

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, yang bertujuan untuk menjelaskan pengaruh variabel dependen dan independent dengan melalui penyebaran kuisisioner menggunakan *google form* yang diberikan kepada responden dan diukur menggunakan system SEM-PLS melalui aplikasi analisis SmartPLS. Populasi pada penelitian ini adalah seluruh konsumen yang sudah berkunjung pada Krakataw Park di Lampung Selatan dengan kriteria usia 17 tahun sampai 40 tahun, selain itu menggunakan teknik *sampling*. Sumber data yang digunakan yaitu data primer dan data skunder. Teknik analisis yang digunakan penelitian ini yaitu uji validitas (*outer model*), uji *reliability*, uji hipotesis (*bootstrapping*).

3.2 Sumber Data

1. Data Primer

Data primer yang digunakan dalam penelitian ini adalah hasil pengisian kuisisioner mengenai minat berkunjung pada Krakataw Park di Lampung Selatan.

2. Data Sekunder

Yaitu data yang diperoleh melalui dokumen yang dipelajari melalui buku, jurnal, majalah dan internet untuk mendukung penelitian. Melalui tinjauan pustaka dapat dibangun landasan teori yang sesuai dengan permasalahan atau kerangka konseptual penelitian, misalnya buku-buku referensi.

3.3 Metode Pengumpulan Data

Dalam Teknik atau metode pengumpulan data, pengumpulan data primer menggunakan survei atau kuisisioner. Kuisisioner dikirimkan kepada responden, kuisisioner berisi pertanyaan, dalam penelitian ini data yang digunakan untuk pengumpulan datannya yaitu:

1. Kuisisioner

Merupakan pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti dilakukan dengan menyebarkan kuisisioner dengan menyebarkan beberapa pertanyaan kepada responden (Sugiyono, 2016), yaitu konsumen yang telah berkunjung pada Krakaatw Park di Bandar Lampung yang berhubungan dengan masalah peneliti yang sedang diteliti. Kuisisioner disebarkan kepada responden sebagai sampel atau wakil dari populasi. Untuk menilai data dari responden, peneliti menggunakan skala likert yang menghasilkan pengukuran sebagai berikut :

Tabel 3.1 Skala Likert

1.	SS (sangat setuju)	Skor 5
2.	S (setuju)	Skor 4
3.	N (netral)	Skor 3
4.	TS (tidak setuju)	Skor 2
5.	STS (sangat tidak setuju)	Skor 1

Sumber: Prof Dr Sugiyono (2017)

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Populasi dalam penelitian ini merupakan populasi tak terbatas yang mengacu pada konsumen Krakaatw Park, dimana pertumbuhan populasinya tidak terbatas dan tidak dapat diketahui secara pasti.

3.4.2 Sampel

Penelitian ini menggunakan Teknik *non-probability sampling*, karena populasi tidak diketahui jumlah anggotanya dan dengan *purposive sampling* sebagai Teknik pengambilan sampel dengan pertimbangan tertentu sesuai kriteria yang diinginkan sehingga dapat ditentukan jumlah sampel digunakan karena seringkali terdapat banyak keterbatasan yang menghalangi peneliti untuk mengambil sampel secara acak. Oleh karena itu, dengan menggunakan *purposive sampling* diharapkan kriteria pengambilan sampel yang diperoleh benar-benar sesuai dengan penelitian yang akan dilakukan. Adapun kriteria yang digunakan dalam penelitian sampel adalah konsumen yang telah berkunjung pada Karakataw Park (Sugiyono, 2017) memberi saran-saran tentang ukuran sampel untuk penelitian.

1. Remaja berusia 17-40 tahun dapat diasumsikan pada usia tersebut, responden telah mengerti serta dapat menanggapi masing-masing pertanyaan kuisisioner yang diberikan untuk penelitian.
2. Responden berdasarkan jenis kelamin dan berdasarkan Alamat.
3. Konsumen yang telah berkunjung pada Krakataw Park.

Jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini menggunakan rumus *slofin*, ini dilakukan dikarenakan jumlah sampel dari populasi yang tidak diketahui dapat menggunakan rumus *slofin* yaitu :

$$n = \frac{Z^2}{4(moe)^2}$$

Dimana ;

n = Ukuran Sampel

Z = Tingkat distribusi normal pada taraf signifikan 5% = 1,96

Moe = Margin of error atau kesalahan maksimum yang bisa ditoleransi, biasanya 10 %

Berdasarkan rumus diatas, maka jumlah sampel yang harus diambil adalah:

$$n = \frac{1,96^2}{4(0,1)^2}$$

$$n = 96,6$$

$n = 100$ (dibulatkan). Sehingga dalam penelitian ini sampelnya sebanyak 100 orang.

3.5 Variabel dan Operasioanl Variabel

Variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa aja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi,kemudian ditarik kesimpulannya. Dalam hal ini, sesuai dengan judul dan rumusan masalah penelitian ini menganalisis faktor yang mempengaruhi minat berkunjung pada Krakataw Park.

3.5.1 Definisi Operasional Variabel

Operasional variabel adalah cara untuk mengukur atau mengamati konsep-konsep yang lebih abstrak dalam penelitian (Sugiyono, 2017). Dalam konteks pengaruh media sosial, harga, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian.

3.5.2 Variabel Independen

Variabel independent, sering disebut juga sebagai variable bebas, variabel yang mempengaruhi. Variabel bebas juga dapat diartikan sebagai suatu kondisi atau nilai yang jika muncul maka akan memunculkan (mengubah) kondisi atau nilai yang lain. Menurut Soesilo (2019), variabel independent merupakan variabel yang dapatmempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahan atau timbulnya variabel dependen.

3.5.3 Variabel Penelitian Dependen

Variabel dependen (variabel terikat) adalah variabel yang secara sturktur berpikir keilmuan menjadi variabel yang disebabkan olehadanya perubahan variabel lainnya. Variabel tidak bebas ini menjad *iprimary interest to the research* atau persoalan pokok bagi penelityang sebelumnya menjadi objek penelitian.

Tabel 3.2 Operasional Variabel

Variabel	Definisi Operasional Variabel	Indikator	Skala Ukur
Sosial Media Advertising (X1)	Sosial Media Advertising adalah sebuah bentuk periklanan dengan memilih Sebagian besarnya untuk menyebarkan informasi tentang produk, promosi dan kegiatan yang diselenggarakan di berbagai cabang. Sumber: (Rappaport and Stephn, 2007)	Konsep Konten Keterlibatan (engagement)	Likert
Live Streaming (X2)	Live Streaming adalah untuk membantu menjangkau pelanggan- pelanggan baru , sehingga bisa menarik calon- calon pelanggan baru karena rasa penasaran mereka terhadap brand dan layanan yang diberikan	Jumlah Penonton Waktu Menonton	Likert

	Sumber : (Goggle Scholar)		
Perceived Destination Image (Y)	Perceived Destination adalah perbandingan antara gambar yang diproyeksikan dan gambar yang dirasakan merupakan aspek penting dalam studigambar target. Sumber : (Stepchenkova andLi, 2014)	1. Wisata Aksesibilitas 2. Layanan Tambahan 3. Jasa Wisata	Likert

Minat Berkunjung(Z)	Minat berkunjung adalah bentuk perilaku terkait kualitas penyedia layanan destinasi pada pengalaman kunjungan, sehingga memiliki keinginan untuk berkunjung. Sumber :(Humaira & Wibowo, 2017)	1. Minat Referensial 2. Minat Eksploratif	Likert
---------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------	--------

3.6 Evaluasi Model Pengukuran (*Outer Model*)

3.6.1 Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui kemampuan instrumen penelitian mengukur apa yang seharusnya diukur. Uji validitas variabel terdiri atas validitas konvergen (*convergen validity*) dan validitas diskriminan (*discriminant validity*). Uji validitas konvergen dalam PLS dinilai berdasarkan *loading factor* yaitu korelasi antara score item atau indikator dengan score variabelnya indikator-indikator yang mengukur variabel tersebut (Jogiyanto dan Abdillah, dalam (Arini, 2019)).

Ukuran refleksif individual dikatakan tinggi jika berkorelasi lebih dari 0.70 dengan variabel atau variabel yang ingin diukur. Namun demikian untuk penelitian tahap awal dari pengembangan skala pengukuran nilai loading 0.5 sampai 0.6 dianggap cukup (Ghozali dalam (Arini, 2019)). Uji validitas diskriminan dinilai berdasarkan *cross loading* pengukuran dengan variabel. Metode lain yang digunakan untuk menilai validitas diskriminan adalah dengan membandingkan akar AVE untuk setiap variabel dengan korelasi antara variabel dengan variabel lainnya dalam model. Model mempunyai

validitas diskriminan yang cukup jika akar AVE untuk setiap variabel lebih besar daripada korelasi antar variabel dengan variabel lainnya dalam model (Ghozali dalam (Arini, 2019)). Diharapkan nilai AVE harus lebih besar 0.50 (Ghozali dalam (Arini, 2019)).

3.6.2 Uji Reliability

Menurut Ghozali dalam (Arini, 2019), Uji *Reliability* digunakan untuk mengukur suatu kuisioner yang merupakan indikator dari variabel uji reabilitas dilakukan terhadap item pernyataan dalam kuisioner yang telah dinyatakan valid. Dalam melakukan perhitungan *Alpha*, digunakan alat bantu program komputer yaitu SMART PLS, sedangkan dalam pengambilan keputusan *reliability*, suatu instrument dikatakan *reliabel* jika nilai *crobach alpha* lebih besar dari, 0,7.

3.7 Metode Analisis Data

Menurut (Sugiyono, 2017), menyatakan bahwa metode analisis data adalah proses pengelompokan berdasarkan variabel dan responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dan seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan.

3.7.1 Teknik Pengumpulan Data

Teknik yang digunakan dalam pengumpulan data, antara lain:

1. Kuisisioner

Merupakan Teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2017). Metode ini berisi pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi tentang dimensi-dimensi keputusan pembelian kuisisioner yang telah dibuat oleh peneliti disebarkan kepada responden pengunjung Krakataw Park.

3.8 Pengujian Hipotesis (*Bootstrapping*)

Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

H0 = Variabel X1, X2, Y tidak memiliki pengaruh terhadap variabel Z.

H1 = Variabel X1, memiliki pengaruh terhadap variabel Y.

H2 = Variabel X2, memiliki pengaruh terhadap variabel Y

H3 = Variabel Y, memiliki pengaruh terhadap variabel Z

Kriteria Pengujian

Jika P Value > 0.05 , maka H0: ditolak.

Jika P Value < 0.05 , Maka Ha : Diterima

H1 : Pengaruh Sosial Media Advetising (X1) terhadap perceived destination image pada Krakataw Park (Y)

H0 : *Sosial Media Advetising (X1)* tidak berpengaruh terhadap *perceived destination image* (Y) pada Krakataw Park

Ha : *Sosial Media Advetising (X1)* berpengaruh terhadap *perceived destination image* (Y) pada Krakataw Park

H2 : Pengaruh Live Streaming (X2) terhadap perceived destination image pada Krakataw Park (Y)

H0 : *Live Streaming (X2)* tidak berpengaruh terhadap *perceived destination image (Y)* pada Krakataw Park

Ha : *Live Streaming (X2)* berpengaruh terhadap *perceived destination image (Y)* pada Krakataw Park

H3 : Pengaruh *Perceived Destination Image (Y)* terhadap Minat Berkunjung (Z) pada Krakataw Park

H0 : *Perceived Destination Image (Y)* tidak berpengaruh terhadap Minat Berkunjung (Z) pada Krakataw Park

Ha : *Perceived Destination Image (Y)* berpengaruh terhadap Minat Berkunjung (Z) pada Krakataw Park