture, outdated_room, room_features, room_looks_old, theres_no_fridge
2	service	check_in_service, customer_service, informasi_spa_massage, pelayan_tidak_ramah, restaurant_service, staff_cuek, unresponsive_room_service
3	facilities and outlets	closed_entertainment_facilities, internet_connection, lost_electricity, poor_wifi, small_swimming_pool, swimming_pool_design, tidak_ada_vallet_parking
4	food and beverage	bad_food_taste, bad_breakfast, food_and_beverage_aren't_good, little_food_variants, need_varies_of_breakfast

---

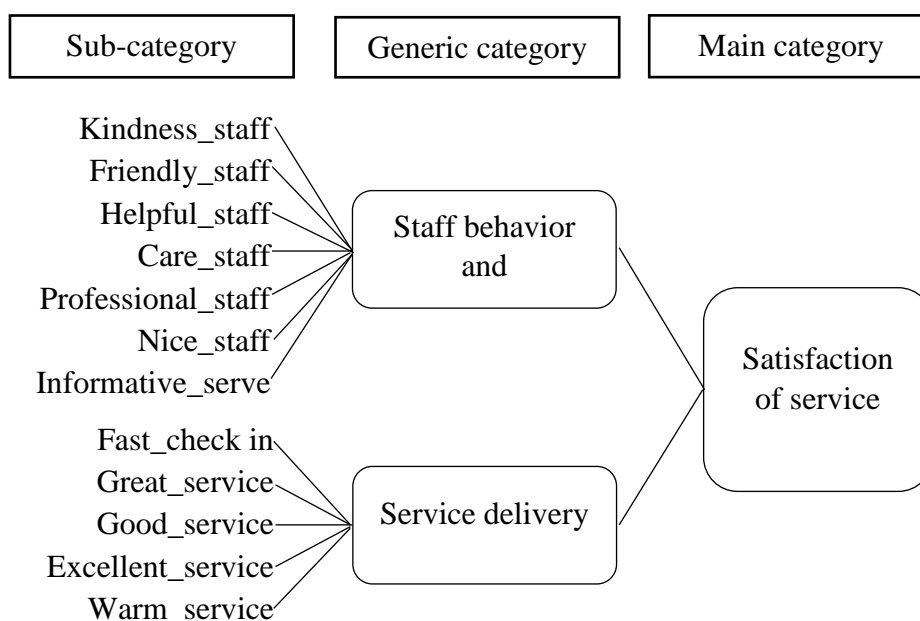
<b>Rank</b>	<b>Attribute</b>	<b>Negative Words</b>
5	cleanliness	puddle_bathroom, green_and_dirty_pool, ants_inside_room
6	physical signifiers	old_architecture_and_interior
7	value	worthless_loyalty_programm
8	covid-19 precautions	prokes_tidak_berjalan

---

Sumber : Data Peneliti 2022

## 5. Abstraksi (*Abstraction*)

Di tahap ini peneliti merumuskan gambaran umum topik penelitian melalui *generating category* (Dey, 1993; Elo & Kyngäs, 2008). Setiap kategori diberi nama menggunakan kata-kata dengan karakter konten. Subkategori dengan peristiwa dan insiden serupa dikelompokkan bersama sebagai kategori dan kategori dikelompokkan sebagai kategori utama. Berikut Gambar 3.3 menyajikan sampel simulasi proses abstraksi yang dilakukan peneliti :



**Gambar 3.3**  
**Simulasi Proses Abstraksi Data**

### 3.4.3 Tahap Pelaporan (*Reporting Phase*)

Tahap akhir dari analisis data ini yaitu adalah pelaporan proses analisis dan hasil akhir dari tahapan sebelumnya, melalui model, sistem konseptual, peta konsep atau kategori, dan alur cerita. Proses analisis dan hasil dijelaskan secara rinci sehingga pembaca memiliki pemahaman yang jelas tentang bagaimana analisis dilakukan serta kekuatan dan keterbatasannya

### 3.5 Keabsahan Data

Penelitian yang baik adalah penelitian yang terbuka untuk kritik dan evaluasi. Hal ini mencakup bagaimana suatu penelitian dinilai, kemampuan metode yang digunakan, keakuratan temuannya, dan integritas asumsi yang dibuat atau kesimpulan yang dicapai (Long & Johnson, 2000). Temuan yang ambigu dapat mengakibatkan pemborosan waktu dan usaha, sedangkan temuan yang salah dapat mengakibatkan penerapan praktik yang berbahaya. Oleh karena itu, studi ini memerlukan evaluasi sebagai prasyarat penting sebelum penelitian digunakan dalam suatu praktik. Hal yang dapat dilakukan melalui penilaian reliabilitas dan validitas.

#### 3.5.1 Memperkuat Reliabilitas Data

Reliabilitas digambarkan sebagai konsistensi atau keteguhan alat ukur yang digunakan dalam suatu penelitian (Wood & Haber, 1998). Salah satu metode yang dapat digunakan untuk menguji kualitas pengkodean adalah dengan perhitungan ICR atau *intercoder reliability* (Armstrong, Gosling, Weinman, & Marteau, 1997). Penggunaan *intercoder reliability* bertujuan untuk meminimalkan bias subjektif yang muncul selama proses pengkodean. *Intercoder Reliability* berupa ukuran numerik dari kesepakatan antara pembuat kode yang berbeda mengenai bagaimana data yang sama harus dikodekan (C. O'Connor & Joffe, 2020). Dengan kata lain, proses uji reliabilitas ini membutuhkan dua atau lebih orang *coder*.

Dalam proses ini, peneliti sendiri berperan sebagai koder pertama (C1) dan peneliti dibantu oleh rekan alumni yang berpengalaman dalam bidang pariwisata sebagai koder kedua (C2). Burla *et al.* (2008) memaparkan bahwa kesepakatan langsung dari dua pembuat kode dapat diberikan sebagai persentase kesepakatan, mulai dari 0% hingga 100%. Dalam menghitung derajat reliabilitas dari alat ukur yang digunakan, peneliti menggunakan formula (Holsti, 1969).

$$\text{Intercoder reliability } (r) = \frac{2M}{N_1 + N_2}$$

M : Jumlah coding yang disetujui masing-masing coder

N<sub>1</sub> : Jumlah coding yang dibuat coder 1

N<sub>2</sub> : Jumlah coding yang dibuat coder 2

Berikut hasil *coefficient reliability* antar coder 1 dan coder2 berdasarkan unit analisis dimensi kepuasan dan ketidakpuasan pelanggan :

$$CR = \frac{2M}{N_1 + N_2}$$

$$CR = \frac{2(443)}{462 + 443}$$

$$CR = 0,97$$

*Coefficient reliability* yang didapat dari hasil rekapitulasi uji reliabilitas antar *coder* 1 dan *coder* 2 berdasarkan unit analisis dimensi kepuasan dan ketidakpuasan pelanggan adalah 0,97 atau 97%. Berdasarkan formula Holsti (1969), maka data tersebut dapat dikatakan reliabel karena reliabilitas minimum yang ditoleransi yaitu 0,7. Alat ukur dianggap reliabel karena nilai  $r \geq 0,7$  atau melebihi 70%.

### 3.5.2 Triangulasi untuk Memperkuat Keabsahan Data

Validitas merupakan suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrumen penelitian. Menurut Hammersley (1992), sebuah penelitian dianggap valid atau sah jika secara akurat mewakili fitur-fitur dari fenomena yang dimaksudkan untuk dijelaskan atau diteorikan. Dalam penelitian kualitatif, triangulasi mengacu pada penggunaan beberapa metode atau sumber data untuk dikembangkan ke pemahaman yang lebih komprehensif tentang fenomena (Patton, 1999). Triangulasi dipandang sebagai strategi penelitian kualitatif untuk memperkuat keabsahan data melalui konvergensi informasi dari berbagai sumber. Untuk meningkatkan objektivitas, kebenaran dan validitas data yang digunakan, peneliti memilih menggunakan jenis triangulasi sumber data.

Berdasarkan pemaparan Sugiyono (2016:127), triangulasi sumber data berguna untuk menguji kesahihan data dengan cara memeriksa data yang telah diperoleh melalui berbagai sumber perolehan data dalam penelitian. Adapun cara yang dapat dilakukan antara lain menggunakan dokumen tertulis, arsip, gambar, ataupun catatan resmi.

Dengan menggunakan sumber-sumber tersebut tentu akan diperoleh validasi dari berbagai sudut pandang yang berbeda mengenai fenomena yang sedang diteliti. Hal ini ditujukan untuk memperkuat dan melengkapi sumber data yang diperoleh dari hasil analisis tekstual ulasan pelanggan di platform online review TripAdvisor. Dalam memperoleh validitas data dalam penelitian ini, peneliti akan menggunakan dokumentasi tambahan yang diperoleh dari berita daring dan wawancara tidak terstruktur kepada praktisi perhotelan. Dengan triangulasi metode ini diharapkan dapat meningkatkan konsistensi dan akurasi data yang diperoleh dengan memberikan gambaran yang lebih lengkap tentang fenomena yang diteliti.