

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Tempat dan Waktu Penelitian

Lokasi yang dipilih untuk melakukan penelitian ini adalah di wilayah Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, dan Bekasi atau disebut Jabodetabek. Jabodetabek dipilih karena wilayah tersebut termasuk wilayah urban. Wilayah didasarkan penelitian yang menyatakan bahwa di wilayah urban terdapat sebesar 72,41% penetrasi pengguna internet (APPJII, 2017). Penelitian ini mulai dilaksanakan pada bulan Januari 2022 hingga selesai.

3.2 Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan tujuan untuk menganalisis hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat. Untuk mendukung hal tersebut, peneliti menggunakan metode survei dengan cara menyebarkan kuesioner kepada responden dalam melakukan pengumpulan data. Adapun hipotesis yang diajukan peneliti bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara e-WoM, *destination image*, *attitude toward destination*, *destination trust*, dan *visit intention*.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi yang diambil dalam penelitian ini adalah orang yang berdomisili di daerah Jabodetabek dan berusia minimal 17 tahun. Jenis populasi dalam penelitian ini adalah populasi tak terhingga (*infinite population*) dikarenakan peneliti tidak tau pasti jumlah populasi yang ada.

3.3.2 Sampel

Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*. Adapun kriteria sampel yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah:

- a) Berdomisili di Jabodetabek.
- b) Berusia minimal 17 tahun.
- c) Pernah melihat ulasan Labuan Bajo di internet.
- d) Belum pernah mengunjungi destinasi wisata Labuan Bajo.

Hair *et al.* (2015) mengatakan bahwa jumlah sampel minimal lima kali dari jumlah indikator dalam penelitian. Penelitian ini akan menggunakan sampel yang akan diambil sebanyak minimal 200 responden.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Riset ini memakai data primer. Untuk melakukan pengumpulan data, peneliti menyebarkan kuesioner kepada responden via *online* melalui Instagram dan WhatsApp.

3.5 Operasionalisasi Variabel

Penelitian ini akan menguji lima variabel yaitu *visit intention* sebagai variabel Z, e-WoM sebagai variabel X, dan *destination image* sebagai variabel Y₁, *attitude toward destination* sebagai variabel Y₂, dan *destination trust* sebagai variabel Y₃.

Tabel 3. 1 Operasionalisasi Variabel

Variabel	Indikator Asli	Indikator Adaptasi	Sumber
e-WoM	<i>I often read other medical tourists' online travel reviews to know what destinations make good impressions on others.</i>	Saya sering membaca ulasan perjalanan <i>online</i> dari wisatawan lain untuk mengetahui destinasi apa yang memberi kesan baik pada orang lain.	(Abubakar <i>et al.</i> , 2017, p. 224) (Kristianti & Erdiansyah, 2020, p. 397)

Variabel	Indikator Asli	Indikator Adaptasi	Sumber
	<i>To make sure I choose the right medical destination, I often read other medical tourists' online travel reviews.</i>	Saya sering membaca ulasan perjalanan <i>online</i> dari wisatawan lainnya untuk memastikan saya memilih tujuan destinasi yang tepat.	
	<i>I frequently gather information from tourists' online travel reviews before I travel to a certain medical destination.</i>	Saya sering mengumpulkan informasi dari ulasan perjalanan <i>online</i> wisatawan sebelum saya melakukan perjalanan ke tujuan destinasi tertentu.	
	<i>Review/ ulasan/ komentar/ pendapat yang positif, saya jadikan rujukan untuk mengunjungi wisata kuliner Bogor.</i>	Saya menjadikan <i>Review</i> atau ulasan di internet sebagai rujukan untuk mengunjungi suatu tempat wisata.	
	Saya mendapatkan informasi mengenai variasi makanan dan minuman pada wisata kuliner Bogor secara <i>online</i> .	Saya mendapatkan informasi mengenai destinasi wisata Labuan Bajo secara <i>online</i> .	
Destination Image	<i>Ladakh is an interesting tourist destination.</i>	Saya pikir Labuan Bajo menawarkan tempat-tempat seru dan menarik untuk dikunjungi.	(Pereira <i>et al.</i> , 2019, p. 22)
	<i>I perceived Komodo Island has a Beautiful nature.</i>	Saya pikir Labuan Bajo memiliki pemandangan dan wisata alam yang indah.	(Choirisa <i>et al.</i> , 2021, pp. 53–54)
	<i>I perceived Komodo Island has a Good beaches.</i>	Saya pikir Labuan Bajo memiliki pantai yang bagus.	
	<i>I perceived Komodo Island has Good opportunities for recreation activities.</i>	Saya pikir Labuan Bajo memiliki peluang yang bagus sebagai tempat rekreasi.	
	<i>I perceived Komodo Island has a Relaxing Atmosphere.</i>	Saya pikir Labuan Bajo memiliki suasana yang membuat <i>relax/santai</i> .	
Attitude Toward Destination	<i>Ladakh is a very good place to visit.</i>	Saya pikir Labuan Bajo akan sangat baik sebagai tujuan wisata.	(Pereira <i>et al.</i> , 2019, p. 22)
	<i>Ladakh is very pleasant tourist destination.</i>	Saya pikir sebagai tujuan wisata mengunjungi Labuan Bajo akan sangat menyenangkan.	

Variabel	Indikator Asli	Indikator Adaptasi	Sumber
	<i>Visiting Komodo Island will be meaningful.</i>	Saya pikir mengunjungi Labuan Bajo akan berarti.	(Choirisa <i>et al.</i> , 2021, p. 54)
	<i>Visiting Komodo Island will be worth it.</i>	Saya pikir mengunjungi Labuan Bajo akan layak/sebanding.	
	<i>Visiting Komodo Island will be a wise choice.</i>	Saya pikir mengunjungi Labuan Bajo akan menjadi pilihan yang bijak.	
<i>Destination Trust</i>	<i>Turkish hospitals guarantee satisfaction.</i>	Saya percaya Labuan Bajo akan menjamin kepuasan.	(Abubakar <i>et al.</i> , 2017, p. 224)
	<i>Turkish hospitals would make any effort to satisfy me.</i>	Saya yakin Labuan Bajo akan memuaskan saya.	(Kristianti & Erdiansyah, 2020, p. 397)
	Wisata kuliner Bogor dapat memenuhi harapan saya.	Saya percaya Labuan Bajo dapat memenuhi harapan saya.	
	Wisata kuliner Bogor memberikan pelayanan yang menyenangkan.	Saya percaya Labuan Bajo akan memberikan pelayanan yang menyenangkan.	
	Saya percaya apa yang tersedia pada wisata kuliner Bogor menyenangkan.	Saya percaya apa yang tersedia pada wisata Labuan Bajo akan menyenangkan.	
<i>Visit Intention</i>	<i>I predict I will visit Komodo Island in the future.</i>	Saya menduga saya akan mengunjungi Labuan Bajo di masa depan.	(Choirisa <i>et al.</i> , 2021, p. 54)
	<i>If everything goes as I think, I will plan to visit Komodo Island in the future.</i>	Saya akan berencana untuk mengunjungi Labuan Bajo di masa depan jika semuanya berjalan seperti yang saya pikirkan.	(Kristianti & Erdiansyah, 2020, p. 398)
	Saya memutuskan untuk mengunjungi wisata kuliner Bogor setiap ada kesempatan yang tersedia.	Saya memutuskan untuk mengunjungi Labuan Bajo jika ada kesempatan.	(Leung, 2019, p. 7)
	<i>It is likely that I will visit Orlando in the future.</i>	Saya mungkin akan mengunjungi Labuan Bajo di masa depan.	(Wijaya, 2017, p. 146)
	<i>I hope that I will be able to visit Yogyakarta.</i>	Saya berharap mengunjungi Labuan Bajo di masa depan.	

Sumber: Data Diolah Peneliti (2022)

3.6 Skala Pengukuran

Riset ini akan menggunakan kuesioner dengan skala *likert-type* yang digunakan untuk mengukur tingkat setuju atau kurang setuju responden terhadap pernyataan yang tercantum pada kuesioner. Pada skala ini, responden lebih dimudahkan karena kategorinya memiliki urutan yang jelas, mulai dari “sangat tidak setuju” sampai dengan “sangat setuju”. Skala ini dirasa dapat merepresentasikan jawaban responden, sehingga bias pun akan berkurang (Priyono, 2016). Adapun nilai-nilai dari tiap skala tersebut adalah:

Tabel 3. 2 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: Data Diolah Peneliti (2022)

3.7 Teknik Analisis Data

Dalam riset ini, metode analisis yang digunakan adalah *Structural Equation Modeling* atau biasa disingkat sebagai SEM. Perangkat lunak yang digunakan dalam penelitian ini adalah SPSS dan AMOS versi 24.

3.7.1 Analisis Deskriptif

Dalam riset ini dilakukan analisis data untuk mengdeskripsikan data yang terkumpul tanpa maksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum (Sugiyono, 2017). Tujuan dari analisis deskriptif adalah untuk mengetahui gambaran atau penyebaran data sampel atau populasi.

3.7.1 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu kuesioner yang digunakan. Uji Validitas dimaksudkan untuk mengukur sejauh mana

pertanyaan/pernyataan yang digunakan benar-benar valid dalam penelitian (Darma, 2021).

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 sedangkan CFA berfungsi untuk menguji seberapa baik variabel terukur mewakili suatu konstruk.

3.7.2 Uji Reliabilitas

Menurut Priyono (2016), Uji reliabilitas digunakan untuk memastikan bahwa responden cukup konsisten dan stabil pada hasil yang relatif sama walaupun pengukuran diuji pada waktu yang berbeda. Penelitian ini menggunakan metode *Cronbach's Alpha*. Dimana dalam penelitian ini menyatakan kuesioner reliabel jika memiliki nilai *alpha* di atas 0,6. Realibilitas kurang dari 0,6 dapat dikatakan kurang baik, sedangkan 0,7 masih dapat diterima, dan 0,8 dapat dikatakan baik.

3.7.3 Uji Hipotesis

Penelitian ini menggunakan perangkat lunak SEM (*Structural Equation Modeling*) AMOS versi 24. Peneliti menggunakan perangkat lunak AMOS dikarenakan perangkat lunak tersebut mudah digunakan dan dapat diunduh secara gratis. Menurut Sanusi (2014), ada beberapa kriteria untuk menguji apakah sebuah model dapat diterima atau tidak, yaitu:

- a) *Chi-square*, dimana model yang diuji akan dipandang baik atau memuaskan bila nilai *Chi-square* nya rendah, dan memiliki nilai signifikansi *probability* lebih besar dari *cut off value* ($p \geq 0,05$).
- b) RMSEA (*The Root Mean Square Error of Approximation*), Indeks ini wajib digunakan untuk menguji kecocokan model. Nilai RMSEA $\leq 0,08$ merupakan indeks untuk menyatakan model dapat diterima.

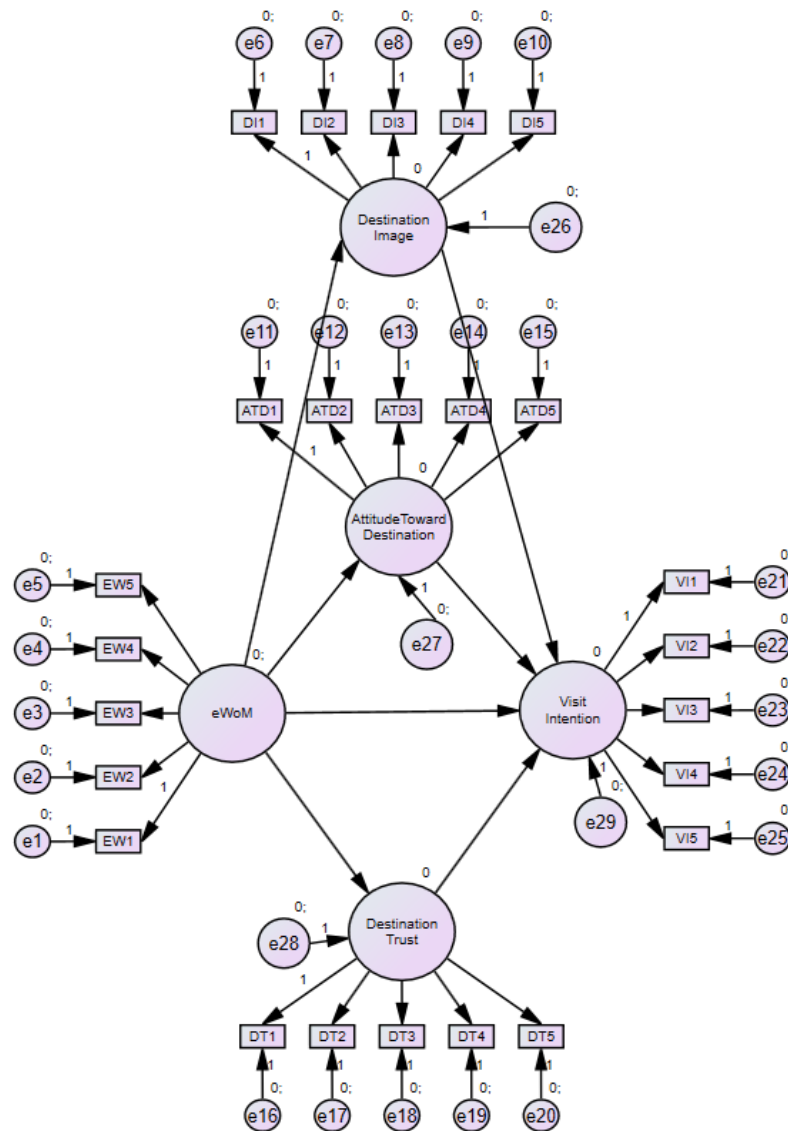
- c) GFI (*Goodness of Fit Index*), Indeks ini menghitung proporsi dari varians dalam matriks kovarians sampel. Nilai yang tinggi dalam indeks ini menunjukkan *fit* yang lebih baik, terestimasikan dengan rentang nilai antara nol hingga satu. Semakin mendekati nilai satu GFI ($\geq 0,90$) maka semakin baik model tersebut.
- d) 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 sama atau $\geq 0,90$.
- e) CMIN/DF, merupakan salah satu indikator untuk mengukur tingkat *fit* sebuah model. Dihasilkan dari statistik *chi-square* dibagi dengan *Degree of Freedom* (DF). Nilai CMIN/DF yang diharapkan adalah $\leq 2,00$ yang menunjukkan model *fit*.
- f) TLI (*Tucker Lewis Index*), adalah nilai yang membandingkan model yang sedang diuji dengan *baseline* model. Nilai yang diharapkan sebagai acuan untuk diterimanya sebuah model adalah sebesar $\geq 0,95$ dan nilai yang mendekati 0,1 menunjukkan *very good fit*.
- g) CFI (*Comparative Fit Index*), Indeks ini tidak dipengaruhi oleh ukuran sampel karena itu sangat baik untuk mengukur tingkat penerimaan sebuah model. Dimana bila mendekati 1, mengindikasi tingkat *fit* yang paling tinggi. Nilai yang direkomendasikan adalah CFI $\geq 0,95$.

Tabel 3. 3 Goodness of Fit Indices

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

Sumber: Data Diolah Peneliti (2022)

3.8 Model SEM



Gambar 3. 1 Diagram Konseptual Full Model

Sumber: Data Diolah Peneliti (2022)