

## **BAB 3**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **3.1 Desain Penelitian**

Desain penelitian adalah sebuah kerangka kerja yang digunakan dalam melakukan sebuah penelitian (riset pemasaran). Desain penelitian memberikan serangkaian prosedur dalam rangka untuk mendapatkan informasi yang diperlukan untuk menstrukturkan dan atau menjawab permasalahan penelitian (Malhotra, 2004). Desain penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah desain penelitian eksploratif dan penelitian deskriptif.

##### **3.1.1 Penelitian Eksploratif**

Penelitian eksploratif digunakan untuk berbagai tujuan diantaranya adalah untuk memahami suatu masalah atau situasi dalam menjelaskan suatu keadaan, mengidentifikasi alternatif arah kegiatan penelitian, mendapatkan pemahaman saat melakukan pendekatan terhadap permasalahan, dan mendapatkan prioritas untuk penelitian selanjutnya. Penelitian eksploratif dilakukan dengan riset kepustakaan dan riset data-data publikasi untuk mendapatkan data-data sekunder yang relevan dari berbagai sumber, misalnya, jurnal, buku-buku, internet, majalah, koran, dan lain-lain.

##### **3.1.2 Penelitian Deskriptif**

Penelitian deskriptif merupakan penelitian yang dirancang untuk membantu pembuat keputusan dalam menentukan, mengevaluasi, dan memilih alternatif terbaik dalam memecahkan masalah. Penelitian yang bersifat deskriptif merupakan penelitian yang bertujuan untuk menggambarkan sesuatu. Penelitian kuantitatif ini akan dilakukan satu kali dalam satu periode (*cross-sectional design*). Pengumpulan data dilakukan melalui teknik survei kuisioner kepada responden, kemudian selanjutnya data akan diolah dengan metode statistik menggunakan program *SPSS 11.5 for Windows*.

Peneliti melakukan *pretest* kepada 30 responden sebelum pengambilan data primer, dengan tujuan untuk mengurangi masalah yang mungkin timbul. *Pretest* juga bertujuan untuk menguji pemahaman responden terhadap petunjuk pengisian, daftar pertanyaan, *layout*, dan kata-kata pada kuisioner yang nantinya akan dibagikan kepada responden.

## 3.2 Data Penelitian

### 3.2.1 Data Primer

Data primer dihasilkan secara langsung oleh peneliti untuk tujuan tertentu dalam menjawab permasalahan penelitian. Pada penelitian ini, data primer dikumpulkan dengan metode survei menggunakan kuisioner yang terstruktur.

Pada pengambilan data primer melalui penyebaran kuisioner, peneliti menggunakan bentuk dasar dalam mendesain kuisioner yaitu :

- a. *Close-ended questions*, yaitu suatu bentuk pertanyaan dengan berbagai alternatif pilihan atau jawaban kepada responden guna mengetahui karakteristik responden.
- b. *Open-ended questions*, yaitu suatu bentuk pertanyaan yang memberikan kebebasan bagi responden untuk membuat alternatif jawabannya sendiri.
- c. *Scaled response questions*, yaitu suatu bentuk pertanyaan yang menggunakan skala dalam mengukur dan mengetahui sikap responden terhadap pertanyaan-pertanyaan di kuisioner, dari sudut pandang responden. Dalam penelitian ini menggunakan skala *likert* yang terbagi atas lima tingkatan, yaitu :

- Sangat Tidak Setuju hingga Sangat Setuju
- Sangat Tidak Penting hingga Sangat Penting
- Sangat Tidak Positif hingga Sangat Positif

Skala *likert* memungkinkan responden untuk mengindikasikan tingkat kesetujuan atau ketidaksetujuannya, penting atau tidak penting serta positif atau tidak positif setiap pernyataan yang terkait dengan suatu objek tertentu. Kelebihan dari penggunaan skala *likert* (1-5) ini adalah mudah dibuat, dibagikan dan dipahami. Sedangkan kekurangannya adalah banyak memakan waktu.

### 3.2.2 Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang dikumpulkan dari berbagai sumber yang sudah ada sebelumnya untuk berbagai tujuan, misalnya artikel-artikel terkait dari majalah, koran, dan situs-situs web. Peneliti juga mengumpulkan data sekunder melalui studi pustaka untuk membangun landasan teori yang sesuai dengan permasalahan atau model penelitian sehingga dapat menunjang pembahasan masalah yang diteliti. Studi pustaka dilakukan dengan membaca buku-buku referensi (baik buku-buku wajib maupun umum), tugas akhir, jurnal-jurnal penelitian, artikel-artikel, serta penelusuran internet yang berkaitan dengan pembahasan penelitian untuk mencari teori-teori dan prinsip-prinsip yang dapat diterapkan dalam penelitian ini.

### 3.3 Metode Pengambilan Sampel

#### 3.3.1 Ukuran Sampel Populasi

Menurut *Central Limit Theorem*, dalam menentukan jumlah sampel walaupun distribusi populasi tidak diketahui, distribusi samplingnya akan menjadi normal jika jumlah sampel mencukupi. Jumlah sampel yang dimaksud adalah minimal sebanyak 30 ( $n=30$ ), dimana semakin besar jumlah sampel, distribusi samplingnya akan mendekati distribusi normal. Dengan kata lain, jika populasi tidak terdistribusi dengan normal, rerata sampel akan menjadi normal jika jumlah sampel lebih besar sama dengan 30 ( $n \geq 30$ ).

Oleh karena itu jumlah sampel dalam penelitian ini haruslah lebih besar dari 30. Selain itu, dalam penentuan jumlah sampel, peneliti menggunakan tabel statistik yang telah dipublikasikan. Dengan tingkat ketepatan 10%, tingkat kepercayaan 95 % dan  $P = 5$ , jumlah sampel minimal jika populasi  $> 100.000$  adalah 100 (*Determining Sample Size*, PEOD6, *University of Florida* : IFAS *Extension*, diunduh dari <http://edis.ifas.ufl.edu/pdffiles/PD/PD00600.pdf> pada 12 April 2009). Berdasarkan *central limit theorem* dan tabel statistik, peneliti memutuskan untuk mengambil jumlah sampel diatas 100 yaitu 105 sampel.

### 3.3.2 Metode Pengambilan Sampel

Penelitian ini menggunakan metode pengambilan sampel *non probability sampling*. Metode ini berdasarkan penilaian personal dari peneliti dimana peneliti dapat memutuskan elemen-elemen apa saja dimasukkan kedalam sampel. Metode ini dapat mengestimasi dengan baik karakteristik populasi tetapi hasil dari penelitian tidak dapat dievaluasi secara objektif (Malhotra, 2004). Sederhananya adalah elemen-elemen dalam populasi tidak memiliki kesempatan yang sama untuk terpilih menjadi sampel (Indriantoro, 1999). Teknik yang digunakan adalah *snowball sampling*, biasanya responden dipilih acak, setelah seorang responden dimintai data kemudian responden akan diminta untuk mengidentifikasi dan memberikan referensi calon responden lain yang sesuai dengan target populasi. Tujuan utama dari teknik ini adalah mengestimasi karakteristik yang jarang dalam populasi (Malhotra, 2004).

Karakteristik utama yang harus dimiliki oleh calon responden adalah pernah berwisata ke Yogyakarta dalam kurun waktu dua (2) tahun terakhir pada periode 2007-2009 dan menginap minimal satu (1) hingga dua (2) hari. Kurun waktu dua tahun peneliti anggap adalah batas maksimal dimana para wisatawan nusantara masih mengingat kunjungan wisatanya ke Yogyakarta, selain itu diharapkan para wisatawan masih memiliki pemikiran tentang Yogyakarta dalam dua tahun terakhir, diasumsikan tidak terjadi perubahan yang begitu berarti di Yogyakarta.

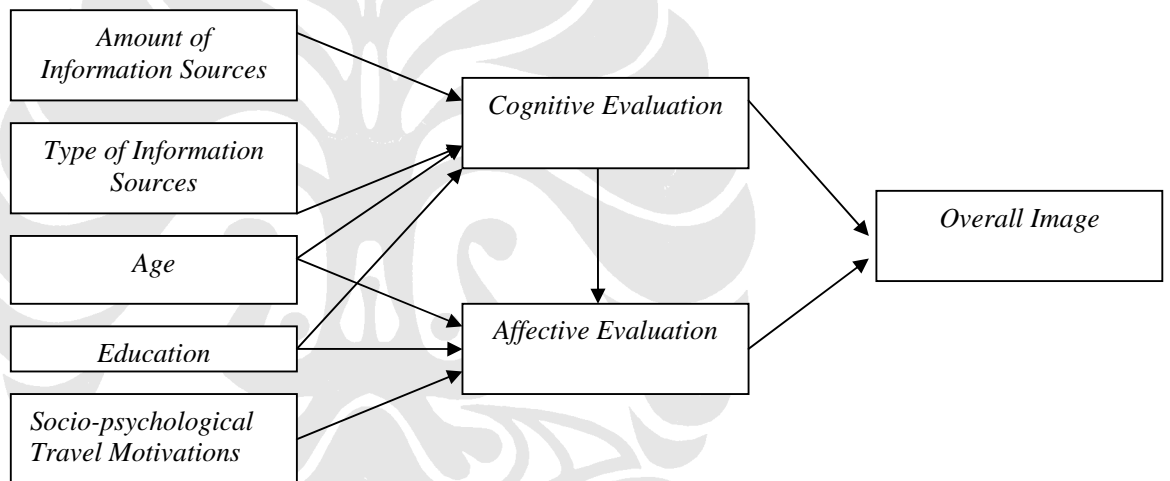
Karakteristik kedua adalah responden harus menginap minimal satu hingga dua hari, diasumsikan dengan menginap, responden memiliki waktu lebih banyak untuk mengunjungi objek-objek wisata di Yogyakarta.

### 3.3.3 Metode Pengumpulan Data

Kuisisioner akan diisi sendiri oleh responden (*self-administered questionnaire*). Peneliti meminta kesediaan responden untuk mengisi kuisisioner, responden haruslah sesuai dengan karakteristik populasi yaitu telah melakukan perjalanan wisata ke Yogyakarta dalam kurun waktu dua (2) tahun terakhir dan menginap minimal satu hingga dua hari.

### 3.4 Kerangka Penelitian

Penelitian ini bersumber pada penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Baloglu dan McCleary (1999). Penelitian tersebut bertujuan mencari variabel-variabel apa saja yang mempengaruhi citra daerah tujuan wisata sebelum adanya kunjungan wisata. Model penelitian menjelaskan bahwa citra daerah wisata dipengaruhi oleh evaluasi afektif dan kognitif. Sedangkan evaluasi kognitif dan afektif dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya. Variabel evaluasi kognitif dipengaruhi oleh jumlah sumber informasi, tipe sumber informasi, usia, dan tingkat pendidikan. Variabel evaluasi afektif dipengaruhi oleh usia, tingkat pendidikan, dan motivasi sosial-psikologis. Untuk penelitian kali ini, peneliti berfokus pada setelah adanya kunjungan yang aktual dari wisatawan.



**Gambar 3.1 Model Penelitian**

Sumber : Baloglu and McCleary (1999). *A Model of Destination Image Formation. Annals of Tourism Research.*

### 3.5 Variabel Penelitian

Dalam penelitian terdapat beberapa variabel, yaitu:

#### 1. Citra keseluruhan

Variabel ini dipengaruhi oleh evaluasi kognitif dan afektif. Nantinya masing-masing variabel evaluasi kognitif dan evaluasi afektif akan diuji pengaruhnya terhadap citra keseluruhan. Di dalam kuisioner, responden akan ditanyakan bagaimana citra keseluruhan Yogyakarta menurut mereka, mulai dari sangat tidak positif hingga sangat positif.

## 2. Evaluasi kognitif

Responden akan ditanyakan evaluasi kognitif mereka terhadap Yogyakarta, mulai dari kualitas pengalaman, atraksi-atraksi, serta lingkungan Yogyakarta. Evaluasi kognitif dipengaruhi oleh beberapa variabel, nantinya masing-masing variabel tersebut akan diuji pengaruhnya terhadap evaluasi kognitif. Variabel tersebut adalah jumlah dan tipe sumber informasi, usia, serta tingkat pendidikan. Evaluasi kognitif pun akan diuji pengaruhnya terhadap evaluasi afektif dan citra keseluruhan daerah wisata.

## 3. Evaluasi afektif

Responden akan ditanyakan evaluasi afektif mereka terhadap Yogyakarta, apakah menurut mereka Yogyakarta adalah daerah wisata yang menyenangkan, membangkitkan semangat, menenangkan, mengasyikkan atau sebaliknya. Variabel evaluasi afektif dipengaruhi oleh beberapa variabel, nantinya masing-masing variabel tersebut akan diuji pengaruhnya terhadap evaluasi afektif. Variabel tersebut adalah usia, tingkat pendidikan, motivasi sosial-psikologis, dan evaluasi kognitif. Evaluasi afektif pun akan diuji pengaruhnya terhadap citra keseluruhan daerah wisata.

## 4. Jumlah sumber dan tipe sumber informasi

Berupa banyaknya sumber informasi yang digunakan serta tipe sumber informasi yang dianggap penting oleh para wisatawan dalam memberikan informasi mengenai daerah tujuan wisata. Dapat berupa informasi dari para profesional (Agen Perjalanan, Biro Perjalanan Wisata, Dinas Pariwisata Nasional/Daerah), informasi dari mulut ke mulut (diperoleh dari teman/keluarga/relasi/kerabat), informasi dari berita/artikel/iklan/brosur, dan informasi dari buku/film. Kedua variabel masing-masing akan diuji terhadap evaluasi kognitif.

## 5. Usia dan tingkat pendidikan

Usia dan tingkat pendidikan diperoleh dari responden. Untuk usia, responden harus mengisi usia mereka saat mengisi kuisioner. Untuk tingkat pendidikan, responden tinggal memilih tingkat pendidikan terakhir yang telah dijalankan, mulai dari pendidikan SD hingga S3. Kedua variabel masing-masing akan diuji pengaruhnya terhadap evaluasi kognitif dan evaluasi afektif.

#### 6. Motivasi sosial-psikologis

Berupa motivasi wisatawan mengunjungi Yogyakarta. Variabel ini akan diuji pengaruhnya terhadap evaluasi afektif.

### 3.5.1 Hipotesis Penelitian

Berdasarkan variabel diatas, maka penelitian ini memiliki delapan (8) hipotesis yang akan diuji, yaitu:

H1 : Evaluasi kognitif berpengaruh signifikan pada evaluasi afektif daerah tujuan wisata

H2 : Evaluasi kognitif berpengaruh signifikan terhadap citra keseluruhan daerah tujuan wisata

H3 : Evaluasi afektif berpengaruh signifikan terhadap citra keseluruhan daerah tujuan wisata

H4 : Jumlah sumber informasi berpengaruh signifikan terhadap evaluasi kognitif

H5 : Tipe sumber informasi berpengaruh signifikan terhadap evaluasi kognitif

H6 : Motivasi sosial-psikologis wisatawan berpengaruh signifikan pada evaluasi afektif daerah tujuan wisata

H7 : Usia dari wisatawan berpengaruh signifikan pada evaluasi kognitif dan afektif daerah tujuan wisata

H8 : Tingkat pendidikan dari wisatawan berpengaruh signifikan pada evaluasi kognitif dan afektif daerah tujuan wisata

### 3.5.2 Operasionalisasi Variabel Penelitian

Penelitian ini dibagi atas delapan (8) variabel, yaitu variabel citra keseluruhan, evaluasi kognitif, evaluasi afektif, jumlah dan tipe sumber informasi, usia, tingkat pendidikan serta motivasi sosial-psikologis. Berikut adalah sumber skala pengukuran dan jenis pengukuran untuk tiap variabel.

Tabel 3-2 Operasionalisasi Variabel

Variabel	Pertanyaan	Skala
Citra Keseluruhan ( <i>overall image</i> )	Berdasarkan evaluasi kognitif (pendapat Anda mengenai Yogyakarta) dan evaluasi afektif (apa yang Anda rasakan mengenai Yogyakarta), bagaimana CITRA KESELURUHAN ( <i>overall image</i> ) Yogyakarta menurut Anda ?	Likert
Evaluasi Kognitif ( <i>cognitive evaluations</i> )	Menurut saya, Yogyakarta:	Likert
	1. merupakan daerah wisata yang bersih	
	2. memiliki akomodasi & transportasi yang baik	
	3. menyediakan hiburan malam yang menyenangkan	
	4. memiliki infrastruktur (sarana dan prasarana) yang berkualitas	
	5. menyediakan berbagai macam makanan lokal yang menarik	
	6. memiliki atraksi / kegiatan budaya yang menarik	
	7. memiliki kisah sejarah yang menarik	
	8. memiliki pemandangan alam yang indah	
	9. memberikan pengalaman yang senilai dengan biaya yang dikeluarkan	
	10. memiliki tingkat polusi yang rendah	
Evaluasi Afektif ( <i>affective evaluations</i> )	1. tempat wisata yang menyenangkan ( <i>pleasant</i> )	Likert
	2. tempat wisata yang membangkitkan semangat ( <i>arousing</i> )	
	3. tempat wisata yang memberikan ketenangan ( <i>relaxing</i> )	
	4. tempat wisata yang mengasyikkan ( <i>exciting</i> )	
Jumlah Sumber Informasi ( <i>amount of information sources</i> )	Darimana saja Anda mendapatkan informasi mengenai daerah wisata Yogyakarta? (boleh pilih lebih dari satu)	Rasio
	Berikut adalah tipe/jenis informasi yang menurut Anda penting dalam memberikan kesan yang baik terhadap Yogyakarta.	
	1. Informasi dari para profesional (seperti Agen Perjalanan,	



Tipe Informasi ( <i>type of information sources</i> )	Biro Perjalanan Wisata, Dinas Pariwisata Nasional, Daerah)	Likert
	2. Informasi dari mulut ke mulut ( <i>word-of-mouth</i> ) yang diperoleh dari teman, anggota keluarga, relasi dan kerabat	
	3. Informasi dari berita / artikel /iklan /brosur (media cetak, media elektronik dan/atau internet)	
	4. Informasi dari buku/ film	
Motivasi Sosial-psikologis ( <i>socio-psychological travel motivations</i> )	Berikut adalah motivasi Saya melakukan perjalanan wisata ke Yogyakarta:	Likert
	1. Menghilangkan stress dan tekanan	
	2. Menenangkan diri baik fisik maupun mental	
	3. Melakukan hal yang mengasyikkan	
	4. Mencari kesenangan	
	5. Berpetualang	
	6. Mendapatkan kesenangan dan hiburan	
	7. Mempelajari hal-hal baru dan memperluas pengetahuan	
	8. Merasakan budaya dan cara hidup yang berbeda	
	9. Memperkaya wawasan	
	10. Merasakan tempat baru/ tempat yang berbeda	
	11. Bertemu dengan orang-orang yang memiliki minat/ketertarikan yang sama	
	12. Membangun pertemanan/ menambah jaringan	
	13. Berkunjung ke tempat yang belum pernah dikunjungi oleh teman Saya	
14. Bercerita kepada teman tentang perjalanan wisata		
Usia dan Pendidikan ( <i>age and education</i> )	Berapa usia Anda saat ini ? ..... tahun	Rasio dan Interval
	Pendidikan terakhir ?	

### 3.6 Sistematika Kuisisioner

Kuisisioner yang peneliti gunakan terdiri atas beberapa bagian yang tersusun sebagai berikut:

- Bagian pertama adalah *screening question*, untuk memastikan bahwa responden sesuai dengan karakteristik yang peneliti inginkan. Responden haruslah orang yang dalam dua (2) tahun terakhir telah melakukan perjalanan wisata ke Yogyakarta (bukan perjalanan bisnis/pekerjaan) dan menginap minimal satu hingga dua hari baik di hotel maupun di rumah kerabat. Bagian ini menggunakan skala nominal. Berikut adalah pertanyaan untuk bagian pertama,
  1. Apakah dalam 2 (dua) tahun terakhir Anda melakukan perjalanan wisata (bukan perjalanan bisnis/ pekerjaan) ke Yogyakarta?
  2. Apakah ketika berwisata ke Yogyakarta, Anda menginap minimal selama 1-2 hari baik di hotel maupun di rumah kerabat?
- Bagian kedua adalah pertanyaan utama mengenai variabel-variabel yang akan diuji. Terdiri atas enam (6) bagian yaitu :
  - a. Bagian A, motivasi sosial-psikologis dari para wisatawan. Bagian ini menggunakan skala Likert 5 poin (Sangat Tidak Setuju hingga Sangat Setuju).
  - b. Bagian B, terdiri atas jumlah sumber informasi yang digunakan dan tipe sumber informasi yang dianggap penting. Jumlah sumber informasi yang digunakan berbentuk rasio sedangkan tipe sumber informasi menggunakan skala Likert 5 poin (Sangat Tidak Penting hingga Sangat Penting).
  - c. Bagian C, evaluasi kognitif Yogyakarta menurut wisatawan nusantara yang berwisata ke Yogyakarta. Bagian ini menggunakan skala Likert 5 poin (Sangat Tidak Setuju hingga Sangat Setuju).
  - c. Bagian D, evaluasi afektif Yogyakarta menurut wisatawan nusantara yang berwisata ke Yogyakarta. Bagian ini menggunakan skala Likert 5 poin (Sangat Tidak Setuju hingga Sangat Setuju).
  - d. Bagian E, citra keseluruhan Yogyakarta menurut wisatawan nusantara yang berwisata ke Yogyakarta. Bagian ini menggunakan skala Likert 5 poin (Sangat Tidak Positif hingga Sangat Positif).

e. Bagian F, informasi sosialdemografi, terdiri atas jenis kelamin, usia, tingkat pendidikan, rata-rata pengeluaran per bulan, frekuensi berwisata ke Yogyakarta, dan wilayah domisili saat ini. Usia merupakan *open-ended question* dimana responden diminta untuk mengisi langsung menggunakan skala rasio, tingkat pendidikan menggunakan skala interval, sisanya menggunakan skala nominal.

### **3.7 Metode Analisis Data**

#### **3.7.1 Analisis Awal**

Peneliti melakukan *early-survey* untuk mendapatkan responden yang dijadikan objek penelitian. Pemilihan responden dilakukan sesuai dengan kriteria: responden pernah melakukan perjalanan wisata ke Yogyakarta (bukan perjalanan bisnis/pekerjaan) dalam kurun waktu dua (2) tahun terakhir dan menginap minimal satu hingga dua hari di hotel ataupun rumah kerabat.

#### **3.7.2 Distribusi Frekuensi**

Distribusi frekuensi adalah distribusi secara matematis yang bertujuan untuk menghitung jumlah responden yang memiliki asosiasi dengan nilai yang berbeda dari suatu variabel dan untuk menunjukkan nilai tersebut ke dalam suatu presentase (Malhotra, 2004). Peneliti akan menggunakan analisis distribusi frekuensi, hal ini dilakukan untuk melihat jumlah responden dalam suatu karakter penelitian. Distribusi frekuensi akan dilakukan pada jenis kelamin, usia, tingkat pendidikan terakhir, wilayah domisili saat ini, frekuensi berwisata ke Yogyakarta, dan rata-rata pengeluaran per bulan.

#### **3.7.3 Uji Reliabilitas**

Uji realibilitas adalah suatu pendekatan yang dilakukan untuk mengukur keandalan (realibilitas) dimana responden termasuk dalam cakupan skala yang sama pada dua waktu yang berbeda dengan kondisi yang sama (Malhotra, 2004). Peneliti melakukan uji realibilitas untuk mengukur konsistensi dan reliabilitas pertanyaan-pertanyaan dalam kuisisioner terhadap variabelnya. Menurut Malhotra (2004), dengan melihat batas nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,6 maka pertanyaan

dalam kuisioner sudah dianggap *reliable*, konsisten dan relevan terhadap variabel atau faktor dalam penelitian. Uji reliabilitas akan dilakukan pada variabel evaluasi kognitif, evaluasi afektif, dan motivasi sosial-psikologis.

#### **3.7.4 Analisis Faktor**

Analisis faktor bertujuan untuk mereduksi data dan mengidentifikasi suatu jumlah kecil faktor yang menerangkan beberapa faktor yang mempunyai kemiripan karakter. Analisis faktor juga merupakan cara untuk mengidentifikasi variabel dasar atau faktor yang menerangkan pola hubungan dalam suatu himpunan variabel observasi (Singgih, 2004). Dalam model penelitian ini, setiap variabel dibentuk oleh beberapa pertanyaan. Analisis faktor digunakan untuk mengetahui nilai dari setiap variabel tersebut. Analisis Faktor akan dilakukan pada variabel evaluasi kognitif, evaluasi afektif, dan motivasi sosial-psikologis.

#### **3.7.5 Analisis Regresi**

Analisis regresi digunakan untuk mengetahui hubungan asosiatif antara variabel dependen metrik dengan satu (1) atau lebih variabel independen. (Malhotra, 2004). Analisis regresi akan dilakukan pada variabel jumlah sumber informasi terhadap evaluasi kognitif, tipe sumber informasi terhadap evaluasi kognitif, usia dan tingkat pendidikan pada evaluasi kognitif dan evaluasi afektif, motivasi sosial-psikologis pada evaluasi afektif, evaluasi kognitif pada evaluasi afektif, serta evaluasi kognitif dan afektif terhadap citra keseluruhan daerah tujuan wisata.