

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1. Jenis Penelitian**

Dalam penelitian ini jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Menurut Sugiyono (2017), penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivism, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode penelitian deskriptif.

#### **3.2. Sumber Data**

Dalam penelitian ini sumber data yang digunakan adalah data primer. Menurut Anwar Sanusi (2017), data primer adalah data yang pertama kali dicatat dan dikumpulkan oleh peneliti. Data primer dalam penelitian ini yaitu data yang diperoleh langsung dari responden melalui kuesioner yang dibagikan. Peneliti membagikan daftar pernyataan kepada responden pernah masuk atau *stalking* ke Akun yang mempromosikan Pariwisata Lampung Barat melalui Media Sosial (Facebook atau Instagram).

#### **3.3. Metode Pengumpulan Data**

Metode pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini adalah kuesioner. Menurut Anwar Sanusi (2017), kuesioner merupakan pengumpulan data sering tidak memerlukan kehadiran peneliti, namun cukup diwakili oleh daftar pertanyaan (Kuesioner) yang sudah disusun secara cermat terlebih dahulu. Kuesioner dapat diberikan kepada responden melalui beberapa cara:

1. Disampaikan langsung oleh peneliti kepada responden

2. Dikirim bersama – sama dengan barang lain, seperti paket, majalah, dan sebagainya
3. Ditempatkan ditempat – tempat yang ramai dikunjungi orang
4. Dikirim melalui pos, faksimili, atau menggunakan teknologi computer(email).

Skala ukur yang digunakan dalam penelitian ini yaitu Skala Interval. Menurut Anwar Sanusi (2017), Skala Interval (*interval scale*) merupakan skala pengukuran yang menyatakan peringkat dan jarak konstruktural dari yang diukur. Skala interval tidak hanya menyatakan urutan preferensi, tetapi juga mengukur jarak antara pilihan yang satu dengan lainnya. Untuk menyaring terhadap data tersebut, maka disediakan lima alternatif jawaban dengan masing – masing skor sebagai berikut:

- 1 = Sangat Tidak Setuju (STS)
- 2 = Tidak Setuju (TS)
- 3 = Netral (N)
- 4 = Setuju (S)
- 5 = Sangat Setuju (SS)

### **3.4. Populasi Dan Sampel**

#### **3.4.1. Populasi**

Menurut Anwar Sanusi (2017), populasi adalah kumpulan seluruh elemen yang menunjukkan ciri – ciri tertentu yang dapat digunakan untuk membuat kesimpulan. Jadi kumpulan elemen itu menunjukkan jumlah, sedangkan ciri – ciri tertentu menunjukkan karakteristik dari kumpulan itu. Populasi dalam penelitian ini adalah wisatawan yang pernah berkunjung ke objek wisata di Lampung Barat. Populasi dalam penelitian ini diketahui berdasarkan jumlah kunjungan wisatawan Kabupaten Lampung Barat pada tahun 2019 berjumlah 110.285 pengunjung.

### 3.4.2. Sampel

Menurut Sugiyono (2017), sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Dalam menentukan data yang akan diteliti, metode pengambilan sampel yang akan digunakan adalah non probability sampling. Menurut Sugiyono (2017), nonprobability sampling adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Teknik sampel yang digunakan adalah *Purposive Sampling*. *Purposive Sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Adapun kriteria sampel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Usia responden minimal 18 tahun
2. Pernah masuk atau *stalking* pada Akun yang mempromosikan Pariwisata Lampung Barat melalui Media Sosial (Facebook atau Instagram).

Teknik penentuan sampel pada penelitian ini menggunakan slovin. Menurut Anwar Sanusi (2017), dalam menentukan ukuran sampel penelitian, Slovin memasukkan unsur kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditoleransi. Nilai toleransi ini dinyatakan dalam persentase, Rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N\alpha^2}$$

Dimana:

n = Ukuran sampel

N = Ukuran populasi

$\alpha$  = Toleransi ketidaktelitian (dalam persen)

Berikut perhitungan dalam penelitian ini dengan menggunakan rumus slovin:

$$n = \frac{(110.285)}{1 + (110.285) \cdot 0.1^2}$$

$$n = \frac{110.285}{1 + 1.102,85}$$

$$n = \frac{110.285}{1.103,85}$$

$$n = 99,9$$

Berdasarkan hasil perhitungan jumlah sampel menggunakan rumus slovin didapatkan jumlah sampel sebanyak 99,9 responden, dan penulis menggenapkan menjadi 100 responden.

### **3.5.Variabel Penelitian**

Menurut Sugiyono (2017), variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya. Variabel penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah iklan dengan menggunakan media sosial dalam mempromosikan pariwisata Lampung Barat.

### **3.6.Definisi Operasional Variabel**

Menurut Sugiyono (2014) definisi operasional adalah penentuan konstrak atau sifat yang akan dipelajari sehingga menjadi variabel yang dapat diukur. Definisi operasional menjelaskan cara tertentu yang digunakan untuk meneliti dan mengoperasikan konstrak, sehingga memungkinkan bagi peneliti yang lain untuk melakukan replikasi pengukuran dengan cara yang sama atau mengembangkan cara pengukuran konstrak yang lebih baik.

**Tabel 3.1. Definisi Operasional Variabel**

<b>Variabel</b>	<b>Definisi Konsep</b>	<b>Definisi Operasional</b>	<b>Indikator</b>	<b>Skala</b>
Iklan	Menurut Morrigan (2015), iklan merupakan suatu bentuk promosi yang paling dikenal dan paling banyak dibahas orang, karena daya jangkau iklan yang luas. Jadi iklan salah satu media promosi yang paling sering digunakan dalam melakukan kegiatan pemasaran suatu produk atau jasa.	Pariwisata Lampung Barat melakukan promosi melalui media sosial (Facebook dan Instagram).	1.Perhatian, pengetahuan, dan kesadaran. 2.Alasan ketertarikan. 3.Pencarian informasi dan pengetahuan mengenai lokasi. 4.Keputusan berkunjung. 5.Media sosial, teman rekan, dan word of mouth sebagai sarana membagikan cerita dan pengalaman berkunjung.	Interval

Sumber: Sugiyama dan Andree (2011)

### **3.7.Uji Persyaratan Instrumental**

Menurut Anwar Sanusi (2017), instrument penelitian adalah alat untuk mengumpulkan data. Agar data yang diperoleh mempunyai tingkat akurasi dan konsistensi yang tinggi, instrumen penelitian yang digunakan harus valid dan reliabel. Suatu instrumen dikatakan valid jika instrumen tersebut mengukur apa yang seharusnya di ukur. Instrumen penelitian berupa pertanyaan atau pernyataan disusun berdasarkan pada konstruk atau konsep, variabel dan indikatornya. Pada instrumen tersebut, dimintakan tanggapan kepada responden dengan memberikan nilai (skor) pada setiap butir pertanyaan atau pernyataan.

### 3.7.1. Uji Validitas

menurut Anwar Sanusi (2017), validitas instrumen ditentukan dengan mengkorelasikan antara skor yang diperoleh setiap butir pertanyaan atau pernyataan dengan skor total. Skor total adalah jumlah dari semua skor pertanyaan atau pernyataan. Jika skor setiap butir pertanyaan berkorelasi secara signifikan dengan skor total pada tingkat alfa tertentu (misalnya 1%) maka dapat dikatakan bahwa alat pengukuran itu valid. Sebaliknya, jika korelasinya tidak signifikan, alat pengukuran itu tidak valid dan alat pengukur itu tidak perlu dipakai untuk mengukur atau mengambil data. Validitas yang diperoleh dengan cara di atas dikenal dengan validitas konstruk (construct validity). Rumus yang digunakan untuk mencari nilai korelasi adalah korelasi *Pearson Produk Moment*.

Kriteria pengujian:

- a. Jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$ , maka instrumen valid  
Jika  $r_{hitung} < r_{tabel}$ , maka instrumen tidak valid
- b. Jika probabilitas (sig)  $< \alpha$ , maka instrumen valid  
Jika probabilitas (sig)  $> \alpha$ , maka instrumen tidak valid
- c. Pengujian validitas instrumen dilakukan melalui program SPSS (*Statistical Program And Service Solution*) seri 20.
- d. Penjelasan dari butir 1 dan 2 dengan membandingkan antara  $r_{hitung}$  dengan  $r_{tabel}$  dan probabilitas (sig) dengan  $r_{tabel}$  maka akan disimpulkan instrumen tersebut dinyatakan valid atau sebaliknya.

### 3.7.2. Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2017), instrumen yang reliabel adalah instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur obyek yang sama, akan menghasilkan data yang sama. Untuk menguji reliabilitass yaitu dengan menggunakan cronbach alpha dengan bantuan program IBM SPSS 20. Hasil uji reliabilitas digunakan untuk melihat konsistensi jawaban terhadap semua item dalam kuesioner. Kriteria uji reliabilitas

dilakukan dengan membandingkan nilai cronbach alpha pada interpretasi r dibawah ini :

**Tabel 3.2. Interpretasi Nilai r**

Koefisien r	Kategori
0,8000 – 1,0000	Sangat tinggi
0,6000 – 0,7999	Tinggi
0,4000 – 0,5999	Sedang
0,2000 – 0,3999	Rendah
0,0000 – 0,1999	Sangat rendah

Sumber : Sugiyono 2015

### 3.8. Metode Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan model AISAS (Attention, Interest, Search, Action, Share). Menurut Paulus dalam (Dewi, 2016) model AISAS (Attention, Interest, Search, Action, Share) menggunakan empat tahapan antara lain:

#### 3.8.1. Menghitung Total Nilai Harapan Penuh Masing – Masing Dimensi

Berikut perhitungan total nilai harapan penuh dalam penelitian ini:

$$X_n = \text{Nilai Max} \times \text{Jumlah Pernyataan} \times 100$$

#### 3.8.2. Menghitung Total Nilai Masing – Masing Dimensi

Berikut perhitungan total nilai masing – masing dimensi dalam penelitian ini:

$$(b_1 \times n_1) + (b_2 \times n_2) + (b_3 \times n_3) + \dots (b_n \times n_n)$$

#### 3.8.3. Menghitung Efektivitas Masing – Masing Dimensi

Berikut perhitungan efektivitas masing – masing dimensi dalam penelitian ini:

$$X = \frac{\text{Total Nilai}}{\text{Total Nilai Harapan Penuh}} \times 100$$

#### 3.8.4. Menghitung Efektivitas

Range adalah acuan yang digunakan untuk melihat tingkat jawaban / kriteria jawaban rata – rata responden yang dibagikan kuesioner.

**Tabel 3.3. Tingkat Jawaban Rata – Rata**

<b>Interval Koefisien</b>	<b>Tingkat Hubungan</b>
0 – 20%	Buruk
21 – 40%	Menengah
41 – 60%	Rata – rata
61 – 80%	Baik
81 – 100%	Istimewa

Sumber : Paulus dalam Ida Ayu Pradnya Maha Dewi (2016)