

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Objek/Subjek Penelitian

Objek penelitian ini adalah Wisata Hutan Pinus Mangunan. Hutan Pinus Mangunan sendiri merupakan sebuah tempat wisata yang beralamatkan di Mangunan, Dlingo, Bantul. Hutan pinus ini merupakan kawasan hutan lindung di Kabupaten Bantul dan termasuk dalam lahan hutan RPH Mangunan.

Subjek penelitian ini adalah Wisatawan yang berkunjung ke Wisata Hutan Pinus Mangunan dan menggunakan media sosial instagram. Menurut undang – undang No. 10 tahun 2009 tentang kepariwisataan, disebutkan wisatawan adalah orang yang melakukan wisata. Wisata adalah orang-orang yang datang berkunjung pada suatu tempat atau negara, biasanya mereka disebut sebagai pengunjung (visitor) yang terdiri dari banyak orang dengan bermacam– macam motivasi kunjungan, termasuk didalamnya.

B. Jenis Data

Jenis data yang digunakan adalah data primer. Menurut Sekaran (2006) data primer adalah data yang dikumpulkan untuk penelitian dari tempat aktual terjadinya peristiwa. Data primer pada penelitian ini adalah menggunakan kuisisioner yang akan disebarlangsung oleh peneliti kepada wisatawan yang berkunjung ke Wisata Hutan Pinus Mangunan.

C. Teknik Pengambilan Sampel

Tidak semua anggota populasi dapat digunakan menjadi responden dalam penelitian ini, sehingga perlu dilakukan pengambilan sampel. Sampel merupakan bagian dari populasi yang memiliki karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2010). Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Purposive Sampling (Nonprobability Sampling)*, *purposive sampling* merupakan teknik penentuan sampel dengan pertimbangan khusus sehingga layak dijadikan sampel. Pertimbangan atau kriteria yang akan dijadikan sampel adalah Wisatawan Hutan Pinus Mangunan dengan usia minimal 17 tahun dan tidak dalam grup yang besar.

Menurut Widiyanto dalam Sutanza dan Widiyanto (2013) jika populasi dalam penelitian sangat banyak dan tidak diketahui dengan pasti maka penghitungan sampel penelitian dapat menggunakan rumus sebagai berikut:

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

keterangan:

n = Ukuran sampel

Z = Skor pada tingkat signifikan tertentu (drajat keyakinan ditentukan 95%)

maka Z=1,96

Moe = *margin of error*, tingkat kesalahan maksimum sebesar 10%

Dengan menggunakan rumus diatas diperoleh perhitungan sebagai berikut:

$$n = \frac{(1,96)^2}{4(10\%)^2}$$

$$n = 96,04$$

Maka didapat jumlah sampel yang baik dari populasi minimal adalah 96,04 dan dibulatkan menjadi jumlah sampel yang digunakan yaitu 100 responden.

D. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini untuk memperoleh data yang diperlukan, peneliti melakukan penyebaran kuisisioner yang diberikan langsung kepada wisatawan Hutan Pinus Mangunan. Dimana kuisisioner itu sendiri merupakan cara untuk mengumpul data dengan memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan secara tertulis kepada responden untuk dijawab (Sugiyono, 2008). Kuisisioner yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan Skala Likert.

E. Definisi Operasional Variabel Penelitian

1. Concern for Others

Concern for others (kepedulian terhadap orang lain). dalam konteks pariwisata adalah wisatawan, pengelola atau semua staf perusahaan pariwisata menunjukkan keinginan tulus untuk membantu teman atau saudara membuat lebih baik keputusan membeli. Dalam dimensi ini terdapat 2 indikator diantaranya:

a. Informasi

b. Rekomendasi

Hasan dan Setiyaningtiyas (2015)

2. *Expressing Positive Feelings*

Pengalaman positif wisatawan yang memberikan kontribusi untuk ketegangan psikologis dalam pelanggan karena mereka memiliki keinginan yang kuat untuk berbagi sukacita dari pengalaman orang lain. Ketegangan ini dapat diberitahukan dengan mengartikulasikan sebuah pengalaman yang positif. Dalam dimensi ini terdapat 2 indikator diantaranya:

- a. Perasaan positif
- b. Pengalaman positif

Hasan dan Setiyaningtiyas (2015)

3. *Economic Incentives*

Manfaat ekonomi dianggap sebagai penerimaan penghargaan ekonomi untuk komunikasi eWoM dari operator *platform* adalah bentuk lain dari utilitas penerimaan. Dalam dimensi ini terdapat 2 indikator diantaranya:

- a. Manfaat
- b. Efisiensi

Hasan dan Setiyaningtiyas (2015)

4. *Helping the Company*

Helping the company adalah hasil dari kepuasan konsumen dengan produk dan keinginan berikutnya untuk membantu objek wisata. Wisatawan dimotivasi untuk terlibat dalam komunikasi eWoM untuk memberikan objek wisata “sesuatu sebagai imbalan” berdasarkan pengalaman yang baik.

Menurut penafsiran ini, wisatawan menganggap objek wisata hutan pinus layak mendapatkan dukungan (dalam bentuk komunikasi eWoM). Selain itu, motif ini juga dapat didukung oleh teori ekuitas. Teori ekuitas menunjukkan bahwa orang menginginkan pertukaran yang *equitable* dan adil. Jika wisatawan merasa ia telah menerima rasio *output/input* lebih tinggi dari objek wisata hutan pinus, kemudian membantu wisata hutan pinus dengan merekomendasikan penawarannya melalui internet adalah salah satu cara rasio *output/input* dapat menyamakan kedudukan. Dalam dimensi ini terdapat 2 indikator diantaranya:

- a. Kesiediaan membantu
- b. Kesadaran umpan balik

Hasan dan Setyaningtiyas (2015)

5. *Platform Assistance*

Pengoperasionalisasikan perilaku eWoM dapat berdasarkan dua cara yaitu frekuensi kunjungan konsumen pada *opinion platform* dan

jumlah komentar ditulis oleh konsumen pada *opinion platform*. Dalam dimensi ini terdapat 2 indikator diantaranya:

- a. Kemudahan
- b. Media interaktif

Hasan dan Setiyaningtiyas (2015)

6. Keputusan Berkunjung Wisatawan

Kaitannya dengan dunia pariwisata, keputusan pembelian diasumsikan sebagai keputusan berkunjung sehingga teori-teori mengenai keputusan pembelian juga digunakan dalam keputusan berkunjung. Keputusan pembelian merupakan hal yang lazim dipertimbangkan konsumen dalam proses pemenuhan kebutuhan akan barang maupun jasa. Pada kebanyakan orang, perilaku pembelian konsumen seringkali diawali dan dipengaruhi oleh banyaknya rangsangan (stimuli) dari luar dirinya, baik berupa rangsangan pemasaran maupun rangsangan dari lingkungan yang lain. Dalam variabel ini terdapat 2 indikator diantaranya:

- a. Daya tarik
- b. Kelengkapan informasi

Hasan dan Setiyaningtiyas (2015)

F. Uji Kualitas Instrumen

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuisisioner. Suatu kuisisioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuisisioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuisisioner tersebut (Ghozali, 2016). Penelitian ini menggunakan teknik analisis korelasi bivariate dengan menggunakan *software* IBM SPSS statistik 21. Data dianggap valid apabila $\text{sig} < 0,05$.

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuisisioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuisisioner dinyatakan reliabel jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu (Ghozali, 2016). Dalam penelitian ini alat analisis yang digunakan adalah *Cronbach Alpha* (α) yang menggunakan *software* IBM SPSS statistik 21. Data dapat dikatakan reliabel jika nilai $\alpha > 0,7$ (Nunnally, dalam Ghozali 2016)

G. Uji Hipotesis dan Analisa Data

1. Metode Analisis Data

Metode analisis data dalam penelitian ini menggunakan regresi linier berganda. Rahmawati dkk. (2015) menjelaskan bahwa regresi linier berganda terdapat lebih dari satu variabel bebas. Pada penelitian yang

memerlukan berbagai macam variabel yang bisa mempengaruhi satu variabel lain maka analisis regresi linier berganda akan bermanfaat.

Persamaan regresi linier berganda:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + e$$

Dimana:

Y = Keputusan Berkunjung

a = konstanta

b₁ = koefisien regresi *Concen for Others*

b₂ = koefisien regresi *Expressing Positive Feelings*

b₃ = koefisien regresi *Economic Incentives*

b₄ = koefisien regresi *Helping the Company*

b₅ = koefisien regresi *Platform Assistance*

X₁ = *Concen for Others*

X₂ = *Expressing Positive Feelings*

X₃ = *Economic Incentives*

X₄ = *Helping the Company*

X₅ = *Platform Assistance*

e = standar error

2. Uji Kualitas Model

Dalam penelitian ini uji kualitas model dilakukan dengan cara sebagai berikut:

a. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen (Ghozali, 2016).

b. Uji Statistik F

Uji F bertujuan untuk menguji apakah model regresi yang digunakan dalam penelitian dapat digunakan untuk menjelaskan pengaruh variabel-variabel independen terhadap variabel dependen atau tidak. Jika $\text{Sig} < 0,05$ maka model regresi yang digunakan dalam penelitian dapat digunakan untuk menjelaskan pengaruh variabel-variabel independen terhadap variabel dependen (Ghozali, 2016).

3. Uji Hipotesis

Uji hipotesis dalam penelitian ini dilakukan dengan cara Uji Statistik t. Uji t bertujuan untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Jika $\text{Sig} < 0,05$ maka variabel-variabel independen secara individual berpengaruh terhadap variabel dependen (Ghozali, 2016).