

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Waktu dan Tempat Penelitian

3.1.1 Waktu Penelitian

Hal pertama yang dilakukan ialah dengan penyusunan rencana penelitian tertulis berupa Bab I, Bab II, dan Bab III pada bulan Agustus 2022 sampai dengan November 2022 dan diharapkan selesai pada Bab IV pada bulan Desember 2022 sampai dengan Februari 2023 dan Bab V pada bulan April 2023. Saat ini peneliti sudah merampungkan seluruh program akademik, sehingga waktu kali ini sangat efektif dan efisien bagi peneliti untuk melaksanakan penelitiannya.

3.1.2 Tempat Penelitian

Studi dilakukan menggunakan Google Form untuk membuat pertanyaan dan menyebarkan kuisioner dari situs jejaring sosial seperti WhatsApp, Instagram, Twitter, dan Telegram. Fokus penelitian ini adalah individu yang telah mengunjungi Desa Wisata Nglanggeran dan tinggal di wilayah Jabodetabek. Peneliti memilih lingkup wilayah Jabodetabek sebagai tempat penelitian karena wilayah ini dapat lebih mudah untuk diakses peneliti dan memaksimalkan proses olah data penelitian.

3.2 Desain Penelitian

Metode kuantitatif digunakan untuk mendesain penelitian yang merupakan suatu metode induktif, obyektif, dan ilmiah yang mana data yang diperoleh berupa angka (skor) atau pernyataan dicatat dan dianalisis dengan menggunakan analisis statistik. Tujuan metode kuantitatif ialah untuk menggunakan contoh matematika, teori, dan hipotesis tentang fenomena alam (Hermawan, 2019). Alasan peneliti menggunakan metode ini karena data penelitian diperoleh dalam bentuk numerik (skor), dimana data tersebut akan dianalisis untuk mendapatkan hasil untuk sebuah kesimpulan dan pengambilan keputusan. Penelitian survei cenderung melihat data kuantitatif. Misalnya dengan mengumpulkan berbagai penjelasan dari kuesioner dengan variabel yang ada. Selanjutnya data diolah dan dianalisis agar dapat disimpulkan bahwa hasil survei itu sama (Danuri & Maisaroh, 2019). Peneliti menggunakan metode survei untuk memperoleh data mengenai masalah atau variabel yang diteliti.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Ismiyanto dalam Roflin & Liberty (2021) mengemukakan bahwa “populasi adalah keseluruhan subjek atau totalitas subjek penelitian yang dapat berupa orang, benda, suatu hal yang di dalamnya dapat diperoleh dan atau dapat memberikan informasi (data) penelitian”. Pada tahap awal sebelum mengolah data, peneliti akan menentukan secara detail populasi yang akan dijadikan sebagai sasaran pada studi ini. Populasi yang dimaksud ialah seluruh pengunjung yang pernah berkunjung setidaknya dua kali, berusia minimal 17 tahun, serta berdomisili di Jabodetabek.

3.3.2 Sampel

Sampel ialah bagaimana cara peneliti memastikan bahwa sampel yang diambil ini merupakan sampel yang sesuai mencerminkan warga yang menjadi asal (induk/populasi) dari sampel tersebut (Mahsun, 2008).

Teknik yang digunakan adalah *purposive sampling*. Proses ini dikenal sebagai pengambilan sampel penilaian, selektif, dan subjektif, yaitu mencerminkan serangkaian metode pengambilan sampel yang didasarkan pada evaluasi yang dilakukan peneliti dalam pemilihan unit (misalnya, anak-anak), orang, kasus/organisasi, peristiwa, dan data) untuk penelitian.

Sebab itu, sampel penelitian ini mempunyai kriteria tertentu antara lain wisatawan yang pernah mengunjungi Desa Wisata Nglanggeran minimal dua kali, berdomisili di Jabodetabek, dan berusia minimal 17 tahun. Begitu pula dengan banyaknya indikator yang digunakan yaitu variabel *revisit intention* terdapat 6 (enam) indikator, variabel *perceived value* terdapat 6 (enam) indikator, variabel *destination image* terdapat 6 (enam) indikator, variabel *tourist satisfaction* 5 (lima) indikator, sehingga totalnya adalah 115 (23 x 5). Berdasarkan perhitungan tersebut, peneliti akan mengambil sampel sebanyak minimal 115 responden.

3.4 Pengembangan Instrumen

Empat variabel yang akan dipelajari termasuk *revisit intention* (Z) sebagai variabel terikat; *perceived value* (X1) dan *destination image* (X2) sebagai variabel bebas; dan *tourist satisfaction* (Y) sebagai variabel mediasi. Proses yang digunakan untuk mengukur empat variabel yaitu:

3.4.1 Revisit Intention

a. Definisi Konseptual

Revisit intention yaitu bagaimana pengunjung berniat untuk datang kembali lagi ke destinasi wisata yang telah dikunjungi sebelumnya berdasarkan pengalaman yang dirasakan.

b. Definisi Operasional

Penelitian ini mengukur variabel dengan enam indikator, yaitu:

1. Minat berkunjung ulang
2. Memberi rekomendasi kepada orang lain

3. Reputasi objek wisata dimata pengunjung
4. Keinginan tinggal lebih lama
5. Menjadi tempat prioritas untuk liburan
6. Menemukan informasi terbaru tentang tempat wisata tersebut.

c. Kisi-kisi Instrumen

Kisi-kisi instrumen yang digunakan untuk mengukur ditunjukkan di bawah ini:

Tabel 3. 1 Instrumen Variabel *Revisit Intention*

Sumber	Indikator	Indikator Asli	Indikator Adaptasi
(Pai et al., 2020)	1. Minat berkunjung ulang	1. <i>I will revisit Macau.</i>	1. Saya akan mengunjungi kembali Desa Wisata Nglanggeran.
	2. Memberi rekomendasi kepada orang lain	2. <i>I would positively recommend this city to other people.</i>	2. Saya akan secara positif merekomendasikan Desa Wisata Nglanggeran ini kepada orang lain.
	3. Reputasi objek wisata dimata pengunjung	3. <i>Revisiting Macau would be worthwhile.</i>	3. Mengunjungi kembali Desa Wisata Nglanggeran akan bermanfaat.
	4. Keinginan tinggal lebih lama	4. <i>I would like to stay more often in Macau.</i>	4. Saya ingin tinggal lebih lama di Desa Wisata Nglanggeran.
	(Fernaldi & Sukresna, 2018)	5. Menjadi tempat prioritas untuk liburan	5. <i>Be the prioritize place for holiday.</i>

Sumber	Indikator	Indikator Asli	Indikator Adaptasi
	6. Menemukan informasi terbaru tentang tempat wisata tersebut	6. <i>Finding latest information about the sites.</i>	6. Saya akan mencari informasi terbaru tentang Desa Wisata Nglangeran.

Sumber: Data diolah oleh peneliti (2023)

3.4.2 *Perceived Value*

a. Definisi Konseptual

Perceived value merupakan suatu bentuk penilaian yang dirasakan oleh pelanggan atau wisatawan saat memperoleh produk atau jasa yang mereka rasakan. *Perceived value* juga menjadi media evaluasi bagi pelanggan atau wisatawan.

b. Definisi Operasional

Penelitian ini mengukur variabel dengan enam indikator, yaitu:

1. Nilai kualitas (*quality value*)
2. Nilai emosional (*emotional value*)
3. Nilai sosial (*social value*)
4. Nilai kebaruan (*novelty value*)
5. Nilai pengetahuan (*knowledge value*)
6. Nilai ekonomis (*economic value*)

c. Kisi-kisi Instrumen

Kisi-kisi instrumen yang digunakan untuk mengukur ditunjukkan di bawah ini:

Tabel 3. 2 Instrumen Variabel *Perceived Value*

Sumber	Indikator	Indikator Asli	Indikator Adaptasi
(Isa et al., 2018)	1. Nilai kualitas (<i>quality value</i>)	1. <i>The product and services offered at destination I visited was well organized.</i>	1. Produk dan layanan yang ditawarkan di Desa Wisata Nglangeran terorganisir dengan baik.

Sumber	Indikator	Indikator Asli	Indikator Adaptasi
(Ying et al., 2018)	2. Nilai emosional (<i>emotional value</i>)	2. <i>I am comfortable when I used the product and services at tourism destination.</i>	2. Saya merasa nyaman ketika saya menggunakan produk dan layanan di Desa Wisata Nglanggeran.
	3. Nilai sosial (<i>social value</i>)	3. <i>The product and services offered made a good impression on other people.</i>	3. Produk dan layanan yang ditawarkan Desa Wisata Nglanggeran membuat kesan baik bagi orang lain.
	4. Nilai kebaruan (<i>novelty value</i>)	4. <i>My vacation in this destination was different from previous experiences.</i>	4. Liburan saya di Desa Wisata Nglanggeran ini berbeda dengan pengalaman sebelumnya.
(Prebensen & Xie, 2017)	5. Nilai pengetahuan (<i>knowledge value</i>)	5. <i>I felt that I attained a lot of knowledge during my vacation at this destination.</i>	5. Saya merasa bahwa saya memperoleh banyak pengetahuan selama liburan saya di Desa Wisata Nglanggeran ini.
	6. Nilai ekonomis (<i>economic value</i>)	6. <i>The price paid for this experience is reasonable.</i>	6. Harga yang harus dibayar untuk pengalaman di Desa Wisata Nglanggeran ini masuk akal.

Sumber: Data diolah oleh peneliti (2023)

3.4.3 Destination Image

a. Definisi Konseptual

Destination image merupakan suatu persepsi atau kesan yang dimiliki oleh setiap wisatawan pada suatu tempat destinasi. *Destination image* ini berpengaruh dalam proses pengambilan keputusan wisatawan untuk berkunjung lagi atau tidak ke suatu destinasi.

b. Definisi Operasional

Penelitian ini mengukur variabel dengan enam indikator, yaitu:

1. Aksesibilitas (*accessibility*)
2. Variasi dan kualitas akomodasi (*variety and quality of accommodations*)
3. Keragaman budaya (*cultural diversity*)
4. Atraksi budaya dan sejarah (*cultural and historical attractions*)
5. Tingkat layanan umum (*general level of service*)
6. Keeksotisan tempat itu (*exoticness of the place*)

c. Kisi-kisi Instrumen

Kisi-kisi instrumen yang digunakan untuk mengukur ditunjukkan di bawah ini:

Tabel 3. 3 Instrumen Variabel Destination Image

Sumber	Indikator	Indikator Asli	Indikator Adaptasi
(Foroudi et al., 2018)	1. Aksesibilitas (<i>accessibility</i>)	1. <i>This city is accessible.</i>	1. Desa Wisata Nglanggeran ini dapat diakses.
	2. Variasi dan kualitas akomodasi (<i>variety and quality of accommodations</i>)	2. <i>This city has various and quality accommodation.</i>	2. Desa Wisata Nglanggeran ini memiliki akomodasi yang beragam.
			3. Desa Wisata Nglanggeran ini memiliki

Sumber	Indikator	Indikator Asli	Indikator Adaptasi
			akomodasi yang berkualitas.
	3. Keragaman budaya (<i>cultural diversity</i>)	3. <i>This city is culturally diverse.</i>	4. Desa Wisata Nglanggeran ini beragam secara budaya.
	4. Atraksi budaya dan sejarah (<i>cultural and historical attractions</i>)	4. <i>This city offers historical (museums and/or art centers) and cultural events (festivals or concerts) and attractions.</i>	5. Desa Wisata Nglanggeran ini menawarkan sejarah (museum dan/ atau pusat seni) dan acara budaya (festival atau konser) dan atraksi.
	5. Tingkat layanan umum (<i>general level of service</i>)	5. <i>This city offers good service.</i>	6. Desa Wisata Nglanggeran ini menawarkan pelayanan yang baik.
	6. Keeksotisan tempat itu (<i>exoticness of the place</i>)	6. <i>This city has exotic places.</i>	7. Desa Wisata Nglanggeran ini memiliki tempat-tempat eksotis.

Sumber: Data diolah oleh peneliti (2023)

3.4.4 *Tourist Satisfaction*

a. Definisi Konseptual

Tourist satisfaction merupakan perasaan yang dirasakan wisatawan ketika datang ke suatu tempat, baik tempat tersebut sesuai dengan harapannya atau tidak, jika harapan tersebut terpenuhi maka wisatawan akan merasa puas.

b. Definisi Operasional

Penelitian ini mengukur variabel dengan lima indikator, yaitu:

1. *Interest* (minat)
2. *Satisfy* (memuaskan)
3. *Pleased* (menyenangkan)
4. *Enjoy* (menikmati)
5. *Favorable services* (layanan yang menguntungkan)

c. Kisi-kisi Instrumen

Kisi-kisi instrumen yang digunakan untuk mengukur ditunjukkan di bawah ini:

Tabel 3. 4 Instrumen Variabel *Tourist Satisfaction*

Sumber	Indikator	Indikator Asli	Indikator Adaptasi
(Biswas et al., 2020)	1. <i>Interest</i> (minat)	1. <i>I have a lot of interests in visiting tourist destinations in Bangladesh.</i>	1. Saya memiliki banyak minat dalam mengunjungi tujuan wisata di Desa Wisata Nglanggeran.
	2. <i>Favorable services</i> (layanan yang menguntungkan)	2. <i>The service providers have provided favourable services during my visit.</i>	2. Penyedia layanan telah menyediakan layanan yang menguntungkan selama kunjungan saya di Desa Wisata Nglanggeran.
(J. H. Kim, 2018)	3. <i>Satisfy</i> (memuaskan)	3. <i>I am satisfied with this travel experience.</i>	3. Saya puas dengan pengalaman perjalanan di Desa Wisata Nglanggeran ini.
	4. <i>Enjoy</i> (menikmati)	4. <i>I feel enjoyable about this travel experience.</i>	4. Saya menikmati pengalaman perjalanan di Desa Wisata

5. *Pleased*
(menyenangkan)

5. *I feel
pleasant
about this
travel
experience.*

Nglanggeran
ini.

5. Saya merasa
senang dengan
pengalaman
perjalanan di
Desa Wisata
Nglanggeran
ini.

Sumber: Data diolah oleh peneliti (2023)

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Data primer ialah informasi yang dikumpulkan langsung dari responden (Pairingan et al., 2018). Pernyataan tersebut sesuai dengan penelitian kali ini khususnya pada responden yang berdomisili di Jabodetabek dan pernah mengunjungi Desa Wisata Nglanggeran. Peneliti mengumpulkan data langsung dari responden dengan menyebarkan kuesioner. Kuesioner dibuat menggunakan Google Form dan informasinya disebarluaskan secara elektronik kepada responden. Penggunaan kuesioner juga dapat lebih menghemat waktu dan biaya serta memberikan informasi yang lebih lengkap. Kuesioner yang diisi akan diberikan kepada responden merupakan bagian dari sampel kriteria yang harus dipenuhi dan dikembalikan kepada peneliti. Selain itu, peneliti mengukur dengan menggunakan skala Likert. Menurut Bahrin et al. (2017) tujuan dari skala Likert untuk mengukur tingkah laku, persepsi, serta pendapat individu dan kelompok tentang suatu peristiwa. Skala Likert yang digunakan yaitu:

Tabel 3. 5 Skala Penilaian Instrumen

Pilihan	Skala
Sangat Tidak Setuju (STS)	1
Tidak Setuju (TS)	2
Ragu-ragu (R)	3
Setuju (S)	4
Sangat Setuju (SS)	5

Sumber: Sugiyono (2017)

3.6 Teknik Analisis Data

3.6.1 Uji Validitas

Uji validitas adalah penilaian positif yang digunakan untuk memastikan validitas parameter input tertentu. Alat ukur didasarkan pada teori pilihan ganda. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan-pertanyaan dapat dijawab dengan jujur tentang apa yang dapat digunakan terhadap kuesioner tersebut. (Janna & Herianto, 2021). Dengan memeriksa nilai SEM menggunakan *Exploratory Factor Analysis* (EFA) untuk mengukur validitas struktural, seseorang akan mampu memperoleh wawasan tentang nilai pemuatan faktor. Nilai beban faktor yang memiliki tingkat faktor yang tinggi menunjukkan bahwa keduanya konvergen pada suatu titik. Kriteria utamanya adalah *factor loading* signifikan, yang harus dipenuhi jika Anda memiliki 200 sampel yaitu sebesar 0,40 (Hair et al., 2019).

3.6.2 Uji Reliabilitas

Untuk mengetahui seberapa reliabel suatu alat ukur, dapat menggunakan indeks reliabilitas. Pengukuran dilakukan atas dasar variabel pertanyaan yang telah ditentukan. Penelitian ini diuji reliabilitasnya menggunakan SPSS. *Alfa* (α) *cronbach* dari setiap variabel kuesioner digunakan untuk menilai perangkat yang memiliki lebih dari satu tanggapan yang benar. Alat tersebut dianggap reliabel jika koefisien reliabilitas *alfa cronbach* (α) lebih besar dari 0,70 (David L. Streiner, 2003).

3.6.3 Uji Kelayakan Model

Metode SEM yang menggabungkan analisis jalur, digunakan oleh peneliti untuk menguji hipotesis apakah ada atau tidak hubungan timbal balik antara variabel terukur. Menurut Santoso (2018) SEM adalah alat analisis statistik semakin populer akhir-akhir ini. Dari sudut pandang model dan persiapan metode bekerja, pada dasarnya SEM

terdiri dari gabungan analisis faktor dan regresi. Perangkat lunak AMOS digunakan untuk menjalankan uji hipotesis ini.

Salah satu alasan peneliti memilih perangkat lunak AMOS sebagai alat analisis data hasil penelitian adalah selaras dengan pendapat Minto (2016) bahwa keunggulan AMOS dalam hal ini ialah dapat melakukan perhitungan SEM yang rumit, yang dianggap lebih efektif dan efisien daripada menggunakan *software* lainnya. Selanjutnya, AMOS dianggap lebih tepat digunakan untuk pengolahan data dalam jumlah banyak misalnya 200. Adapun menurut Ferdinand (2006), *goodness of fit* yang dapat dijadikan tolak ukur untuk uji kelayakan pada suatu model penelitian. Berikut indikator uji kesesuaian model pada SEM yang dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 3. 6 Goodness of Fit Indices

<i>Goodness of Fit Index</i>	<i>Index Cut of Point</i>
Probabilitas	$\geq 0,05$
RMSEA	$\leq 0,08$
GFI	$\geq 0,90$
AFGI	$\geq 0,90$
CMIN/DF	$\leq 2,00$
TLI	$\geq 0,95$
CFI	$\geq 0,95$

Sumber: Ferdinand (2006a)

3.6.4 Uji Hipotesis

Mencari tahu seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen adalah tujuan dari pemeriksaan hipotesis penelitian ini. Ini dilakukan dengan menggunakan alat AMOS. Setelah verifikasi validitas dan reliabilitas instrumen penelitian selesai, uji hipotesis dapat dilakukan. Menurut nilai P, hipotesis dapat diterima atau ditolak, dengan asumsi bahwa H_0 diterima dan H_a ditolak jika nilai $P < 0,05$. Selain itu, uji kritis dapat dilakukan dengan menggunakan nilai CR

dengan minimal nilai 1,96 sebagai kriteria (Hair et al., 2019). Langkah selanjutnya adalah melakukan analisis statistik untuk menentukan dampak dari berbagai variabel. Setelah menilai validitas dan reliabilitas instrumen penelitian, hipotesis dikembangkan. Menggunakan perangkat lunak SEM dan AMOS untuk mengurangi hubungan antara variabel dependen dan variabel independen.

