

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Waktu dan Tempat Penelitian

3.1.1 Waktu Penelitian

Penelitian ini diawali penyusunan rancangan penelitian yang tertulis sebagai Bab I, Bab II, dan Bab III pada bulan Januari 2022 hingga Mei 2022, dan dijadwalkan diakhiri pada Bab VI pada bulan Juni hingga Juli 2022 dan Bab V pada bulan November tahun 2022. Pada waktu tersebut, penelitian telah menyelesaikan seluruh agenda perkuliahan sehingga pemilihan waktu ini sangat ideal bagi peneliti guna menjalankan penelitian. Oleh sebab itu penelitian memiliki waktu yang cukup guna menunjang terlaksananya penelitian ini.

3.1.2 Tempat Penelitian

Tempat penelitian ini di Jabodetabek, yaitu wisatawan dengan domisili di Jabodetabek. Pemilihan wilayah Jabodetabek sebagai tempat penelitian dikarenakan Jabodetabek adalah kawasan terpadat di Indonesia selain itu berdasarkan hasil observasi yang diteliti di media social akun Pelita Desa, banyak diantaranya wisatawan dari domisili Jabodetabek. Sehingga hal ini dijadikan acuan peneliti untuk menetapkan wisatawan Jabodetabek sebagai responden penelitian. Pemilihan lingkup wilayah menjadi pertimbangan peneliti agar dapat lebih mudah memaksimalkan dalam proses penelitian nantinya.

Perolehan sampel secara online menggunakan platform *Google Form*. Penelitian menyiapkan pertanyaan kemudian menyebarkan kuesioner kepada pengunjung Desa Wisata Ciseeng (Pelita Desa) melalui Whats App, Twitter, dan Media Social lainnya.

3.2 Desain Penelitian

Desain pada penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif. Metode kuantitatif merupakan ilmu dan seni pengumpulan data, analisis data, dan prosedur (metode) untuk menginterpretasikan hasil analisis untuk memperoleh informasi guna menarik kesimpulan dan mengambil keputusan (Solimun et al., 2017). Penelitian ini menggunakan metode Survei dalam pengumpulan data, yaitu penyebaran kuesioner yang terstruktur dan diberikan kepada responden yang dirancang untuk mendapatkan informasi yang spesifik. Sumber data pada penelitian merupakan sumber data primer dimana peneliti menyebarkan kuesioner berupa pertanyaan yang terstruktur dan sistematis kepada responden dengan tujuan mendapatkan data yang dibutuhkan penelitian.

3.3 Populasi dan Sampel

Populasi dan sampel penelitian:

A. Populasi

Populasi adalah sekumpulan individu atau objek dalam suatu wilayah yang bersifat khas yang menjadi minat penelitian (observasi). Objek penelitian dapat berupa manusia, hewan, tumbuhan, gejala, nilai, pariwisata, sikap hidup, dan sebagainya Nurrahmah et al., pp 35. (2021). Menurut Roflin et al., pp 5-6. (2021) menyampaikan bahwa sebuah objek yang beragam yang

dapat diteliti salah satunya manusia yang menjadi subjek penelitian disebut unit penelitian atau satuan pengamatan (*unit of observation*) dan banyak orang yang menjadi subjek penelitian disebut ukuran populasi atau besar populasi. Sebagai tahap awal dalam mengelola data, peneliti menentukan sasaran populasi yang dituju. Populasi pada penelitian ini ditunjukkan pada seluruh wisatawan yang berdomisili di Jabodetabek yang sudah pernah berkunjung dan memiliki niat untuk mengunjungi kembali ke Desa Wisata Ciseeng Bogor.

B. Sampel

Sampel adalah sebagian dari populasi yang diteliti atau sebagian dari semua karakteristik yang dimiliki populasi tersebut. Tujuan penentuan sampel dalam penelitian adalah untuk mempelajari karakteristik populasi yang tidak memungkinkan bagi peneliti untuk mempelajari populasi tersebut, misalnya karena ukuran populasi, kendala waktu, biaya, atau hambatan lainnya menurut Hidayat, pp 6. (2021). Jumlah sampel yang ditentukan dalam penelitian ini menggunakan teori yang dikembangkan oleh Hair et al. (2009) yang menyatakan bahwa jumlah sampel minimal dengan rumus lima kali (Indikator per variabel). Berdasarkan pernyataan tersebut, peneliti akan mengambil sampel minimal 200.

Purposive sampling dijadikan sebagai teknik pengambilan sampel pada penelitian ini. Menurut pakar Budiarto, pp 27. (2002) teknik pengambilan sampel berdasarkan pertimbangan dengan perwakilan

tertentu orang-orang yang telah berpengalaman sehingga didapatkan sampel yang cukup. Oleh karena itu, sampel pada penelitian ini memiliki kriteria tertentu yang terdiri dari wisatawan yang sudah pernah berkunjung di Desa Wisata Ciseeng (Pelita Desa) minimal dua kali dalam dua tahun terakhir mengunjungi destinasi tersebut, berdomisili di Jabodetabek dengan usia responden minimal 17 tahun.

3.4 Pengembangan Instrumen

Pengembangan instrument terdiri dari empat variabel, yang kemudian menjadi fokus penelitian, yaitu *revisit intention* (Z) sebagai variabel terikat, *destination image* (X1) dan *tourist experience* (X2) sebagai variabel bebas, *tourist satisfaction* (Y) sebagai variabel mediasi. Instrument penelitian untuk mengukur ke empat variabel tersebut dijabarkan sebagai berikut:

3.4.1. *Revisit Intention*

a. Definisi Konseptual

Revisit intention adalah suatu perilaku pasca kunjungan yang memperoleh kepuasan sesuai dengan harapan dan menciptakan wisatawan loyal, kemudian menimbulkan keinginan untuk berkunjung kembali dimasa yang akan datang.

b. Definisi Operasional

Variabel *revisit intention* pada penelitian ini diukur dengan menggunakan indikator, yaitu:

- 1) Minat kunjungan kembali
- 2) Reputasi baik dimata pengunjung

- 3) Citra (*image*)
- 4) *Prioritize place*
- 5) *Information*

c. **Kisi-kisi Instrument**

Kisi-kisi instrument digunakan dalam mengukur dari masing- masing variabel yang kemudian dilakukan pengujian. Hal ini bertujuan sebagai bahan informasi lebih lanjut mengenai butir-butir pertanyaan. Kisi-kisi instrumen variabel *revisit intention* disajikan sebagai berikut:

Tabel 3. 1 Instrumen Variabel Revisit Intention

Sumber	Indikator	Pernyataan Asli	Pernyataan Adaptasi
(Luo et al. 2021)	Minat kunjungan kembali	1. <i>I would like to recommend others to visit the destination</i> 2. <i>Revisiting the destination would be worthwhile</i>	1. Saya ingin merekomendasikan orang lain untuk mengunjungi Desa Wisata Ciseeng 2. Saya ingin mengunjungi kembali Desa Wisata Ciseeng karna bermanfaat
(Ramadhani et al. 2021)	Reputasi baik	3. Reputasi baik di mata pengunjung	3. Saya akan mengunjungi Desa Wisata Ciseeng yang memiliki reputasi baik di mata pelanggan
	Citra (<i>image</i>)	4. Citra (<i>image</i>) kesan kualitas	4. Saya akan mengunjungi Desa wisata Ciseeng yang memiliki citra yang berkualitas
	<i>Prioritize place</i>	5. <i>Be the prioritize place for holidays</i>	5. Desa Wisata Ciseeng akan menjadi destinasi prioritas untuk liburan

(Fernaldi & Sukresna, 2018)	<i>Information</i>	6. <i>Finding latest information about the sites.</i>	6. Saya akan mencari informasi terbaru tentang Desa Wisata Ciseeng sebagai referensi untuk kunjungan kembali.
-----------------------------	--------------------	---	---

Sumber: Data diolah Peneliti, 2022

3.4.2. *Tourist Satisfaction*

a **Desfinisi Konseptual**

Tourist satisfaction adalah acuan wisatawan dalam melakukan kunjungan wisata. Dimana untuk mendapatkan respon memuaskan akan wisatawan dianggap penting bagi setiap industri pariwisata. Karena Timbulnya sebuah kepuasan wisatawan dapat menjadi penilaian evaluatif wisatawan setelah mereka melakukan perjalanan.

b **Definisi Operasional**

Tourist satisfaction diukur menggunakan indikator yaitu: minat (*interest*), memuaskan (*satisfy*), menyenangkan (*pleased*), menikmati (*enjoy*), layanan yang menguntungkan (*favorable services*).

c **Kisi - kisi instrument**

Kisi-kisi instrument digunakan dalam mengukur dari masing- masing variabel yang kemudian dilakukan pengujian. Hal ini bertujuan sebagai bahan informasi lebih lanjut mengenai butir-butir pertanyaan. Kisi-kisi instrument variabel *tourist satisfaction* disajikan sebagai berikut.

Tabel 3. 2 Instrumen Variabel Tourist Satisfaction

Sumber	Indikator	Pertanyaan sumber	Pertanyaan Adaptasi
(Biswas et al. 2020)	Minat (<i>Interest</i>)	1. <i>I have a lot of interests in visiting tourist destinations in Bangladesh</i>	1. Saya memiliki minat yang besar untuk mengunjungi destinasi di Desa Wisata Ciseeng
	Memuaskan (<i>Satisfy</i>)	2. <i>I am satisfied with my visit to the destination</i>	2. Saya puas dengan kunjungan saya ke Desa Wisata Ciseeng
	Menyenangkan (<i>Pleased</i>)	3. <i>I am pleased to have visited some places in Bangladesh</i>	3. Saya senang telah mengunjungi beberapa Wahana di Desa Wisata Ciseeng
	Menikmati (<i>Enjoy</i>)	4. <i>I enjoy when I visit tourist destinations in Bangladesh</i>	4. Saya sangat menikmati ketika saya mengunjungi tempat wisata di Desa Wisata Ciseeng
	Layanan Menguntungkan (<i>Favorable services</i>)	5. <i>The service providers have provided favourable services during my visit</i>	5. Saya mendapatkan pelayanan yang terbaik selama kunjungan wisata di Desa Wisata Ciseeng

Sumber: Data diolah Peneliti, 2022

3.4.3. Destination image

a Definisi konseptual

Destination image adalah citra destinasi yang menjadi faktor utama pendorong sebuah wisatawan untuk menentukan pilihan tujuan wisata. Ada tiga komponen yang dimiliki *destination image*, diantaranya adalah kognitif, afektif, dan konatif. Ketiganya memberikan keterikatan dan respon positif dalam pengambilan keputusan wisatawan.

b Definisi operasional

Indikator untuk mengukur *destination image* menggunakan indikator kognitif adalah evaluasi pengalaman perjalanan, atraksi, lingkungan, dan nilai uang sedangkan citra afektif mencakup aspek emosional yang dialami wisatawan selama kunjungan.

c Kisi - kisi instrument

Kisi-kisi instrument digunakan dalam mengukur dari masing- masing variabel yang kemudian dilakukan pengujian. Hal ini bertujuan sebagai bahan informasi lebih lanjut mengenai butir-butir pertanyaan. Kisi-kisi instrumen variabel *destination image* disajikan sebagai berikut.

Tabel 3. 3 Instrumen Variabel Destination Image

Sumber	Indikator	Pernyataan Sumber	Pernyataan Adaptasi
(Song et al. 2017)	Citra Kongnitif	1. <i>Hainan Province has a great variety of fauna and flora</i>	1. Desa wisata Ciseeng memiliki keanekaragaman fauna dan flora yang beragam.
		2. <i>here are interesting cultural and historical features in Hainan province</i>	2. Desa wisata Ciseeng memiliki fitur budaya yang khas.
		3. <i>Hainan Province has appealing local food</i>	3. Desa Wisata Ciseeng menyajikan makanan khas yang menarik
		4. <i>Hainan Province is a pleasant place</i>	4. Desa Wisata Ciseeng merupakan tempat yang menyenangkan
	Citra Afektif	5. <i>Hainan Province is a relaxing place</i>	5. Desa Wisata Ciseeng merupakan tempat yang cocok untuk bersantai Bersama keluarga
		6. <i>Hainan Province is an arousing place</i>	6. Desa wisata Ciseeng merupakan tempat yang dapat membangkitkan semangat wisatawan

Sumber: Data diolah Peneliti, 2022

3.4.4. *Tourist experience*

a **Destination konseptual**

Tourist experience adalah suatu peristiwa yang dialami atau pengalaman yang dirasakan selama melakukan perjalanan wisatawan, sehingga membuat perjalanan lebih berkesan. *Tourist experience* dianggap menjadi faktor penting yang mampu memberikan pertimbangan keputusan untuk mengunjungi suatu destinasi.

b **Definisi operasional**

Tourist experience diukur menggunakan indikator yaitu: Melarikan diri atau hiburan (*escape*), ketenangan pikiran (*peace of mind*), keunikan (*uniqueness*), staf (*staff*), dan pengetahuan (*learning*).

c **Kisi - kisi instrument**

Kisi-kisi instrument digunakan dalam mengukur dari masing- masing variabel yang kemudian dilakukan pengujian. Hal ini bertujuan sebagai bahan informasi lebih lanjut mengenai butir-butir pertanyaan. Kisi-kisi instrument variabel *tourist experience* disajikan sebagai berikut.

Tabel 3. 4 Instrumen Variabel Tourist Experience

Sumber	Variabel	Pertanyaan Sumber	Pertanyaan Adaptasi
(Suhartanto et al. 2020)	Melarikan diri atau hiburan (<i>escape</i>)	1. <i>I could forget my daily activities</i>	1. Saya dapat melupakan aktivitas sehari-hari saya, dengan melakukan perjalanan wisata di Desa Wisata Ciseeng
	Ketenangan Pikiran (<i>Peace-of-mind</i>)	2. <i>I was comfortable with the activity</i>	2. Saya merasa nyaman dengan aktivitas wisata di Desa Wisata Ciseeng
		3. <i>The location was easy to access</i>	3. Lokasi Desa Wisata Ciseeng tersebut mudah diakses

	4. <i>The environment was clean</i>	4. Lingkungan Desa Wisata Ciseeng tersebut bersih
Keunikan (<i>Uniqueness</i>)	5. <i>I had a unique experience</i>	5. Saya mempunyai pengalaman unik di Desa Wisata Ciseeng
	6. <i>I had a difference experience</i>	6. Saya memiliki pengalaman yang berbeda di Desa Wisata Ciseeng
Staff	7. <i>Staff offered quality of services</i>	7. Staff Desa Wisata Ciseeng memberikan saya kualitas layanan yang baik
Pengetahuan (<i>Learning</i>)	8. <i>Increased my knowledge and skills about the activity</i>	8. Saya dapat meningkatkan pengetahuan dan keterampilan saya melalui aktivitas wisata di Desa Wisata Ciseeng.

Sumber: Data diolah Peneliti, 2022

Instrumen-instrumen ini telah dipaparkan di atas pada penelitian. Ini akan diukur menggunakan skala Likert satu sampai dengan lima poin. Cara mengisinya adalah mengisi setiap pernyataan instrument dengan pilih satu dari lima pilihan jawaban. Setiap pilihan memiliki nilai rentang satu sampai dengan lima sesuai dengan tingkatannya. Penjelasan lebih dijabarkan sebagai berikut.

Tabel 3. 5 Skala Penilaian Instrumen

No	Alternatif Jawaban	Pengukuran
1	Sangat Tidak Setuju (STS)	1
2	Tidak Setuju (TS)	2
3	Ragu-ragu (R)	3
4	Setuju (S)	4
5	Sangat Setuju (SS)	5

Sumber: Pravasanti & Ningsih Suhesti (2019)

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan pengumpulan data primer. Data primer merupakan data yang diperoleh langsung dari sumber-sumber yang dituju Baharuddin et al. (2021). Berdasarkan sumber datanya, penelitian mengambil data data primer. Dikarenakan peneliti mengumpulkan data dengan metode survei melalui beberapa pertanyaan kepada responden

kemudian merespon dengan memberikan jawaban. Kuesioner akan dibuat menggunakan *google form* dengan penyebaran informasi elektronik oleh peneliti kepada responden. Teknik pengumpulan data kuesioner ini menjadi lebih efektif untuk mengukur variabel dan mencari tahu apa yang diharapkan peneliti terkait hasil jawaban responden.

3.6 Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini peneliti menjabarkan beberapa uji analisis yang digunakan dalam penelitian ini, yakni sebagai berikut:

3.6.1 Uji Validitas

Uji validitas adalah pengujian yang berfungsi untuk menentukan suatu alat ukur tersebut valid atau tidak valid. Hal ini dilakukan untuk mengetahui apakah setiap butir pertanyaan yang menjadi indikator layak atau tidak digunakan dalam kuesioner. Peneliti menganalisis data yang terkumpul dengan menggunakan *Exploratory Factor Analysis* (EFA). Jika teknik analisis ini bertujuan untuk menguji validitas pada setiap indikator dalam suatu variabel. Berdasarkan penelitian Hair et al., (2006) nilai *factor loading* kriteria adalah 0.4. Indikator dianggap valid jika nilai *factor loading* melebihi dari 0.4. Pada penelitian ini pengukuran dilakukan dengan bantuan software SPSS (*Statistical Package for the Social Sciences*).

3.6.2 Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas adalah pengukuran indeks yang digunakan untuk menentukan seberapa andal dan dapat dipercaya. Pengukuran yang

dilakukan berdasarkan pertanyaan-pertanyaan variabel yang sudah ditetapkan.

Penelitian ini menguji rebiabilitas dengan menggunakan *software* SPSS (*Statistical Package for the Social Sciences*). Pengujian dilakukan menggunakan *cronbach's alpha* (α) dari masing-masing angket variabel. Uji *cronbach's alpha* (α) dilakukan untuk instrument yang telah memiliki jawaban benar lebih dari satu. Menyatakan bahwa instrument dikatakan reliabel jika koefisien reliabilitas *cronbach's alpha* (α) lebih dari 0.70 ($\alpha > 0.70$) (Streiner, 2003).

3.6.3 Uji Kelayakan Model

Dalam penelitian ini peneliti perangkat lunak AMOS (*Analysis of Moment Structure*) dan teknik SEM (*Structural Equation Modeling*), sebuah alat analisi yang dapat digunakan untuk menguji data penelitian. Menurut Byrne (2009) model persamaan struktural adalah metode analisis statistik yang menggunakan pendekatan struktural untuk memecahkan masalah atau fenomena yang muncul.

Salah satu alasan peneliti memilih *software* AMOS (*Analysis of Moment Structure*) sebagai alat analisis data hasil penelitian. Menurut Waluyo (2016) salah satu keunggulan AMOS adalah dapat melakukan perhitungan yang rumit di SEM yang konon jauh lebih mudah dibandingkan dengan menggunakan perangkat lunak lain. Selain itu, dengan menggunakan data langsung dari berbagai sumber populasi, alat ini dapat menganalisis dan menangani data yang hilang dengan benar.

Indeks yang dapat digunakan untuk menguji kelayakan model dirangkum dalam tabel di bawah ini. Berikut tabel indeks uji kecocokan model dalam SEM (*Structural Equation Modelling*).

Tabel 3. 6 Goodness of Fit Indices

<i>Goodness of fit indices</i>	<i>Cut off value</i>
Chi-square	Diharapkan kecil
Probability level	$\geq 0,05$
RMSEA (<i>The Root Mean Square Error of Approximation</i>)	$\leq 0,08$
GFI (<i>Goodness of Fit Index</i>)	$\geq 0,90$
AGFI (<i>Adjusted Goodness of Fit Index</i>)	$\geq 0,90$
CMIN/DF (<i>The minimum Sample Discrepancy function Divided with degree of Freedom</i>)	$\leq 2,00$
TLI	$\geq 0,95$
CFI (<i>Comparative Fit Index</i>)	$\geq 0,95$

Sumber: Ferdinand (2006)

3.6.4 Uji Hipotesis

Uji Hipotesis pada penelitian ini dilakukan setelah melakukan uji validitas dan uji reliabilitas instrumen penelitian. Dengan menggunakan SEM (*Structural Equation Model*) dan software AMOS guna untuk mengukur secara parsial pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dan mengetahui hipotesis manakah yang diterima atau ditolak dengan asumsi:

H₀: Variabel independen tidak memiliki pengaruh terhadap variabel dependen.

H_i : Variabel independen mempengaruhi terhadap variabel dependen. Untuk mengambil keputusan menerima atau menolak hipotesis, hasil estimasi menggunakan nilai P dengan asumsi:

Jika $P < 0.05$ maka H_0 ditolak dan H_i diterima.

Jika $P > 0.05$ maka H_0 diterima dan H_i ditolak.

Berdasarkan penjelasan tersebut dapat disimpulkan bahwa nilai P menunjukkan signifikansi hipotesis dengan kriteria nilai $C.R$ atau *Critical Ratio* dengan nilai minimal 1.96 jika ada hipotesis yang nilainya melebihi 1.96 maka hipotesis diterima. Namun jika nilai CR lebih rendah dari 1.96 dan nilai P lebih besar dari 0.05 maka hipotesis (Hair et al., 2019).

