

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### 3.1 Metode Penelitian

Metode kuantitatif merupakan pendekatan yang digunakan dalam penelitian. Identifikasi melalui hipotesis merupakan jawaban sementara dari rumusan masalah yang dirumuskan oleh penelitian dalam penelitian kuantitatif. (Sugiyono, 2014).

#### 3.2 Populasi dan Sampel

Populasi merupakan seluruh wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik kemudian ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2014). Wisatawan yang berkunjung di DIY merupakan populasi yang akan diteliti sedangkan sebagian wisatawan yang berkunjung di DIY merupakan sampel. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*. Kriteria pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Wisatawan yang berkunjung di DIY pada periode Maret 2019 sampai April 2019.
2. Wisatawan yang pernah menggunakan dan mengakses media sosial.

Penentuan sampel minimal menggunakan rumus yang dikembangkan Hair, Anderson, Tatham, dan Black (2010). Apabila menggunakan analisis multivariate, maka minimal jumlah sampel adalah 15-20 kali jumlah variabel yang diteliti. Dalam penelitian ini terdapat 6 variabel sehingga sampel yang digunakan adalah  $6 \times 20 = 120$ . Dengan demikian, sampel minimal yang harus diteliti sebanyak 120 wisatawan.

### **3.3 Jenis dan Sumber Data**

Sumber data dalam penelitian ini adalah data primer dimana data yang diperoleh dari sumber pertama baik dari individu atau perorangan. Data primer disini berupa kuesioner yang dibagikan kepada wisatawan.

### **3.4 Metode Pengumpulan Data**

Metode survey merupakan metode pengumpulan data yang digunakan.

### **3.5 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel**

#### **3.5.1.1 E-Word of Mouth (E-WOM)**

Menurut Hennig-thurau, Eifler, Hennig-thurau, Gwinner, dan Gremler (2004) *electronic word of mouth* merupakan sebuah pendapat dari pelanggan potensial atau mantan pelanggan mengenai produk dan perusahaan yang positif maupun negative. Untuk variabel ini, peneliti mengadopsi 6 (enam) item pertanyaan dari (Mohammad Reza Jalilvand & Samiei, 2012). Indikator-indikator E-Word of Mouth (E-WOM) adalah sebagai berikut :

1. Saya sering membaca ulasan online perjalanan wisatawan lain untuk mengetahui destinasi tujuan wisata yang memberi kesan baik pada orang lain.
2. Untuk memastikan saya memilih tujuan wisata yang tepat, saya sering membaca ulasan online perjalanan wisatawan lain
3. Saya sering berkonsultasi dengan ulasan online perjalanan wisatawan lain untuk membantu memilih tujuan wisata yang menarik.

4. Saya sering mengumpulkan informasi dari ulasan online perjalanan wisatawan sebelum melakukan perjalanan ke tujuan tertentu.
5. Saya membaca ulasan online perjalanan wisatawan ketika saya bepergian ke tujuan, agar tidak khawatir dengan keputusan saya.
6. Ketika saya bepergian ke suatu destinasi tujuan wisata, ulasan online perjalanan wisatawan membuat saya percaya diri dalam bepergian ke destinasi tujuan wisata.

#### **3.5.1.2 Kemudahan Media Sosial**

Menurut Davis (1989) tingkat kepercayaan pengguna terhadap teknologi/system yang mudah digunakan dan terbebas dari permasalahan adalah kemudahan penggunaan atau keyakinan akan kemudahan penggunaan. Peneliti mengadopsi 4 (empat) item pertanyaan dari (Wu, Cheng, Yen, & Huang, 2011).

Indicator-indikator variable ini adalah sebagai berikut :

1. Saya menggunakan media sosial untuk mencari destinasi tujuan wisata lain karena media sosial mudah dipelajari.
2. Saya menggunakan media sosial untuk mencari destinasi tujuan wisata lain karena media sosial mudah digunakan dalam prakteknya.
3. Saya menggunakan media sosial untuk mencari destinasi tujuan wisata lain karena media sosial mudah dioperasikan.
4. Secara keseluruhan, media sosial mudah digunakan.

### **3.5.1.3 Manfaat Media Sosial**

Davis (1989) mendefinisikan manfaat penggunaan teknologi sebagai keyakinan akan kemanfaatan, yaitu tingkatan dimana user percaya bahwa penggunaan teknologi/sistem akan meningkatkan performa mereka dalam bekerja. manfaat penggunaan teknologi didefinisi sebagai sejauh mana seseorang meyakini bahwa penggunaan sistem informasi tertentu akan meningkatkan kinerjanya. I peneliti mengadopsi 4 (empat) item pertanyaan dari (Wu et al., 2011). Indikator-indikator variable ini adalah sebagai berikut :

- (1) Media sosial akan meningkatkan kinerja saya dalam mencari destinasi tujuan wisata
- (2) Media sosial akan meningkatkan produktivitas saya ketika mencari destinasi tujuan wisata
- (3) Media sosial akan meningkatkan efektivitas saya dalam mencari destinasi tujuan wisata
- (4) Secara keseluruhan, penggunaan media sosial sangat bermanfaat ketika saya akan menentukan destinasi tujuan wisata

### **3.5.1.4 Kenyamanan Media Sosial**

Kenyamanan adalah sejauh mana suatu kegiatan menggunakan sistem komputer dipersepsikan menjadi sesuatu yang secara pribadi menyenangkan diluar dari nilai instrumental teknologinya (Davis, Bagozzi, dan Warshaw, 1992). Untuk variabel ini, peneliti mengadopsi 3 (tiga) item pertanyaan dari (Kim, Ahn, & Chung, 2012). Indikator-indikator variable ini adalah sebagai berikut :

1. Media sosial sangat menyenangkan
2. Media sosial sangat menarik
3. Media sosial tidak merepotkan

### **3.5.2 Sikap terhadap media sosial**

Sikap terhadap penggunaan teknologi (*attitude toward using technology*), adalah evaluasi tentang ketertarikan dalam menggunakan teknologi dari dalam diri individu (Davis, 1989). Untuk variabel ini, peneliti mengadopsi 3 (tiga) item pertanyaan dari (Mohammad Reza Jalilvand & Samiei, 2012). Indikator-indikator variable ini adalah sebagai berikut :

1. Penggunaan media sosial sebagai media promosi obyek wisata adalah sangat baik
2. Penggunaan media sosial sebagai media promosi obyek wisata adalah sangat berharga
3. Penggunaan media sosial sebagai media informasi obyek wisata adalah sangat menyenangkan

### **3.5.3 Jumlah Berkunjung Obyek Wisata**

Jumlah berkunjung obyek wisata adalah frekuensi seseorang mengunjungi obyek wisata dalam kurun waktu tertentu. Salah satu pengukuran penggunaan sistem itu biasanya diukur dari frekuensi dalam penggunaan (*frequency of use*), waktu penggunaan (*time of use*). Pengukuran variabel ini menggunakan frekuensi seseorang dalam mengunjungi obyek wisata di DIY.

## 3.6 Teknik Analisis Data

### 3.6.1 Analisis Deskriptif

Statistik deskriptif merupakan analisis statisti dengan tujuan untuk menggambarkan data penelitian. Statistik deskriptif menggunakan nilai rata-rata. Standart deviasi, maksimum, dan minimum. Nilai-nilai tersebut memberikan informasi inti dari kumpulan data yang ada (Ghozali dan Latan, 2012).

### 3.6.2 Analisis Partial Least Square (PLS).

Analisis data menggunakan *Partial Least Square* (PLS). PLS adalah analisis *Structural Equation Modelling* (SEM) berbasis *variance*. PLS merupakan analisis alternative untuk mengatasi permasalahan dalam analisis SEM berbasis *covariance*.

#### 1) Model Pengukuran atau *Outer Model*

*Convergent validity* dari model pengukuran dengan model reflektif indikator dinilai berdasarkan korelasi antara item score/component score dengan construct score yang dihitung dengan PLS. Nilai Validitas konvergen yang baik apabila nilai loading factor diatas 0,70. Akan tetapi nilai loading 0,5 sampai 0,60 dianggap cukup untuk penelitian tahap awal dari pengembangan skala pengukuran (Chin, 1998 dalam Ghozali, 2011). *Discriminant validity* menggunakan nilai cross loading pengukuran dengan konstruk. Nilai validitas diskriminan menunjukkan konstruk variable laten dalam memprediksi apabila nilai korelasi konstruk dengan item pengukuran lebih besar daripada ukuran konstruk lainnya.

Metode lain untuk menilai discriminant validity adalah membandingkan nilai *square root of Average Variance Extracted* (AVE) setiap konstruk dengan korelasi antara konstruk lainnya dalam model. Jika nilai akar AVE setiap konstruk lebih besar daripada nilai korelasi antar konstruk dengan konstruk lainnya dalam model, maka dikatakan memiliki nilai *discriminant validity* yang baik. Pengukuran ini dapat digunakan untuk *mengukur reabilitas component score* variabel laten dan hasilnya lebih konservatif dibandingkan dengan *composite reability*. Direkomendasikan nilai AVE harus lebih besar 0,50 (Fornell dan Larcker, 1981 dalam Ghozali, 2011). *Composite reability* yang mengukur suatu konstruk dapat dievaluasi dengan dua macam ukuran yaitu *internal consistency* dan *Cronbach's Alpha* (Ghozali, 2011). Menurut Ghozali (2011) nilai *Composite reability* diatas 0,7 maka disimpulkan bahwa item-item pengukuran telah reliabel.

## 2) Model Struktural atau *Inner Model*

Inner model (*inner relation, structural model dan substantive theory*) menggambarkan hubungan antara variabel laten berdasarkan pada teori substantif. Model struktural dievaluasi dengan menggunakan R-square untuk konstruk dependen, Stone-Geisser Q-square test untuk *predictive relevance* dan uji t serta signifikansi dari koefisien parameter jalur struktural.

Untuk menguji pengaruh variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat digunakan pengujian probabilitas (p value) , yaitu dengan membandingkan

nilai probabilitas. Masing-masing hasil perhitungan ini kemudian dibandingkan dengan pvalue yang diperoleh dengan menggunakan taraf signifikansi 0,05. Persamaan regresi akan dinyatakan berarti atau signifikan jika nilai p signifikan lebih kecil sama dengan 0,05 Kriteria yang digunakan sebagai dasar perbandingan adalah sebagai berikut:

Hipotesis ditolak bila  $p \text{ value} \geq 0,05$  yang berarti bahwa variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen

Hipotesis diterima bila  $p \text{ value} \leq 0,05$  dan path coefficient bernilai positif yang berarti bahwa variabel independen berpengaruh positif signifikan terhadap variabel dependen

