

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Tempat dan Waktu Penelitian

3.1.1 Tempat

Lokasi yang dipilih dalam penelitian ini adalah Kepulauan Seribu, yang berada di sebelah Utara kota Jakarta dengan wisatawan sebagai responden yang akan diteliti. Alasan pemilihan lokasi tersebut dikarenakan banyaknya objek wisata bahari dan sejarah yang menarik di Kepulauan Seribu.



Gambar III. 1 Logo Kepulauan Seribu

Sumber: www.news.detik.com

Kepulauan Seribu memiliki 110 pulau dengan 11 pulau berpenghuni, serta memiliki sederet pulau – pulau yang dapat menarik perhatian wisatawan baik itu wisatawan lokal maupun asing. Setiap pulau memiliki ciri khas dan keunikan

tersendiri. Pulau terdekat memiliki jarak 45 km dari Kota Jakarta. Wilayah Kepulauan Seribu dialokasikan menjadi tiga yaitu sebagai pemukiman, pariwisata dan konversi (BPS Kabupaten Administrasi Kepulauan Seribu, 2020).

Sebagai wilayah pariwisata pulau – pulau besar yang ada di Kepulauan Seribu dialokasikan untuk mendukung aktivitas pariwisata. Berbagai jenis akomodasi pun tersedia seperti *losmen*, *homestay*, *hostel*, hingga *cottage* sekelas hotel tersedia. Namun ada juga pulau – pulau *resort* atau pulau privat tanpa penduduk yang hanya digunakan untuk wisata dan umumnya hanya dikelola oleh pribadi dan sebagian dikelola oleh pemerintah, Pulau tersebut diantaranya: Pulau Bidadari, Pulau Macan, Pulau Anyer, Pulau Putri, Pulau Pantara, Pulau Sepa, Pulau Kotok, Pulau Royal, Pulau Pelangi, Pulau Bira, Pulau Genteng, dan sebagainya. Sedangkan pulau – pulau besar yang dihuni oleh warga kepulauan seribu dan biasa didatangi oleh wisatawan menurut pulauseribu.co.id yaitu pulau pramuka, pulau tidung, pulau harapan, pulau kelapa, pulau untung jawa, pulau pari.

Adapun kegiatan yang dapat kita lakukan di Kepulauan Seribu yaitu :

1) Wisata Ilmu Pengetahuan

Di wisata Kepulauan Seribu kita dapat mempelajari dan melihat penangkaran penyu sisik dan penyu hijau dan melihat bagaimana penyu langka ini hidup dan berkembang biak, tidak hanya itu kita juga dapat mempelajari tentang tumbuhan langka seperti waru, butun, nyampung, cemara laut, atau cangkodo serta ada pohon langka yang sudah berusia ratusan tahun seperti yang ada di Pulau Pari, melihat penangkaran Hiu seperti di Pulau Pramuka, melihat kawasan konversi

hutan mangrove seperti yang terdapat di Pulau Pramuka dan Tidung, dan masih banyak lagi.

2) Wisata Bawah Laut

Kepulauan Seribu adalah andalan wisata bahari, disana wisatawan dapat melihat pemandangan yang sangat mempesona di bawah laut, seperti terumbu karang dan ikan – ikan yang cantik, serta biota laut yang masih langka juga bisa wisatawan temukan saat berwisata ke Kepulauan Seribu. Jarak antar pulau juga tidak terlalu jauh, sehingga memungkinkan untuk wisatawan bisa menjelajahi dua sampai tiga pulau dalam sekali perjalanan. Banyak pulau kosong yang menjadi favorit para *snorkeler* dan *diver* saat berwisata ke Kepulauan Seribu.

3) Wisata Budaya

Ada beberapa pulau di Kepulauan Seribu yang memiliki latarbelakang yang unik dan pasalnya pulau – pulau tersebut pernah digunakan di masa penjajahan Belanda. Pulau – Pulau tersebut yaitu Pulau Onrust, Pulau Kelor, Pulau Kahyangan, atau Pulau Bidadari.

4) Wisata Privat

Kepulauan Seribu juga dapat menjadi tempat liburan atau wisata privat yang eksklusif, seperti keluarga, bulan madu bersama pasangan, serta acara kantor ataupun organisasi. Selain tidak membutuhkan banyak waktu untuk ke lokasi, pulau privat juga menawarkan fasilitas yang tidak kalah eksklusif seperti kapal selam, akuarium bawah laut, dan sebagainya.

Untuk berwisata ke Kepulauan Seribu wisatawan yang ingin bebas menjelajahi pulau dengan *itinerary* yang sudah dibuat bisa dengan cara *backpacker* atau bisa menggunakan agen tur terpercaya jika ingin lebih praktis. Transportasi untuk ke lokasi bisa dari Kaliadem (Muara Angke) dan Marina Ancol Jakarta. Perjalanan ke Kepulauan Seribu kurang lebih menempuh waktu dua sampai dengan tiga jam tergantung pulau yang dituju oleh wisatawan. Berikut tarif penyebrangan ke Kepulauan Seribu:

Tabel III. 1 Harga Tarif Penyebrangan Kepulauan Seribu dari Marina Ancol

Kategori	Keberangkatan	Tujuan	Tarif
Weekend Umum	Marina Ancol	Untung Jawa	Rp 120.000
	Marina Ancol	Pari	Rp 150.000
	Marina Ancol	Pramuka	Rp 150.000
	Marina Ancol	Tidung	Rp 150.000
	Marina Ancol	Kelapa	Rp 225.000
	Marina Ancol	Harapan	Rp 225.000
	Marina Ancol	Royal	Rp 225.000
	Marina Ancol	Kaliage	Rp 250.000
	Marina Ancol	Semut	Rp 250.000
	Marina Ancol	Bintang	Rp 250.000
	Marina Ancol	Tongkeng	Rp 250.000
	Marina Ancol	Panjang Putri	Rp 250.000
	Marina Ancol	Nusa Keramba	Rp 150.000
	Marina Ancol	Rosa	Rp 250.000
	Marina Ancol	Sekati	Rp 150.000
	Marina Ancol	Kelapa 2	Rp 225.000
	Marina Ancol	Payung	Rp 150.000
Weekday Umum			
	Marina Ancol	Untung Jawa	Rp 100.000
	Marina Ancol	Pari	Rp 125.000
	Marina Ancol	Pramuka	Rp 125.000

Marina Ancol	Tidung	Rp 125.000
Marina Ancol	Harapan	Rp 180.000
Marina Ancol	Kelapa	Rp 180.000
Marina Ancol	Kelapa 2	Rp 180.000
Marina Ancol	Royal	Rp 180.000
Marina Ancol	Nusa Keramba	Rp 125.000
Marina Ancol	Sekati	Rp 125.000
Marina Ancol	Kaliage	Rp 200.000
Marina Ancol	Semut	Rp 200.000
Marina Ancol	Tongkeng	Rp 200.000
Marina Ancol	Rosa	Rp 200.000
Marina Ancol	Panang Putri	Rp 200.000
Marina Ancol	Bintang	Rp 200.000
Marina Ancol	Payung	Rp 125.000

Sumber : pulauseribu.jakarta.go.id

Tabel III. 2 Harga Tarif Penyebrangan Ke Pulau Seribu dari Dermaga Kaliadem, Muara Angke

Pelabuhan	Pulau Tujuan	Tarif
Kaliadem	Pulau Pari	Rp 40.000
Kaliadem	Pulau Tidung	Rp 45.000
Kaliadem	Pulau Pramuka	Rp 45.000
Kaliadem	Pulau Kelapa	Rp 55.000
Kaliadem	Pulau Harapan	Rp 55.000

Sumber: penawisata.com

Sesampainya di Kepulauan Seribu banyak *tour guide* yaitu masyarakat pulau seribu itu sendiri yang menawarkan jasanya sehingga wisatawan tidak perlu khawatir jika belum memiliki *itinerary* destinasi wisata yang jelas. Untuk akomodasi penginapan seperti *homestay* atau *losmen* wisatawan bisa langsung menyewanya sesampainya di pulau yang dituju. Begitu juga dengan *water spot* dan perahu nelayan yang biasanya digunakan untuk berkeliling ke destinasi pulau-pulau sekitar, wisatawan bisa menyewa langsung di Pulau tujuan.

3.1.2 Waktu

Adapun rentang waktu pelaksanaan penelitian ini adalah dari bulan Juni 2020 s.d selesai.

3.2 Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Data dalam penelitian ini dikumpulkan dengan metode survei dengan melakukan penyebaran kuesioner terstruktur dan diberikan kepada responden yang sudah ditentukan berdasarkan kriteria yang dibutuhkan dalam penelitian penulis supaya mendapatkan hasil yang spesifik. Pengujian hipotesis pada penelitian ini menggunakan *Structural Equation Modelling* (SEM).

3.3 Variabel Penelitian dan Pengukurannya

Tiga variabel independen digunakan dalam penelitian ini, antara lain *destination image* sebagai variabel bebas X_1 , *perceived value* sebagai variabel bebas X_2 , *service quality* sebagai variabel bebas X_3 , satu variabel *intervening* yaitu *satisfaction* sebagai variabel *intervening* Y. Satu variabel terikat yaitu *revisit intention* sebagai variabel terikat Z.

3.3.1 Variabel Independen

Dalam penelitian ini ada tiga variabel bebas yaitu *destination image* sebagai X_1 , *perceived value* sebagai X_2 , dan *service quality* sebagai X_3 .

3.3.2 Variabel Dependen

Variabel terikat dalam penelitian ini adalah *revisit intention* sebagai variabel Z.

3.3.3 Variabel *Intervening*

Pada penelitian ini terdapat satu variabel *intervening* yaitu *satisfaction* sebagai variabel Y.

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Dalam penelitian ini yang menjadi target populasi peneliti adalah wisatawan yang pernah berkunjung ke Kepulauan Seribu. Ukuran populasi dalam penelitian ini adalah populasi tak terhingga (*infinite population*), karena jumlah wisatawan yang berkunjung ke Kepulauan Seribu tidak diketahui secara pasti oleh peneliti dan cenderung tidak terbatas.

3.4.2 Sampel

Sampel dari penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling*. Alasan peneliti menggunakan *purposive sampling* ini yaitu untuk mendapatkan sampel yang sesuai dengan kriteria yang dibutuhkan dalam penelitian ini.

Penelitian ini memiliki karakteristik sampel yang dibutuhkan sebagai berikut:

- a. Wisatawan yang pernah berkunjung (minimal satu kali) ke Kepulauan Seribu.
- b. Berusia antara 17 – 50 tahun.

Terdapat beberapa pedoman dalam penentuan pengukuran sampel untuk analisis SEM (Sanusi, 2013, p.175), antara lain:

Teknik estimasi maximum likelihood (ML) memiliki ukuran sampel 100 – 200.

1. Berdasarkan dari jumlah parameter yang diestimasi. 5 – 10 kali jumlah parameter yang diestimasi menurut pedomannya.

2. Berdasarkan dari jumlah indikator yang digunakan dalam seluruh variabel bentukan. Jumlah sampel merupakan jumlah indikator variabel bentukan, yang dikali 5 sampai dengan 10. Apabila ada 20 indikator, besarnya sampel adalah antara 100 – 200.
3. Peneliti dapat memilih teknik estimasi tertentu, jika sampel yang dimiliki sangat besar.

Dari pernyataan Sanusi di atas, peneliti akan menggunakan sampel sebanyak 250 responden. Pada penelitian ini, yang bisa dijadikan responden adalah wisatawan yang pernah berkunjung (minimal satu kali) ke Kepulauan Seribu.

Tabel III. 3 Rekapitulasi Penelitian Relevan

Tinjauan Penelitian Terdahulu Penulis dan Tahun	Jumlah Sampel	Teknik Pemilihan Sampel	Tempat Penelitian	Metode
Asya Hanif, Andriani Kusumawati dan M. Kholid Mawardi, 2016	113	<i>Purposive Sampling</i>	Kota Batu	<i>Path Analysis</i>
Setyo Ferry Wibowo, Adnan Sazali dan Agung Kresnamurti Rivai P., 2016	200	<i>Purposive Sampling</i>	Perkampungan Budaya Betawi (PBB) Setu Babakan, Jakarta	<i>Structural Equation Model (SEM)</i>
Shahida Kanwel, Zhou Lingqiang, Muhammad Asif, Jinsoo Hwang, Abid Hussain dan Arif Jameel, 2019	780	<i>Random Sampling</i>	Pakistan	<i>Structural Equation Model (SEM)</i>

Amran Harun, Amat Obong, Abdul Wahid Mohd Kassim dan Jaratin Lily, 2018	171	<i>Non- Probability Sampling</i>	Tawau International Airport, Malaysia	<i>Factor Analysis+ Multiple regression analysis</i>
Ivyanno Utama Canny dan Nila Krishnawati Hidayat, 2012	200	<i>Convenience- Sampling</i>	Candi Borobudur, Magelang, Jawa Tengah	<i>Multiple Regression Analysis</i>
Bin Wang, Zhaoping Yang, Fang Han, dan Hui Shi, 2017	300	<i>Online</i>	Tianchi, Xinjiang Tianshan, a World Natural Heritage Site in China	<i>Partial Least Squares- Structural Equation Modelling (PLS-SEM)</i>
Kyung-Hee Kim Duk-Byeong Park, 2017	254	<i>Purposive Sampling</i>	Community-based ecotourism (CBE) Village in Korea	<i>Linear Structural Relationship s Structural Equation Model (LISREL- SEM)</i>
Faruk Anil Konuk 2019	329	<i>Purposive Sampling</i>	Organic Food Restaurant Customers in Istanbul, Turkey	<i>Structural Model + Mediation Analysis</i>
Ishmael Mensah, Rebecca Dei Mensah, 2018	200	<i>Convenience Sampling</i>	10 restaurants on the University of Cape Coast Campus, Ghana	Exploratory Factor Analysis (EFA)
Ambar Kusuma Astuti, 2018	100	<i>Purposive Sampling</i>	Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY)	<i>Partial Least Squares- Structural Equation Modelling (PLS-SEM)</i>
Heri Setiawan, A.Jalaluddin Sayuti, 2017	200	<i>Purposive Sampling</i>	Travel Agencies in South Sumatra	<i>Path Analysis</i>

Dahlan Abdullah, Norhamizan Hamir, Norfezah Md Nor, Jayaraman Krishnaswamy, dan Ainatul Mardhiah Mohamed Rostum, 2018	110	<i>Purposive Sampling</i>	The Halal-Certified Restaurant in Malaysia	<i>Partial Least Squares-Structural Equation Modelling (PLS-SEM)</i>
Wilawan JANSRI, Lubna A. HUSSEIN, dan Joshua Teck Khun LOO, 2020	185	<i>Random Sampling</i>	Langkawi Island in Malaysia	<i>Partial Least Squares-Structural Equation Modelling (PLS-SEM)</i>
Hui-Min Song, Kyung-Sik Kim dan Brian H. Yim, 2016	218	<i>Online Survey Questionnaire</i>	Golf Tourism in Hainan Province	<i>Structural Equation Modelling (SEM) + Confirmatory Factor Analysis (CFA)</i>
Usep Suhud dan Arifin Wibowo, 2016	200	<i>Convenience Sampling</i>	Vintage-Concept Restaurant in Jakarta	<i>Structural Equation Modelling (SEM)</i>
Saad Ali Musallam Abdulla, Gamal S. A. Khalifa, Abuelhassan E. Abuelhassan dan Abhijit Ghosh, 2019	565	<i>Random Sampling/ Purposive Sampling</i>	UAE's tourism industry	<i>Structural Equation Modelling (SEM)</i>
Beybala Timur, 2018	343	<i>Convenience sampling</i>	Thermal hotels in Balçova and Gonen regions	<i>Correlation and Regression Analysis</i>
Feng-Hsiang Chang dan Chih-Yung Tsai, 2016	156	<i>Random Sampling</i>	Cultural Park in Taiwan	<i>Factor Analysis + Correlation and Regression Analysis</i>

Sumber: Diolah oleh Peneliti (2020)

3.5 Metode Pengumpul Data

Data pada penelitian ini dikumpulkan dengan menggunakan data primer. Data primer ini didapat melalui pengumpulan data kuesioner yang dibagikan kepada 250 responden yang pernah berkunjung ke Kepulauan Seribu, untuk mendapatkan informasi mengenai variabel – variabel yang menjadi fokus dalam penelitian ini.

3.6 Operasional Variabel Penelitian

3.6.1 *Destination Image*

Definisi Konseptual: *Destination Image* merupakan keputusan suatu perjalanan dari pemikiran individu dalam bentuk pengetahuan, perasaan dan persepsi menjadi satu kesatuan pemikiran tujuan dari pengalamannya berdasarkan kepuasan wisatawan terhadap tujuan yang dikunjungi.

Tabel III. 4 Operasionalisasi Variabel *Destination Image*

No	Konsep	Dimensi	Indikator Asli	Indikator Terjemahan	Indikator Adaptasi	Sumber
1	<i>Destination Image (XI)</i> , <i>destination image</i> merupakan keputusan suatu perjalanan dari pemikiran individu dalam bentuk pengetahuan, perasaan dan persepsi menjadi satu kesatuan pemikiran tujuan dari pengalamannya berdasarkan kepuasan wisatawan	<i>Cognitive Image (CI)</i>	<i>Hainan Province has a great variety of fauna and flora</i>	Provinsi Hainan memiliki keanekaragaman fauna dan flora yang sangat banyak	Kepulauan Seribu memiliki obyek wisata yang banyak	Song <i>et al.</i> , (2017, hal. 1187)

	terhadap tujuan yang dikunjungi (Wibowo <i>et al.</i> , 2016).				
2			<i>Hainan Province has interesting golf activities</i>	Provinsi Hainan memiliki aktivitas golf yang menarik	Kepulauan Seribu memiliki wahana permainan air yang menarik
3			<i>Hainan Province has appealing local food</i>	Provinsi Hainan memiliki makanan lokal yang menarik	Kepulauan Seribu memiliki makanan lokal (<i>seafood</i>) yang menarik
4		Affective Image (AI)	<i>Hainan Province is a pleasant place</i>	Provinsi Hainan adalah tempat yang menyenangkan	Kepulauan Seribu adalah tempat yang menyenangkan
5			<i>Hainan Province is a relaxing place</i>	Provinsi Hainan adalah tempat bersantai	Kepulauan Seribu adalah tempat bersantai
6			<i>Hainan Province is an arousing place</i>	Provinsi Hainan adalah tempat yang membangkitkan gairah	Kepulauan Seribu adalah tempat wisata yang membangkitkan gairah / semangat
7			<i>Hainan Province is an exciting place</i>	Provinsi Hainan adalah tempat yang seru	Kepulauan Seribu adalah tempat yang seru

Sumber: Diolah oleh Peneliti (2020)

3.6.2 Perceived Value

Definisi Konseptual: *Perceived Value* diilustrasikan sebagai keseluruhan penilaian yang dibuat oleh wisatawan berdasarkan perbandingan mereka antara

utilitas dan biaya yang dirasakan atau pengorbanan yang terkait dengan tujuan mereka.

Tabel III. 5 Operasionalisasi Variabel *Perceived Value*

No	Konsep	Dimensi	Indikator Asli	Indikator Terjemahan	Indikator Adaptasi	Sumber
1	<i>Perceived Value (X2)</i> , keseluruhan penilaian yang dibuat oleh wisatawan berdasarkan perbandingan mereka antara utilitas dan biaya yang dirasakan atau pengorbanan yang terkait dengan tujuan mereka (Wang <i>et al.</i> , 2017).	<i>Emotional Value</i>	<i>It was something new and different</i>	Itu adalah sesuatu yang baru dan berbeda	Kepulauan Seribu menyajikan sesuatu yang baru dan berbeda	Jamal <i>et al.</i> , (2011, hal. 11)
2			<i>It was a memorable experience</i>	Itu adalah pengalaman yang tak terlupakan	Wisata ke Kepulauan Seribu adalah pengalaman yang tak terlupakan	
3			<i>My visit to this homestay was something that I enjoyed</i>	Kunjungan saya ke homestay ini adalah sesuatu yang saya nikmati	Kunjungan wisata ke Kepulauan Seribu dapat dinikmati	
4		<i>Experiential value (host-guest interaction)</i>	<i>The host family members were friendly</i>	Pemilik homestay sangat ramah	Karyawan Kepulauan Seribu sangat ramah	

5			<i>They made me feel comfortable</i>	Pemilik homestay membuat saya merasa nyaman	Karyawan Kepulauan Seribu membuat saya merasa nyaman
6			<i>They were very accommodating</i>	Pemilik Homestay sangat membantu	Karyawan Kepulauan Seribu sangat membantu
7		Experiential value (activity, culture, and knowledge)	<i>The traditional-oriented activities organized by the participating villagers were enjoyable</i>	Kegiatan tradisional yang diselenggarakan warga setempat dapat dinikmati	Kegiatan tradisional yang diadakan warga Kepulauan Seribu dapat dinikmati
8			<i>The excursion around the village is informational</i>	Wisata di sekitar desa bersifat informasional	Obyek wisata di sekitar Kepulauan Seribu bersifat informasional
9			<i>I gained new knowledge from this homestay visit</i>	Saya mendapat pengetahuan baru dari kunjungan homestay ini	Kunjungan wisata ke Kepulauan Seribu memberikan pengetahuan baru
10		Functional value (establishment)	<i>The house was neat and clean</i>	Rumah itu bersih	Kepulauan Seribu adalah pulau yang bersih
11				Rumah itu teratur	Kepulauan Seribu adalah pulau yang teratur
12			<i>The surrounding area was quiet and peaceful</i>	Daerah sekitarnya tenang dan damai	Kepulauan Seribu adalah tempat yang tenang dan damai

13		Functional value (price)	<i>The overall homestay experience offer value for money</i>	Pengalaman homestay keseluruhan sebanding dengan harga yang ditawarkan	Pengalaman keseluruhan wisata ke Kepulauan Seribu sebanding dengan harga yang ditawarkan
14			<i>The local products available were reasonably priced</i>	Harga produk lokal yang tersedia cukup terjangkau	Harga wisata ke Kepulauan Seribu cukup terjangkau
15			<i>The handicrafts sold were fairly price</i>	Hasil kerajinan tangan yang dijual cukup terjangkau	Hasil kerajinan tangan Kepulauan Seribu yang dijual cukup terjangkau

Sumber: Diolah oleh Peneliti (2020)

3.6.3 Service Quality

Definisi Konseptual: *Service Quality* sebagai perbedaan antara ekspektasi pelanggan terhadap layanan yang akan diterima dan persepsi tentang layanan aktual yang diterima.

Tabel III. 6 Operasionalisasi Variabel *Service Quality*

No	Konsep	Dimensi	Indikator Asli	Indikator Terjemahan	Indikator Adaptasi	Sumber
1	<i>Service Quality (X3)</i> , kualitas layanan sebagai perbedaan antara ekspektasi pelanggan terhadap layanan yang akan diterima dan persepsi tentang layanan aktual yang diterima (Parasuraman, Zeithaml, dan Berry, 1988).	Reliability	<i>Borobudur temple authority agency management was reliable in creating a sense comfort for you</i>	Manajemen instansi otoritas Candi Borobudur dapat diandalkan dalam menciptakan rasa nyaman bagi Anda	Karyawan Kepulauan Seribu dapat diandalkan dalam menciptakan rasa nyaman.	Canny dan Hidayat (2012, hal. 8)
2			<i>Management provides visiting hours that suit your needs and time availability</i>	Manajemen menyediakan jam kunjungan yang sesuai dengan kebutuhan dan ketersediaan waktu Anda	Karyawan Kepulauan Seribu menyediakan jam kunjungan yang sesuai dengan jadwal paket destinasi wisata yang telah dipilih sebelumnya.	
3			<i>Borobudur temple employees have promptness and hospitality in serving you</i>	Karyawan Candi Borobudur memiliki ketepatan dan keramah tamahan dalam melayani Anda	Karyawan Kepulauan Seribu dapat melayani dengan tepat.	
4		Assurance	<i>Borobudur temple authority agency management provide information and directions that are easily understood</i>	Manajemen instansi otoritas candi Borobudur memberikan informasi dan arahan yang mudah dipahami oleh Anda	Karyawan Kepulauan Seribu memberikan informasi dan arahan yang mudah dipahami.	

			<i>by you</i>			
5			<i>You feel comfortable and secure during your visit in the Borobudur temple</i>	Anda merasa nyaman dan aman selama berkunjung di Candi Borobudur	Kunjungan wisata ke Kepulauan Seribu terasa aman dan nyaman.	
6			<i>You get in-depth explanation from knowledgeable and experienced tour guides in Borobudur temple</i>	Anda mendapatkan penjelasan mendalam dari pemandu wisata yang berpengalaman dan berpengalaman di Candi Borobudur	Karyawan Kepulauan Seribu dapat memberikan penjelasan yang mendalam mengenai Kepulauan Seribu dengan pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki.	
7		Tangible	<i>The environment around Borobudur temple is clean and neat</i>	Lingkungan sekitar Candi Borobudur bersih	Lingkungan sekitar Kepulauan Seribu bersih	
8				Lingkungan sekitar Candi Borobudur dan rapi	Lingkungan sekitar Kepulauan Seribu rapi	

9			<i>Public facilities that are provided by Borobudur temple authority agency management is well managed (i.e. rest room, parking lot, rest area etc.)</i>	Fasilitas umum yang disediakan oleh pengelola Badan Otoritas Candi Borobudur sudah dikelola dengan baik (seperti kamar kecil, tempat parkir, rest area dll.)	Fasilitas umum yang disediakan oleh pengelola Kepulauan Seribu sudah dikelola dengan baik (seperti toilet, jalur sepeda, restoran, dll)	
10		Empathy	<i>Borobudur temple employees pay attention to the tourists needs</i>	Karyawan Candi Borobudur memperhatikan kebutuhan wisatawan	Karyawan Kepulauan Seribu memperhatikan setiap kebutuhan yang diinginkan.	
11			<i>You get a polite and friendly service from the Borobudur temple employees</i>	Anda mendapatkan pelayanan yang sopan dari para karyawan Candi Borobudur	Karyawan Kepulauan Seribu memberikan pelayanan yang sopan.	
12				Anda mendapatkan pelayanan yang ramah dari para karyawan Candi Borobudur	Karyawan Kepulauan Seribu memberikan pelayanan yang ramah.	

13			<i>When you ask about the public facilities location that you need immediately, Borobudur temple employees provide clear direction to you (i.e. rest room, prayer room, information center)</i>	Saat ditanya mengenai lokasi fasilitas umum yang Anda butuhkan segera, karyawan Candi Borobudur memberikan arahan yang jelas kepada Anda (misal: kamar kecil, mushola, pusat informasi)	Ketika dibutuhkan informasi cepat mengenai lokasi fasilitas umum, karyawan Kepulauan Seribu dapat memberikan arahan dengan jelas.
14		Responsiveness	<i>Borobudur temple authority agency management are always ready and eager to serve you</i>	Pengurus instansi otoritas Candi Borobudur selalu siap dan bersemangat untuk melayani Anda	Karyawan Kepulauan Seribu selalu siap dan semangat untuk melayani.
15			<i>Borobudur temple employees were never too busy to respond and help you quickly</i>	Karyawan Candi Borobudur tidak pernah terlalu sibuk untuk merespon dan membantu Anda dengan cepat	Karyawan Kepulauan Seribu selalu siap untuk merespon dan membantu dengan cepat
16			<i>You get the best possible service from Borobudur temple employees</i>	Anda mendapatkan layanan terbaik dari karyawan candi Borobudur	Karyawan Kepulauan Seribu memberikan pelayanan terbaik.

Sumber: Diolah oleh Peneliti (2020)

3.6.4 Satisfaction

Definisi Konseptual: Satisfaction sebagai suatu perasaan emosional yang dirasakan wisatawan dalam memperoleh kesempatan dan pengalaman yang dibandingkan dengan ekspektasi yang diharapkan wisatawan, sikap emosional tersebut berupa kepuasan dan ketidakpuasan atas suatu hal.

Tabel III. 7 Operasionalisasi Variabel Satisfaction

No	Konsep	Dimensi	Indikator Asli	Indikator Terjemahan	Indikator Adaptasi	Sumber
1	<p><i>Satisfaction (Y)</i>, suatu perasaan emosional yang dirasakan wisatawan dalam memperoleh kesempatan dan pengalaman yang dibandingkan dengan ekspektasi yang diharapkan wisatawan, sikap emosional tersebut berupa kepuasan dan ketidakpuasan atas suatu hal (Wibowo <i>et al.</i>, 2016)</p>	-	<i>I have satisfied with my visit to Borobudur temple</i>	Saya puas dengan kunjungan saya ke Candi Borobudur	Kunjungan wisata ke Kepulauan Seribu memuaskan.	Canny dan Hidayat (2012, hal. 9)
2			<i>I have enjoyed my visit to Borobudur temple</i>	Saya menikmati kunjungan saya ke candi Borobudur	Kunjungan wisata ke Kepulauan Seribu dapat dinikmati.	
3			<i>I am positive about revisiting Borobudur temple in</i>	Saya yakin akan mengunjungi kembali Candi Borobudur di	Saya yakin akan mengunjungi kembali wista Kepulauan	

			<i>the future</i>	masa depan	Seribu di masa depan.	
--	--	--	-------------------	------------	-----------------------	--

Sumber: Diolah oleh Peneliti (2020)

3.6.5 *Revisit Intention*

Definisi Konseptual: *Revisit Intention* merupakan sebuah bentuk sikap berdasarkan pengalaman kunjungan sebelumnya terhadap kualitas jasa layanan dan tempat tujuan di negara yang sama.

Tabel III. 8 Operasionalisasi Variabel *Revisit Intention*

No	Konsep	Dimensi	Indikator Asli	Indikator Terjemahan	Indikator Adaptasi	Sumber
1	<i>Revisit Intention</i> (Z), <i>Revisit Intention</i> merupakan sebuah bentuk sikap berdasarkan pengalaman kunjungan sebelumnya terhadap kualitas	-	<i>I have a strong intention to visit this destination</i>	Saya memiliki niat yang kuat untuk mengunjungi destinasi ini	Saya memiliki niat yang kuat untuk mengunjungi wisata Kepulauan Seribu.	Harun <i>et al.</i> , (2018, hal. 552)
2	jasa layanan dan tempat tujuan di negara yang sama (Wibowo <i>et al.</i> , 2016).		<i>I will encourage other to visit</i>	Saya akan mengajak orang lain untuk berkunjung	Saya akan mengajak orang lain untuk mengunjungi wisata Kepulauan	

					Seribu.	
3			<i>I would say positive things about this destination to other people</i>	Saya akan mengatakan hal-hal positif tentang destinasi ini kepada orang lain	Saya akan mengatakan hal-hal positif mengenai wisata Kepulauan Seribu kepada orang lain.	
4			<i>I will visit this destination rather than any other tourism destination</i>	Saya akan mengunjungi tujuan ini daripada tujuan wisata lainnya	Saya akan mengunjungi Kepulauan Seribu daripada wisata lainnya.	
5			<i>I will visit this destination in the next 12 months</i>	Saya akan mengunjungi destinasi ini dalam 12 bulan ke depan	Saya akan mengunjungi wisata Kepulauan Seribu dalam 12 (dua belas) bulan kedepan.	

Sumber: Diolah oleh Peneliti (2020)

3.7 Skala Pengukuran

Skala pengukuran yang digunakan pada kuesioner penelitian ini adalah *Likert-type* skala 6 (Hooker, 2016), Didukung oleh penelitian Garland (1991) dengan menggunakan skala tanpa titik tengah yaitu *Likert-type* skala enam dapat membantu mengurangi bias, tanpa mengubah arah pendapat tetapi tentu saja dapat mengubah intensitas opini yang dimiliki. Sehingga responden terpaksa harus dapat memilih jawaban yang mengarah kepada pilihan negatif ataupun positif.

Berikut nilai – nilai dari skala tersebut yaitu:

Tabel III. 9 Skala Pengukuran

Kriteria Jawaban	Skor	Kode
Sangat Tidak Setuju	1	STS
Tidak Setuju	2	TS
Agak Tidak Setuju	3	ATS
Agak Setuju	4	AS
Setuju	5	S
Sangat Setuju	6	SS

Sumber: Sukardi (2015)

3.8 Teknis Analisis Data

Data hasil penelitian ini diolah dan dianalisis menggunakan software SPSS versi 25 dan SEM yang terdapat pada software AMOS versi 24. Pemilihan penggunaan SEM yaitu karena dinilai lebih akurat, peneliti tidak hanya bisa mengetahui hubungan antar variabel atau konstruk, tetapi juga bisa mengetahui komponen-komponen yang membentuk variabel atau konstruk tersebut juga mengetahui besarnya.

3.8.1 Analisis Deskriptif

Kegunaan analisis deskriptif yaitu untuk menggambarkan keadaan data secara umum. Pada penelitian ini pendekatan analisis deskriptif yang digunakan antara lain dengan penyajian berupa tabel atau grafik. Perhitungan data dengan cara menggunakan frekuensi dan persentase.

3.8.2 Uji Validitas

Uji validitas dapat digunakan untuk memvalidasi kelayakan pertanyaan-pertanyaan yang mendefinisikan variabel-variabel yang diuji. Hair *et al.*, (2010:8) menjelaskan validitas sebagai tingkatan derajat yang mengukur ketelitian mewakili sesuatu yang seharusnya. Validitas merupakan instrumen dalam kuesioner yang bisa digunakan dengan tujuan mengukur perbedaan karakteristik objek, bukan kesalahan sistematis. Sehingga indikator-indikator tersebut bisa menunjukkan karakteristik dari variabel yang digunakan dalam suatu penelitian. Pengujian validitas dilakukan dengan menggunakan uji Pearson. Nilai Pearson akan dianggap valid jika nilai r hitung lebih besar dari r tabel sehingga pernyataan dianggap valid. Begitu pula sebaliknya, jika nilai r hitung lebih kecil dari r tabel maka pernyataan dianggap tidak valid.

3.8.3 Uji Reliabilitas

Menurut Hair *et al.* (2010), uji reliabilitas adalah uji untuk mengetahui sejauh mana variabel yang diamati mengukur nilai “benar” dan “bebas dari kesalahan”, uji reliabilitas adalah kebalikan dari *measurement error*. Untuk pengujian biasanya

menggunakan batasan tertentu seperti 0,6. Reliabilitas kurang dari 0,6 dapat dikatakan kurang baik, sedangkan 0,7 dapat diterima dan 0,8 dapat dikatakan baik (Sekaran & Bougie, 2010).

Uji reliabilitas pada kuesioner dilakukan dengan menggunakan metode *Cronbach Alpha*. Rumus *Cronbach Alpha* menurut Priyatno (2010) adalah:

$$r_{11} = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma^2} \right)$$

Keterangan:

r_{11} : Reliabilitas instrumen

σ_b^2 : Jumlah varians butir

k : Banyaknya butir pertanyaan

σ^2 : Jumlah varians total

Dalam hasil perhitungan reliabilitas dalam pilot study semua variabel yang ada dikatakan reliabel karena hasil perhitungan menyatakan nilai tersebut > 0,60.

3.8.4 Pengujian Hipotesis

Hasil uji hipotesis hubungan antara variabel ditunjukkan dari nilai *standardized total effects* di mana hasil dari analisis data akan menunjukkan seberapa besar pengaruh atau hubungan antar variabel.

Kriteria pengujian dengan memperhatikan t-values antar variabel yang dibandingkan dengan nilai kritisnya (ttabel). Nilai kritis untuk ukuran sampel besar (n

> 30) dengan taraf $\alpha = 0,05$ yaitu sebesar 1,96. Hubungan variabel yang memiliki t-values > 1,96 dapat dikatakan signifikan.

Menurut Sanusi (2011), dalam menggunakan *Structural Equation Modeling* atau SEM, terdapat tiga bagian untuk menentukan sebuah model SEM dapat dikatakan sesuai atau tidak, yaitu:

1. *Absolute Fit Measures*

Absolute Fit Measures adalah ukuran kecocokan model secara keseluruhan (model struktural dan pengukuran) terhadap matriks korelasi dan matriks kovarians.

2. *Incremental Fit Measures*

Incremental fit measures merupakan ukuran kecocokan yang bersifat *relative*, digunakan untuk membandingkan model yang diusulkan dengan model dasar yang digunakan oleh peneliti.

3. *Parsimony Fit Indicates*

Parsimony fit indices membandingkan model yang kompleks dengan model sederhana (parsimoni atau ringkas).

Alat ukur pada absolute fit measures adalah :

1. *Chi-Square*

Chi-Square merupakan alat ukur yang paling mendasar untuk mengukur overall fit. Model yang diuji akan dipandang baik atau memuaskan bila nilai chi-square rendah. Semakin kecil nilai *chi-square* (CMIN) maka semakin baik model itu dan diterima berdasarkan probabilitas (p) dengan cut off value

sebesar $p > 0,05$. Kekurangan dari *Chi-Square* ini adalah sifatnya yang sensitif terhadap besarnya jumlah sampel yang digunakan. Bila jumlah sampel yang digunakan cukup besar yaitu lebih dari 200 sampel, maka nilai *chi-square* akan naik dan berpeluang untuk menolak hipotesis nol. Besar atau kecilnya sampel akan mempengaruhi *chi-square*. Oleh karena itu penggunaan *chi-square* dapat sesuai dan efektif bila ukuran sampel berkisar antara 100 hingga 200.

2. RMSEA (*The Root Mean Square Error of Approximation*)

RMSEA adalah satu alat ukur yang wajib digunakan dalam uji kecocokan model. Indeks ini dapat digunakan untuk mengkompetensi statistik *chi-square* dalam sampel yang besar. Nilai RMSEA dapat dikatakan baik apabila $\leq 0,08$ maka direkomendasikan sebagai pedoman untuk menyatakan model dapat diterima.

3. GFI (*Goodness of Fit Index*)

GFI merupakan nilai yang tidak memiliki acuan signifikansi. Model akan dikatakan fit terhadap data jika berada di rentang nilai antara mendekati 1,0 atau tidak fit yaitu mendekati 0. Diharapkan GFI mendapat nilai diatas 0,90 sehingga dapat dikatakan model sudah fit dengan data.

4. AGFI (*Adjusted Goodness-of-Fit Index*)

Indeks ini merupakan pengembangan dari *Goodness Fit Of Index* (GFI) yang telah disesuaikan dengan *ratio* dari *degree of freedom*. Nilai yang direkomendasikan adalah $AGFI \geq 0,90$ semakin besar nilai AGFI maka

semakin baik kesesuaian yang dimiliki model.

5. CMIN/DF

CMIN/DF dihasilkan dari statistik *chi-square* (CMIN) dibagi dengan *Degree of Freedom* (DF) yang merupakan salah satu indikator untuk mengukur tingkat fit sebuah model. CMIN/DF yang diharapkan adalah sebesar $\leq 2,00$ yang menunjukkan adanya penerimaan dari model.

Ukuran *Incremental fit measures* yang digunakan biasanya yaitu:

6. TLI (*Tucker Lewis Index*)

TLI adalah nilai yang membandingkan model yang sedang diuji dengan baseline modelnya. Nilai TLI $\geq 0,95$ direkomendasikan untuk menerima sebuah model yang diuji.

7. CFI (*Comparative Fit Index*)

Indeks ini tidak dipengaruhi oleh ukuran sampel karena itu sangat baik untuk mengukur tingkat penerimaan sebuah model. Besaran indeks CFI berada pada rentang 0-1, dimana semakin mendekati satu mengindikasikan tingkat penerimaan model yang paling tinggi. Nilai CFI yang diharapkan adalah sebesar $\geq 0,95$. Dalam pengajuan model, indeks TLI dan CFI sangat dianjurkan untuk digunakan karena indeks-indeks ini relatif tidak sensitif terhadap besarnya sampel dan kurang dipengaruhi juga oleh kerumitan model.

Setelah melakukan *Incremental Fit Indicates*, selanjutnya adalah *Parsimonious Fit Measures*, fungsinya adalah untuk melakukan adjustment terhadap pengukuran *fit* untuk dapat diperbandingkan antar model penelitian.

Dengan demikian, indeks-indeks yang dapat digunakan untuk menguji kelayakan sebuah model adalah seperti yang dirangkum pada tabel dibawah ini:

Tabel III. 10 Goodness of Fit Indices

<i>Goodness of Fit Indices</i>	<i>Cut-Off Value</i>
Chi-Square	<i>Diharapkan kecil</i>
Probabilitas	$\geq 0,05$
RMSEA	$\leq 0,08$
GFI	$\geq 0,90$
AGFI	$\geq 0,90$
CMIN/DF	$\leq 2,00$
TLI	$\geq 0,95$
CFI	$\geq 0,95$

Sumber: Anwar Sanusi (2011)