

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Tempat dan Waktu Penelitian**

Lokasi yang dipilih untuk melaksanakan penelitian ini adalah di Jakarta. Penelitian ini mulai dilaksanakan pada bulan Juni – Juli 2021 untuk mengetahui niat wisatawan untuk berkunjung ke Pulau Belitung.

#### **B. Pendekatan Penelitian**

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Untuk mengumpulkan data yang dibutuhkan dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode survei dengan cara menyebarkan kuesioner yang telah tersruktur kepada responden.

Penelitian ini melakukan pengujian hipotesis-hipotesis dan pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Adapun variabel bebas yang ada di penelitian ini yaitu *e-WoM*, *destination image*, dan *tourist motivation*. Sedangkan untuk variabel terikat yaitu *visit intention*. Kemudian variabel intervening dari penelitian ini yaitu *satisfaction*.

#### **C. Populasi dan Sampel**

##### **a. Populasi**

Pada penelitian ini, populasi yang ditunjuk oleh peneliti adalah generasi Z yang berdomisili di JABODETABEK, dan berumur lebih dari atau sama dengan 16 tahun dengan rentang kelahiran tahun 1995 – 2005

b. Sampel

Penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*. Kriteria sampel yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah:

1. Berdomisili di JABODETABEK
2. Merupakan generasi Z yang berumur lebih dari atau sama dengan 16 tahun dengan rentang kelahiran tahun 1995 – 2005
3. Mengetahui tentang wisata Pulau Belitung.

Penelitian ini akan menggunakan sampel yang akan diambil sebanyak minimal 200 responden.

#### D. Penyusunan Instrumen

Pada penelitian ini, peneliti akan menguji lima variabel yaitu *visit intention* sebagai variabel Y, *satisfaction* sebagai variabel Z, kemudian *e-WoM* sebagai variabel X1, *destination image* sebagai variabel X2 dan *tourist motivation* sebagai variabel X3.

1. Variabel *Dependen* (Variabel Y)

Variabel *dependen* dalam penelitian ini adalah *visit intention*. *Visit intention* atau niat berkunjung adalah kemauan wisatawan untuk mengunjungi suatu destinasi tertentu yang dipicu oleh informasi eksternal maupun internal dan mempengaruhi keputusan akhir seseorang untuk berkunjung.

2. Variabel *Intervening* (Variabel Z)

Variabel *intervening* dalam penelitian ini adalah *satisfaction*. *Satisfaction* atau kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa yang didapat oleh wisatawan dengan membandingkan apa yang mereka dapat dengan apa yang mereka harapkan.

3. Variabel *Independen* (Variabel X)

a) *E-WoM*

Variabel independen X1 dalam penelitian ini adalah *e-wom*. *E-wom* adalah sebuah media komunikasi untuk saling berbagi informasi mengenai suatu destinasi wisata, dimana informasi tersebut dapat mempengaruhi wisatawan dalam membuat keputusan.

b) *Destination Image*

Variabel independen X2 dalam penelitian ini adalah *destination image*. *Destination image* atau citra destinasi adalah persepsi atau kesan tentang suatu destinasi yang dipegang oleh wisatawan. Persepsi atau kesan tersebut nantinya dapat mempengaruhi keputusan wisatawan untuk mengunjungi destinasi tersebut.

c) *Tourist Motivation*

Variabel independen X3 dalam penelitian ini adalah *tourist motivation*. *Tourist motivation* adalah pemberi daya penggerak yang menciptakan dorongan kepada wisatawan untuk melakukan kegiatan dan mengunjungi suatu destinasi.

a. Operasionalisasi Variabel

Penelitian ini menggunakan pengukuran dengan indikator yang telah di adaptasi dari penelitian penelitian terdahulu.

**Tabel III. 1 Operasionalisasi Variabel**

Variabel	Indikator Asli	Indikator Adaptasi	Sumber
<i>e-WoM</i>	<i>I often read other tourists' online travel reviews to know what cities make good impressions on others</i>	Saya sering membaca ulasan perjalanan <i>online</i> turis lain untuk mengetahui kota mana yang memberi kesan baik pada orang lain	(Doosti et al., 2016, p. 143)
	<i>To make sure I choose the right tourism city, I often read other tourists' online travel reviews</i>	Untuk memastikan saya memilih kota wisata yang tepat, saya sering membaca ulasan <i>online</i> perjalanan turis lain	
	<i>I often consult other tourists' online travel reviews to help choose an attractive city</i>	Saya sering berkonsultasi dengan ulasan <i>online</i> perjalanan turis lain untuk membantu memilih kota yang menarik	
	<i>I frequently gather information from tourists'</i>	Saya sering mengumpulkan informasi dari ulasan <i>online</i>	

	<i>online travel reviews before I travel to a certain city</i>	perjalanan turis sebelum saya bepergian ke kota tertentu	
	<i>If I don't read tourists' online travel reviews when I travel to a city, I worry about my decision</i>	Jika saya tidak membaca ulasan <i>online</i> perjalanan turis ketika saya bepergian ke suatu kota, saya khawatir dengan keputusan saya	
	<i>When I travel to a city, tourists' online travel reviews make me confident in traveling to the city</i>	Ketika saya bepergian ke suatu kota, ulasan <i>online</i> perjalanan wisatawan membuat saya percaya diri dalam bepergian ke kota	
<i>Destination Image</i>	<i>Cuba has many places of interest to visit</i>	Pulau Belitung memiliki banyak tempat menarik untuk dikunjungi	(Chaulagain et al., 2019, p. 7)
	<i>Cuba is a good place to for the beaches</i>	Pulau Belitung adalah tempat yang bagus untuk ke pantai	
	<i>Cuba has a variety of restaurants</i>	Pulau Belitung memiliki berbagai restoran	
	<i>Cuba has good entertainment activities</i>	Pulau Belitung memiliki aktivitas hiburan yang bagus	
<i>Tourist Motivation</i>	<i>There are just some places that I have always wanted to visit</i>	Ada beberapa tempat yang selalu ingin saya kunjungi	(Fodness, 1994, p. 563)
	<i>Vacation time is a recovery period for us</i>	Waktu liburan merupakan masa pemulihan bagi saya	
	<i>I like going on vacation with good friends</i>	Saya suka pergi liburan dengan teman baik	
	<i>I just like to travel, to go someplace and do something</i>	Saya hanya suka bepergian, pergi ke suatu tempat dan melakukan sesuatu yang membuat saya senang	
<i>Satisfaction</i>	<i>Malioboro is place that can make me satisfied</i>	Pulau Belitung adalah tempat yang bisa membuat saya puas	(Prayogo et al., 2017)
	<i>The information I received about malioboro street makes me satisfied to make a visit</i>	Informasi yang saya terima tentang Pulau Belitung membuat saya puas untuk melakukan kunjungan	(Žabkar et al., 2010)
	<i>I make a visit to malioboro street because it has a satisfaction in seeking information from the internet</i>	Saya berkunjung ke Pulau Belitung karena memiliki kepuasan dalam mencari informasi dari internet	
	<i>I feel pleased that decided to visit the tourist destination</i>	Saya merasa senang memutuskan untuk mengunjungi Pulau Belitung	
	<i>I feel delighted about this destination</i>	Saya merasa senang dengan Pulau Belitung	
<i>Visit Intention</i>	<i>I intend to travel to Cuba in the future</i>	Saya berniat untuk pergi ke Pulau Belitung di masa depan	(Chaulagain et al., 2019, p. 7)
	<i>I predict that I should travel to Cuba in the future</i>	Saya memprediksi saya harus pergi ke Pulau Belitung di masa depan	

<i>I am willing to visit Cuba in the future</i>	Saya bersedia mengunjungi Pulau Belitung di masa depan
---	--

Sumber: Diolah oleh penulis

#### b. Skala Pengukuran

Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala likert. Skala likert dalam penelitian ini digunakan untuk mengukur sikap dan pendapat responden melalui pertanyaan-pertanyaan yang telah disiapkan seputar dengan hal yang berhubungan dengan penelitian ini. Penelitian ini menggunakan skala likert genap yang berjumlah enam skor yang terdiri dari “Sangat tidak setuju” hingga skor “Sangat Setuju”. Skala ini bertujuan agar tidak adanya nilai tengah (*zero point*) pada penelitian ini, hal ini dilandasi juga oleh penelitian yang dilakukan oleh Edward (1969). Adapun nilai-nilai dari tiap skala tersebut adalah:

**Tabel III. 2 Skala Pengukuran**

Alternatif Jawaban	Bobot	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: Diolah oleh penulis

#### E. Teknik Pengumpulan Data

Jenis dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer adalah data yang diperoleh langsung melalui pihak pertama, yang mana dalam penelitian ini adalah responden. Untuk mengumpulkan data, peneliti menggunakan kuesioner yang disebarakan secara daring melalui media sosial Instagram dan Twitter ke para responden, karena kedua media sosial tersebut termasuk kedalam media sosial terpopuler di kalangan generasi Z.

## F. Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode analisis multivariat yaitu *Structural Equation Model (SEM)* dengan perangkat lunak yang digunakan adalah SPSS dan AMOS versi 24 dan 22.

### a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu kuesioner. Instrumen penelitian dikatakan valid apabila alat ukur untuk mendapatkan data itu valid, yaitu dapat mengukur apa yang seharusnya diukur. Hasil penelitian dikatakan valid bila terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada obyek yang diteliti (Malhotra, 2012, p. 318). Untuk dapat melihat korelasi dalam validitas, maka digunakan *factor analysis*. *Factor analysis* yang digunakan dalam penelitian ini adalah *EFA (Exploratory Factor Analysis)* dan *CFA (Confirmation Factor Analysis)*. *EFA* berfungsi sebagai penunjuk faktor-faktor yang dapat menjelaskan korelasi antar variabel, alasan peneliti menggunakan uji *EFA* adalah karena indikator dalam penelitian ini adalah hasil dari adaptasi. Sedangkan *CFA* berfungsi untuk menguji seberapa baik variabel terukur mewakili konstruk.

### b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk memastikan bahwa responden cukup konsisten. Hasil penelitian yang reliabel, apabila terdapat kesamaan data dalam waktu yang berbeda (Malhotra, 2012, p. 317). Penelitian ini menggunakan *cronbach's alpha* ( $\alpha$ ) yang menyatakan bahwa kuesioner reliabel jika memiliki nilai alpha di atas 0,6. Realibilitas kurang dari 0,6 kurang baik, sedangkan 0,7 masih dapat diterima, dan 0,8 – 1 adalah baik.

### c. Uji Hipotesis

Penelitian ini menggunakan metode *Structural Equation Model* dengan perangkat lunak AMOS versi 22. Untuk mengolah dan menganalisis hasil

penelitian, peneliti menggunakan perangkat lunak SPSS versi 24 dan SEM dari paket statistic AMOS versi 22. Peneliti menggunakan perangkat lunak SPSS dan AMOS dikarenakan perangkat lunak tersebut dapat diunduh secara gratis dan mudah dipakai. Selain itu AMOS juga tidak memerlukan bahasa pemrograman, sehingga bagi pemula akan lebih mudah dipelajari dan digunakan.

Menurut Ferdinand (2002), ada beberapa indeks kesesuaian dan *cut off value* untuk menguji apakah sebuah model dapat diterima atau tidak, yaitu:

1. Uji *Chi-square*, dimana model dipandang baik atau memuaskan bila nilai *chi-square* nya rendah. Semakin kecil nilai *chi-square* semakin baik model itu dan nilai signifikansi lebih besar dari *cut off value* ( $p > 0,05$ ).
2. *RMSEA (The Root Mean Square Error of Approximation)*, yang menunjukkan *goodness of fit* yang dapat diharapkan bila model diestimasi dalam populasi. Nilai *RMSEA* yang lebih kecil atau sama dengan 0,08 merupakan indeks untuk dapat diterimanya model yang menunjukkan sebuah *close fit* dari model itu berdasarkan *degrees of freedom*.
3. *GFI (Goodness of Fit Index)* adalah ukuran non statistik yang mempunyai rentang nilai antara 0 (*poor fit*) sampai dengan 1.0 (*perfect fit*). Nilai yang tinggi dalam indeks ini menunjukkan sebuah "*better fit*".
4. *AGFI (Adjusted Goodness of Fit Index)*, dimana tingkat penerimaan yang direkomendasikan adalah bila *AGFI* mempunyai nilai sama dengan atau lebih besar dari 0,90.
5. *CMIN/DF* adalah *The Minimum Sample Discrepancy Function* yang dibagi dengan *Degree of Freedom*. *Chi-square* dibagi *DF*-nya disebut *chi-square* relatif. Bila nilai *chi-square* relatif kurang dari 2.0 atau 3.0 adalah indikasi dari *acceptable fit* antara model dan data.
6. *TLI (Tucker Lewis Index)*, merupakan *incremental index* yang membandingkan sebuah model yang diuji terhadap sebuah *baseline* model, dimana sebuah model  $\geq 0,95$  dan nilai yang mendekati 1 menunjukkan a *verygood fit*.

7. *CFI (Comparative Fit Index)*, dimana bila mendekati 1, mengindikasikan tingkat fit yang paling tinggi. Nilai yang direkomendasikan adalah  $CFI \geq 0,94$ .

Dengan demikian, indeks-indeks yang digunakan untuk menguji kelayakan sebuah model adalah sebagai berikut:

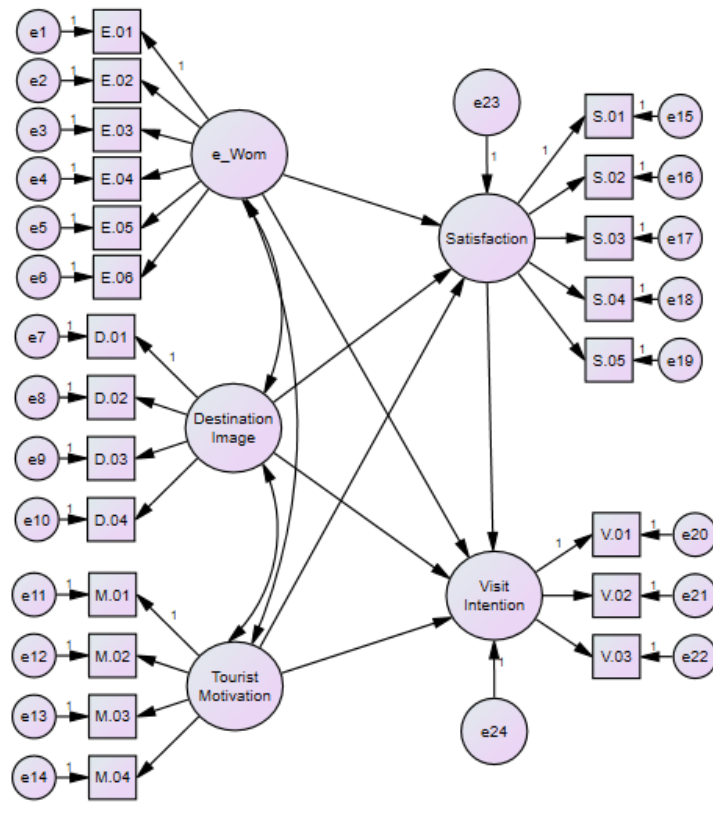
**Tabel III. 3 Goodness of fit indeces**

No	Goodness of Fit Index	Cut off Value
1	<i>Chi-square</i>	Diharapkan kecil
2	<i>Significant Probability</i>	$\geq 0,05$
3	<i>RMSEA</i>	$\leq 0,08$
4	<i>GFI</i>	$\geq 0,90$
5	<i>AGFI</i>	$\geq 0,90$
6	<i>CMIN/DF</i>	$\leq 2,00$
7	<i>TLI</i>	$\geq 0,95$
8	<i>CFI</i>	$\geq 0,94$

Sumber: Diolah oleh penulis



### G. Model SEM



Gambar III. 1 Diagram Konseptual *Full Model*

Sumber: Diolah oleh penulis