

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Waktu dan Tempat Penelitian

3.1.1. Waktu Penelitian

Penelitian ini dimulai dengan menyusun rencana penelitian yang terbagi menjadi tiga bagian utama, yaitu Bab I Pendahuluan, Bab II Kajian Pustaka, dan Bab III Metode Penelitian, dari bulan Februari 2022 hingga Oktober 2022. Kemudian, tahap berikutnya mencakup Analisis Hasil dan Pembahasan (Bab IV) serta Kesimpulan (Bab V), yang dilaksanakan mulai bulan November 2022 hingga Juli 2023. Waktu yang dipilih ini dipertimbangkan sebagai jangka waktu yang optimal untuk melaksanakan penelitian, dengan memperhitungkan kapasitas waktu yang tersedia untuk pelaksanaannya.

3.1.2. Tempat Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan dalam bentuk daring atau *online* dengan memanfaatkan *google form*. Penelitian dilakukan dengan mempersiapkan pernyataan lalu disebarluaskan kuesioner melalui whatsapp, twitter, instagram, dan media sosial lainnya. Dengan kriteria responden mengunjungi Kampung Wisata Taman Sari Yogyakarta sebanyak dua kali atau lebih dari tahun 2019 sampai saat ini (jangka waktu tiga tahun terakhir) dan berusia di antara 18-60 tahun. Peneliti menentukan batasan usia tertentu karena sesuai dengan data penelitian yang dilakukan Yuniati (2018) terkait data usia pengunjung kota Yogyakarta yang telah dijabarkan pada latar belakang penelitian ini, serta peneliti tidak membatasi lingkup wilayah tertentu karena menjadi pertimbangan agar peneliti dapat lebih mudah dan lebih luas untuk memaksimalkan proses penelitian.

3.2. Desain Penelitian

Pendekatan metode kuantitatif merupakan pendekatan metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini. Sugiyono (2017, p. 7) mendefinisikan penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang berakar pada filsafat positivisme, berdasarkan pendekatan ilmiah atau ilmiah karena mengikuti prinsip-prinsip empiris, objektif, terukur, rasional, dan sistematis. Metode ini dimaksudkan untuk menguji hipotesis yang telah diidentifikasi, melibatkan populasi atau sampel tertentu, mengumpulkan data melalui alat pengukuran penelitian, serta melakukan analisis data secara kuantitatif atau statistik. Pilihan peneliti jatuh pada metode penelitian kuantitatif karena penelitian ini fokus pada penggunaan data dalam bentuk angka, yang akan dianalisis menggunakan pendekatan statistik guna menguji hipotesis yang telah dinyatakan.

Ramdhan (2021) juga menggambarkan penelitian kuantitatif merupakan pendekatan terstruktur terhadap kejadian dengan mengumpulkan data yang dapat diukur melalui penerapan teknik, statistik, matematika, atau komputasi. Adapun jenis penelitian kuantitatif sebagai berikut.

1. Penelitian survei, dilakukan guna mendapatkan sebuah fakta maupun data yang ada dilapangan. Tujuan dari penelitian survei ini berguna untuk mendapat informasi yang tepat dan nyata.
2. Penelitian eksperimen, memiliki tujuan untuk mengkaji dampak suatu fenomena khusus terhadap manifestasi dalam suatu perkumpulan tertentu dibandingkan dengan perkumpulan lain yang tunduk pada perlakuan yang berlainan. contoh dari penelitian jenis ini adalah seperti karya ilmiah yang berjudul "Pengaruh X terhadap Y pada Mahasiswa Jurusan Bisnis sebuah Universitas"

Peneliti dalam pengumpulan data menggunakan metode survei. Dalam penelitian ini, peneliti mengadopsi pendekatan survey dengan mengedarkan kuesioner yang berisi pertanyaan terstruktur dan terorganisir kepada partisipan, dengan tujuan untuk mengumpulkan informasi tentang isu yang sedang diselidiki.

Melalui pendekatan ini, peneliti bertujuan untuk mengidentifikasi hubungan antara variabel yang sedang diteliti.

3.3. Populasi dan Sampel

3.3.1. Populasi

Sugiyono (2017:80) memaparkan populasi ialah sekumpulan objek mauapun individu yang memperlihatkan atribut atau ciri khusus, yang peneliti tetapkan sebagai domain umum yang menjadi pusat perhatian dalam studi. Dari populasi inilah peneliti akan mengambil sampel atau subjek untuk dipelajari secara lebih mendalam, dengan tujuan untuk menghasilkan kesimpulan yang lebih umum. Populasi untuk penelitian ini adalah pengunjung atau wisatawan yang sudah pernah melakukan perjalanan wisata ke Kampung Wisata Taman Sari Yogyakarta.

3.3.2. Sampel

Sugiyono (2017, p. 81) mengemukakan sampel merupakan sebagian dari total jumlah dan ciri-ciri yang ada dalam populasi tersebut. Teknik sampel yang digunakan peneliti adalah *purposive sampling*. Penjelasan Sugiyono (2017, p. 218) mengenai *purposive sampling* yaitu sebuah metode pemilihan data sampel dengan mempertimbangkan kriteria atau faktor tertentu. Oleh karena itu, peneliti menentukan sampel dalam penelitian ini adalah wisatawan domestik yang telah mengunjungi Kampung Wisata Taman Sari Yogyakarta sebanyak dua kali atau lebih dari tahun 2019 sampai saat ini (jangka waktu tiga tahun terakhir) dan berusia di antara 18-60 tahun.

Adapun total sampel yang diperhitungkan dalam studi ini berdasarkan dengan penjelasan Hair (2009) apabila jumlah sampel pada suatu penelitian tidak diketahui jumlah populasi pastinya, dapat dihitung minimalnya dengan lima dikalikan dengan jumlah variabel yang dianalisa atau indikator pertanyaan. Maka itu, dilihat dari total indikator yang digunakan adalah variabel *revisit intention* terdapat 5 (lima) indikator, variabel *perceived value* terdapat 8 (delapan) indikator,

variabel *tourist experience* terdapat 9 (sembilan) indikator, variabel *customer satisfaction* terdapat 3 (tiga) indikator, sehingga mendapatkan total 125 (25 x 5). Berdasarkan perhitungan tersebut, peneliti akan mengambil sampel lebih dari 125, yaitu sebanyak 210 responden atau lebih agar dapat mengantisipasi dan lebih memaksimalkan hasil penelitian.

3.4 Instrumen Penelitian

Pengembangan instrument terdiri dari empat variabel yang menjadi fokus penelitian, yaitu *revisit intention* (RI) sebagai variabel terikat, *perceived value* (PV), *tourist experience* (TE) sebagai variabel bebas dan *customer satisfaction* (CS) sebagai variabel mediasi. Instrument penelitian untuk mengukur keempat variabel tersebut diuraikan sebagai berikut:

3.4.1. *Revisit Intention*

a. Definisi konseptual

Dari beberapa sumber yang telah dijelajahi dalam penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa definisi *revisit intention* adalah saat seorang wisatawan menginginkan untuk kembali mengunjungi suatu tujuan wisata yang pernah mereka kunjungi sebelumnya.

b. Definisi operasional

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

1. Minat berkunjung kembali
2. Merekomendasikan kepada orang lain
3. Keinginan tinggal lebih lama
4. Menjadikan tempat prioritas liburan
5. Mencari informasi terbaru

c. Kisi-kisi *instrument*

Kisi-kisi *instrument* digunakan dalam mengukur variabel yang akan di uji cobakan. Kisi-kisi instrumen variabel *Revisit Intention* disajikan

dengan tujuan untuk memberikan informasi mengenai masalah tersebut. Kisi-kisi instrumen variabel *revisit intention* ditampilkan sebagai berikut:

Tabel 3. 1 Instrumen Variabel *Revisit Intention*

Variabel	Pernyataan asli	Pernyataan adaptasi	Sumber
<i>Revisit Intention</i>	<i>Customers will return to visit</i>	Saya akan kembali mengunjungi Kampung Wisata Taman Sari.	(Nugroho et al., 2021)
	<i>Customers recommend other to visit</i>	Saya akan merekomendasikan kepada kerabat yang lain untuk mengunjungi Kampung Wisata Taman Sari.	
	<i>I would like to stay more days in the destination</i>	Saya ingin lebih lama di Kampung Wisata Taman Sari.	(Luo et al., 2021)
	<i>Be the prioritize place for holidays</i>	Kampung Wisata Taman Sari akan menjadi destinasi prioritas untuk liburan.	(Fernaldi & Sukresna, 2018)
	<i>Finding latest information about the sites</i>	Saya mencari informasi terbaru terkait Kampung Wisata Taman Sari.	

3.4.2. *Perceived Value*

a. Definisi konseptual

Dari beberapa sumber yang telah dijelajahi dalam penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa definisi *perceived value* merupakan nilai yang diberikan oleh perusahaan dan dirasakan oleh pelanggan terkait objek wisata, produk ataupun jasa yang ditawarkan yang dapat

mempengaruhi keputusan seseorang untuk melakukan kunjungan kembali di masa yang akan datang.

b. Definisi operasional

Variabel *perceived value* pada penelitian ini diukur menggunakan delapan indikator, yaitu:

1. *Social value*
2. *Altruistic value*
3. *Quality value*
4. *Emotional value*
5. *Price value*
6. *Self-gratification value*
7. *Hedonic value*

c. Kisi-kisi instrument

Kisi-kisi *instrument* digunakan dalam mengukur variabel yang akan di uji cobakan. Kisi-kisi instrumen variabel *perceived value* disajikan dengan tujuan untuk memberikan informasi mengenai masalah tersebut. Kisi-kisi instrumen variabel *perceived value* ditampilkan sebagai berikut:

Tabel 3. 2 Instrumen Variabel *Perceived Value*

Variabel	Pernyataan asli	Pernyataan adaptasi	Sumber
<i>Perceived Value</i>	<i>Staying at this green hotel brand makes a good impression to other people.</i>	Mengunjungi Kampung Wisata Taman Sari memberikan kesan yang baik bagi orang lain.	(Ahn & Kwon, 2020)
	<i>Staying at this green hotel brand has an ethical value for me.</i>	Mengunjungi Kampung Wisata Taman Sari memberikan nilai moral atau etika bagi saya.	

<i>This eco-travel package is well made.</i>	Kampung Wisata Taman Sari dibuat dengan baik.	(Kim & Thapa, 2018)
<i>This eco-travel package is one that I would enjoy.</i>	Kampung Wisata Taman Sari adalah tempat wisata yang akan saya nikmati.	
<i>This eco-travel package is a good product for the price.</i>	Kampung Wisata Taman Sari merupakan tempat wisata yang bagus yang setimpal dengan harganya.	
<i>Staying experience at that hotel helped me to release stress and to relax.</i>	Dengan mengunjungi Kampung Wisata Taman Sari membantu saya melepaskan stress dan membuat rileks.	(El-Adly, 2019)
<i>It was fun to be at that hotel.</i>	Menyenangkan ketika berada di Kampung Wisata Taman Sari.	

3.4.3. *Tourist Experience*

a. Definisi konseptual

Dari beberapa sumber yang telah dijelajahi dalam penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa definisi *tourist Experience* adalah suatu perasaan dan pengetahuan seorang pengunjung atau wisatawan dan didapatkan setelah melakukan kunjungan ke suatu tempat. *Experience* dalam penelitian ini adalah pengalaman wisatawan setelah mengunjungi suatu destinasi wisata. Hal tersebut merupakan salah satu faktor penting yang dapat membuat wisatawan mengunjungi kembali suatu destinasi wisata.

b. Definisi operasional

Variabel *tourist experience* pada penelitian ini diukur menggunakan sembilan indikator, yaitu:

1. *Education*

2. *Entertainment*
3. *Escapism*
4. *Esthetic*
5. *Refreshment*
6. *Novelty*
7. *Involvement*
8. *Local culture*

c. Kisi-kisi instrument

Kisi-kisi *instrument* digunakan dalam mengukur variabel yang akan di uji cobakan. Kisi-kisi instrumen variabel *tourist experience* disajikan dengan tujuan untuk memberikan informasi mengenai masalah tersebut. Kisi-kisi instrumen variabel *tourist experience* ditampilkan sebagai berikut:

Tabel 3. 3 Instrumen Variabel *Tourist Experience*

Variabel	Pernyataan asli	Pernyataan adaptasi	Sumber
<i>Tourist Experience</i>	<i>It stimulated my curiosity to learn new things.</i>	Kampung Wisata Taman Sari merangsang rasa ingin tahu saya untuk mempelajari hal-hal baru.	(Qu, 2017)
	<i>Activities in the theme park were entertaining.</i>	Kegiatan atau aktifitas di Kampung Wisata Taman Sari menghibur.	
	<i>I completely escaped from my daily routine.</i>	Saya benar-benar merasa keluar dari rutinitas harian saya ketika saya mengunjungi Kampung Wisata Taman Sari.	
	<i>The setting of the theme park</i>	Latar Kampung Wisata Taman Sari sangatlah menarik.	

	<i>was very attractive.</i>		
	<i>I felt refreshing</i>	Saya merasa segar kembali ketika mengunjungi Kampung Wisata Taman Sari.	(Luo et al., 2020)
	<i>I felt it was unique</i>	Saya merasa Kampung Wisata Taman Sari unik.	
	<i>I enjoyed activities which I really wanted to do</i>	Saya menikmati semua kegiatan yang sangat ingin saya lakukan di Kampung Wisata Taman Sari.	
	<i>I felt local people in a destination were friendly</i>	Saya merasa penduduk sekitar Kampung Wisata Taman Sari sangat ramah.	

3.4.4. Customer Satisfaction

a. Definisi konseptual

Dari beberapa sumber yang telah dijelajahi dalam penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa definisi *customer satisfaction* adalah suatu perasaan puas atau tidak puas yang didapatkan oleh pelanggan atau pengunjung dan muncul setelah membandingkan persepsi terhadap kesan atau harapan pada suatu objek. Dalam hal ini *customer satisfaction* dapat menjadi faktor penunjang wisatawan untuk melakukan perjalanan kembali setelah mendapatkan kesan yang baik.

b. Definisi operasional

Variabel *customer satisfaction* pada penelitian ini diukur menggunakan lima indikator, yaitu:

1. *Interest* (minat)
2. *Satisfy* (memuaskan)

3. *Pleased* (menyenangkan)
4. *Enjoy* (menikmati)
5. *Favorable services* (layanan yang menguntungkan)

c. **Kisi-kisi instrument**

Kisi-kisi *instrument* digunakan dalam mengukur variabel yang akan di uji cobakan. Kisi-kisi instrumen variabel *customer satisfaction* disajikan dengan tujuan untuk memberikan informasi mengenai masalah tersebut. Kisi-kisi instrumen variabel *customer satisfaction* ditampilkan sebagai berikut:

Tabel 3. 4 Instrumen Variabel *Customer Satisfaction*

Variabel	Pernyataan asli	Pernyataan adaptasi	Sumber
<i>Satisfaction</i>	<i>I have a lot of interests in visiting tourist destinations in Bangladesh</i>	Saya memiliki banyak minat untuk mengunjungi Kampung Wisata Taman Sari.	(Biswas et al., 2020)
	<i>I am satisfied with my visit to the destination</i>	Saya puas dengan kunjungan saya ke Kampung Wisata Taman Sari.	
	<i>I am pleased to have visited some places in Bangladesh</i>	Saya senang telah mengunjungi Kampung Wisata Taman Sari.	
	<i>I enjoy it when I visit tourist destinations in Bangladesh</i>	Saya menikmatinya ketika saya mengunjungi Kampung Wisata Taman Sari.	
	<i>The service providers have provided favourable services during my visit</i>	Saya mendapatkan pelayanan yang menguntungkan selama mengunjungi Kampung Wisata Taman Sari.	

Instrumen-instrumen ini telah dijelaskan sebelumnya dalam penelitian. Pengukuran dilakukan dengan menggunakan skala Likert 1 (satu) sampai 5 (lima) poin. Untuk mengisi setiap pernyataan pada instrumen penelitian ini, responden dapat memilih salah satu jawaban dari 5 opsi yang tersedia. Setiap opsi jawaban diberi nilai 1 (satu) sampai dengan 5 (lima). Berikut keterangan kuesioner penelitian yang digunakan:

Tabel 3. 5 Skala Penilaian Instrumen

Y67- 6	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

3.5. Teknik Pengumpulan Data

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan pengumpulan sumber data primer. Menurut Sugiyono (2018, p. 225) data primer merupakan data yang diperoleh langsung oleh peneliti dari sumber yang relevan atau objek yang sedang diteliti. Sejalan dengan pernyataan tersebut, pada penelitian ini data primer dapat diperoleh dengan menyebarkan kuesioner kepada responden atau wisatawan berdomisili Jabodetabek yang telah melakukan perjalanan wisata ke Kampung Wisata Taman Sari.

Pada studi ini ada teknik pengumpulan data yang dilakukan. Menurut Sugiyono (2017, p. 224) Teknik pengumpulan data memiliki peran yang sangat krusial dalam penelitian, karena memiliki tujuan utama untuk mendapatkan data maupun informasi yang akurat dan relevan. Teknik yang diterapkan adalah survei melalui kuesioner dengan memberikan responden beberapa pertanyaan tertulis terkait Kampung Wisata Taman Sari, kemudian responden memberikan jawaban dari beberapa pertanyaan yang diajukan peneliti. Penggunaan teknik pengumpulan

data melalui kuesioner menjadi lebih efektif dalam mengukur variabel dan mendapatkan hasil jawaban yang diharapkan oleh peneliti. Kuesioner dapat diberikan secara langsung atau dikirim melalui internet. Peneliti akan membuat kuesioner melalui google form dan menyebarkan secara daring kepada responden.

3.6. Teknik Analisis Data

3.6.1. Uji Validitas

Uji validitas merupakan sebuah pengukuran yang menunjukkan tingkat keabsahan pada alat ukur di suatu penelitian. Uji validitas berfungsi untuk melihat suatu alat ukur valid atau tidak valid. Tujuan dilakukannya yaitu untuk mengetahui kelayakan pada setiap butir pertanyaan yang menjadi indikator pada variabel-variabel di dalam kuesioner yang diujikan pada penelitian ini. Peneliti melaksanakan analisis terhadap data yang terkumpul dengan menggunakan *Confirmatory Factor Analysis* (CFA) untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang dapat menjelaskan tingkat korelasi antara berbagai variabel independen yang diamati. Menurut Nasution (2018) *Confirmatory Factor Analysis* (CFA) adalah suatu teknik dimana secara apriori, teori, dan konsep telah diketahui atau ditentukan terlebih dahulu indikator-indikator yang digunakan dan variabel-variabeli mana saja yang masuk ke dalam indikator tersebut. Analisis *Confirmatory Factor Analysis* (CFA) berguna untuk menyempurnakan struktur, model- model teoritis, serta menguji hipotesis. Adapun menurut Alavi et al (2020) *Confirmatory Factor Analysis* (CFA) bertujuan untuk mengkonfirmasi model teoritis menggunakan data empiris. *Software* SPSS digunakan sebagai alat bantu pengukuran yang dilakukan pada studi ini. Pada penelitian ini menggunakan nilai minimum *factor loading* $\geq 0,5$ (Hair et al, 2010). Apabila nilai *factor loading* melebihi atau sama dengan 0,5 maka instrument dianggap valid, sebaliknya apabila nilai *factor loading* kurang dari 0,5 maka instrument dianggap tidak valid.

3.6.2. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas adalah suatu pengukuran yang digunakan untuk mengevaluasi sejauh mana suatu alat pengukur dapat diandalkan dan konsisten. Pengukuran ini dilakukan berdasarkan serangkaian pertanyaan yang telah ditetapkan untuk mewakili variabel yang diamati. Dalam penelitian ini, reliabilitas diuji menggunakan perangkat lunak SPSS versi 25. Pengujian dilakukan menggunakan koefisien *Cronbach alpha* (α) pada setiap angket variabel. Pengujian *Cronbach alpha* (α) dilakukan pada instrumen yang mempunyai lebih dari satu jawaban yang benar. Suatu instrumen dianggap reliabel jika koefisien *Cronbach alpha* (α) melebihi angka 0,70 ($r_i > 0,70$) (Streiner, 2003).

3.6.3. Uji Hipotesis

Penelitian menerapkan teknik SEM (*Structural Equation Modeling*), sebuah alat analisis yang dapat digunakan untuk menguji hipotesis penelitian. Uji hipotesis ini menggunakan perangkat lunak AMOS versi 21 untuk membantu mengelola dan menganalisa data hasil penelitian dengan efektif dan akurat. Metode analisis dengan metode menarik kesimpulan dari sejumlah data yang terkumpul. Menurut Junaidi (2021, pp. 35–36) *software* AMOS dapat memudahkan para penggunanya seperti spesifikasi, pengujian, penafsiran, hasil *confirmatory factor analytic* (CFA) dan *path analytic model* dalam sebuah penelitian. Dengan menggunakan AMOS grafik, para pengguna dapat membangun model penelitian yang sesuai. Adapun Waluyo (2016) menyatakan kelebihan *software* AMOS yaitu mampu melakukan komputasi kompleks dalam SEM yang dianggap lebih sederhana daripada *software* lainnya serta dapat menangani *missing* maupun masalah identifikasi dengan baik.

Berikut tabel indeks-indeks uji kesesuaian model pada SEM (*Structural Equation Modeling*).

Tabel 3. 6 Goodness of Fit Indices

<i>Goodness of Fit Indeks</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, 2006)

