

## BAB III

### METODOLOGI PENELITIAN

#### 3.1 Waktu dan Tempat Penelitian

Lokasi yang dipilih dalam penelitian ini yaitu Kebun Petik *Strawberry* Ciwidey, Jawa Barat dengan objek penelitian yaitu wisatawan yang pernah berkunjung ke Kebun Petik *Strawberry* Ciwidey dalam dua tahun terakhir minimal satu kali. Alasan pemilihan lokasi tersebut karena Ciwidey merupakan salah satu wilayah penghasil *Strawberry* terbesar di Jawa Barat dan juga kebun *Strawberry* merupakan agrowisata yang paling banyak dikunjungi wisatawan (Annur, 2023). Data dari responden akan diperoleh melalui kuesioner yang disebarakan menggunakan platform google *form* secara *online* dan *offline*. Waktu penelitian dilakukan mulai dari bulan September 2023 sampai Januari 2024.

#### 3.2 Desain Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif. Berdasarkan Soegiono dalam Olivia dan Nurfebiaraning (2019) metode kuantitatif diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan filosofi *positivisme*, yang digunakan untuk mempelajari populasi atau sampel tertentu, mengumpulkan data dengan menggunakan instrumen penelitian, mendeskripsikan dan menguji analisis data kuantitatif/statistik hipotesis yang dikembangkan. Metode penelitian kuantitatif diterapkan karena informasi yang dibutuhkan tentang objek dalam penelitian ini merupakan informasi yang dinyatakan dalam angka merupakan hasil dari perhitungan dan tingkat pengaruh *memorable tourism experience* terhadap *electronic word of mouth*, *tourist satisfaction*, dan *destination image* untuk melakukan *revisit intention*.

Pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan metode survei yaitu menyebarkan kuesioner yang telah dibuat oleh peneliti yang akan diberikan kepada responden untuk mendapatkan informasi yang lebih rinci.

Metode survei yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan kuesioner *online* yang dibuat menggunakan website google *form*.

### 3.3 Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini yaitu wisatawan yang berkunjung ke Kebun Petik *Strawberry* Ciwidey. Untuk menentukan sampel pada penelitian ini menggunakan rumus Hair (2010). Rumus Hair yang digunakan adalah  $N = (5 \text{ sampai } 10 \times \text{Jumlah indikator})$  berdasarkan rumus tersebut, maka jumlah sampel minimal pada penelitian ini adalah :

Sampel minimal :  $(39 \times 6) = 234$  responden. Berdasarkan rumus tersebut, maka jumlah sampel minimal dalam penelitian ini adalah 234 responden pengunjung Kebun Petik *Strawberry* Ciwidey.

Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan *non-probability sampling* dengan jenis *purposive sampling*. Karakteristik sampel yang digunakan yaitu :

1. Berusia 17 ke atas.
2. Wisatawan yang pernah berkunjung ke Kebun Petik *Strawberry* Ciwidey dalam dua tahun terakhir (minimal satu kali).

### 3.4 Pengembangan Instrumen

#### 3.4.1 Variabel Independen

Variabel independen atau variabel bebas pada penelitian ini adalah *memorable tourism experience*. *Memorable tourism experience* (MTE) adalah pengalaman yang terjadi selama perjalanan wisata ke suatu tujuan atau lokasi, yang meninggalkan kesan positif dan dapat diingat dengan baik meskipun kejadian tersebut sudah berlalu. Pernyataan kuesioner variabel *memorable tourism experience* yang digunakan dalam penelitian ini dapat dilihat pada Lampiran 1 Kuesioner, halaman 82.

### 3.4.2 Variabel Dependen

Variable dependen atau varibel terikat pada penelitian ini adalah *electronic word of mouth*, *tourist satisfaction*, *destination image*, *revisit intention*.

*Electronic word of mouth* (e-WOM) adalah pandangan atau pernyataan yang dapat berupa positif atau negatif yang berasal dari konsumen saat ini, calon konsumen, atau konsumen sebelumnya tentang produk atau perusahaan. Informasi ini dapat diakses oleh individu atau institusi melalui media internet. Pernyataan kuesioner variabel *electronic word of mouth* (e-WOM) yang digunakan dalam penelitian ini dapat dilihat pada Lampiran 1 Kuesioner, halaman 82.

*Tourist satisfaction* dapat diartikan sebagai tingkat kepuasan seseorang setelah membandingkan kinerja atau pengalaman yang dirasakannya dengan harapannya. Pernyataan kuesioner variabel *tourist satisfaction* yang digunakan dalam penelitian ini dapat dilihat pada Lampiran 1 Kuesioner, halaman 83.

*Destination image* merupakan pandangan atau pemahaman mengenai suatu destinasi dan apa yang dirasakan oleh pengunjung selama berwisata. Pernyataan kuesioner variabel *destination image* yang digunakan dalam penelitian ini dapat dilihat pada Lampiran 1 Kuesioner, halaman 83.

*Revisit intention* merupakan tindakan yang mencakup niat perilaku atau keinginan pelanggan untuk melakukan kunjungan ulang, memberikan rekomendasi positif secara lisan, menghabiskan waktu lebih lama dari yang diperkirakan, dan melakukan pembelian melebihi ekspektasi. Pernyataan kuesioner variabel *revisit intention* yang digunakan dalam penelitian ini dapat dilihat pada Lampiran 1 Kuesioner, halaman 83.

Tabel 3. 1 Pengembangan Instrumen

No	Variabel	Indikator Asli	Indikator Hasil Adaptasi	Sumber
1.	<p><i>Memorable Tourism Experience (X)</i></p> <p>Berdasarkan H. Kim dan Chen (2021) <i>memorable tourism experience</i> adalah peristiwa penting yang terkumpul dalam ingatan wisatawan dan dapat diingat kembali di kemudian hari.</p>	<i>I was thrilled about having a new experience</i>	1. Saya sangat senang memiliki pengalaman baru di Kebun Petik <i>Strawberry</i> Ciwidey.	Rasoolima nesh et al. (2021)
		<i>I experienced something new</i>	2. Saya menemukan sesuatu yang baru di Kebun Petik <i>Strawberry</i> Ciwidey.	
		<i>I had good impressions about the local people</i>	3. Saya memiliki kesan yang baik tentang masyarakat setempat.	
		<i>It was refreshing</i>	4. Kebun Petik <i>Strawberry</i> Ciwidey memiliki udara yang menyegarkan.	
		<i>I did something meaningful</i>	5. Selama berwisata di Kebun Petik <i>Strawberry</i> Ciwidey saya melakukan kegiatan yang bermakna.	
		<i>I was interested in the main activities of this tourism experience</i>	6. Saya tertarik melakukan kegiatan memetik <i>Strawberry</i> pada pengalaman wisata ini.	
		<i>I gained a lot of information during the trip</i>	7. Saya mendapatkan banyak informasi selama berwisata di Kebun Petik <i>Strawberry</i> Ciwidey	
No	Variabel	Indikator Asli	Indikator Hasil Adaptasi	Sumber
2.	<p><i>Electronic Word of Mouth (Y1)</i></p> <p>Electronic word of mouth berdasarkan Moisescu et al. (2022) <i>electronic word of mouth</i> terdiri dari pernyataan positif dan negatif dari pelanggan tentang suatu merek atau perusahaan ketika pernyataan ini disebarkan melalui internet ke berbagai kelompok orang atau orang lain.</p>	<i>I have shared positive comments on my social pages about this hotel.</i>	1. Saya memberikan komentar yang positif di media sosial saya tentang Kebun Petik <i>Strawberry</i> Ciwidey.	Salah et al. (2023)
		<i>I wrote favorable reviews about this hotel on websites and/or travel review websites.</i>	2. Saya menulis ulasan yang positif tentang Kebun Petik <i>Strawberry</i> Ciwidey di situs web ulasan perjalanan.	
		<i>I uploaded photos and/or videos on social media about my hotel experience.</i>	3. Saya mengunggah foto dan video di media sosial tentang pengalaman saya di Kebun Petik <i>Strawberry</i> Ciwidey.	
		<i>The information about products that are shared by my friends on social media is understandable</i>	4. Informasi yang dibagikan di media sosial tentang Kebun Petik <i>Strawberry</i> Ciwidey dapat dimengerti.	Tabassum et al. (2020)
		<i>The information on social media platforms is informative</i>	5. Informasi di platform media sosial informatif.	

		<i>Comments in the review are similar to other reviews.</i>	6. Komentar pengunjung di media sosial memiliki pendapat yang sama.	
No	Variabel	Indikator Asli	Indikator Hasil Adaptasi	Sumber
3.	<i>Tourist Satisfaction</i> (Y2)  Berdasarkan Zulvianti et al. (2022) <i>tourist satisfaction</i> merupakan perasaan kecewa atau senang seseorang akibat adanya perbedaan yang dirasakan terhadap kinerja suatu produk atau jasa.	<i>Attractiveness of the destination.</i>	1. Kebun Petik <i>Strawberry</i> Ciwidey memiliki daya tarik.	Asmelash dan Kumar (2019)
		<i>Hospitability of the local residents.</i>	2. Penduduk di sekitar Kebun Petik <i>Strawberry</i> Ciwidey ramah.	
		<i>Tourism staff treatment of tourists and local residents.</i>	3. Pengelola Kebun Petik <i>Strawberry</i> Ciwidey memperlakukan wisatawan dengan baik.	
		<i>Reasonability of entrance fee to attraction sites.</i>	4. Harga tiket masuk Kebun Petik <i>Strawberry</i> Ciwidey terjangkau.	
		<i>Quality of information offered at attraction sites.</i>	5. Pengelola Kebun Petik <i>Strawberry</i> Ciwidey memberikan informasi dengan jelas.	
		<i>Safety and security of the destination.</i>	6. Saya merasa aman dan nyaman ketika berada di Kebun Petik <i>Strawberry</i> Ciwidey.	
		<i>Accessibility of the destination (in terms of physical distance, price, information).</i>	7. Saya mudah mencari informasi tentang Kebun Petik <i>Strawberry</i> Ciwidey.	
		<i>Accommodation (quality of food and drinks, customer handling, price fairness) in service sectors.</i>	8. Kebun Petik <i>Strawberry</i> Ciwidey menyediakan layanan pelanggan.	
		<i>During Macau tourism experience, I can accomplish the purpose of this travel.</i>	9. Saya merasa telah memenuhi keinginan saya setelah berkunjung ke Kebun Petik <i>Strawberry</i> Ciwidey.	Pai et al. (2020)
		<i>During Macau tourism experience, it is rewarding to me in many ways.</i>	10. Saya mendapatkan banyak manfaat dari berbagai hal setelah berkunjung ke Kebun Petik <i>Strawberry</i> Ciwidey.	
		<i>During Macau tourism experience, my overall evaluation destination experience is positive.</i>	11. Evaluasi keseluruhan saya terhadap pengalaman wisata di Kebun Petik <i>Strawberry</i> Ciwidey adalah positif.	
		<i>Overall, I was satisfied during my trip to Macau.</i>	12. Secara keseluruhan, perjalanan wisata saya ke Kebun Petik <i>Strawberry</i> Ciwidey memuaskan.	
4.	<i>Destination Image</i> (Y3)	<i>The destination has adequate logistics to access</i>	1. Kebun Petik <i>Strawberry</i> Ciwidey memiliki fasilitas	Harrill et al. (2023)

	Berdasarkan Jebbouri et al. (2022) penggambaran destinasi mencakup keyakinan, perasaan, pandangan dan informasi tentang destinasi serta informasi langsung dan tidak langsung yang diperoleh selama perjalanan menuju destinasi, seperti melalui koneksi, saluran terkait perjalanan, dan layanan <i>online</i> .	<i>sighting points or tourist areas.</i>	yang memadai untuk mengakses area wisata.	
<b>No</b>	<b>Variabel</b>	<b>Indikator Asli</b>	<b>Indikator Hasil Adaptasi</b>	<b>Sumber</b>
4.	<i>Destination Image</i> (Y3)	<i>In the destination there is a great variety of tourist activities to carry out</i>	2. Kebun Petik <i>Strawberry</i> Ciwidey memiliki berbagai macam kegiatan wisata yang dapat dilakukan.	Harrill et al. (2023)
		<i>The destination has well-known tourist attractions</i>	3. Kebun Petik <i>Strawberry</i> Ciwidey merupakan tempat wisata yang terkenal.	
		<i>The destination has a good reputation</i>	4. Kebun Petik <i>Strawberry</i> Ciwidey memiliki reputasi yang baik.	
		<i>Transportation in the city is comfortable and convenient</i>	5. Transportasi di wilayah Kebun Petik <i>Strawberry</i> Ciwidey nyaman dan mudah diakses.	
		<i>It is an easily accessible destination</i>	6. Kebun Petik <i>Strawberry</i> Ciwidey adalah destinasi wisata yang mudah diakses.	
		<i>It is a safe destination</i>	7. Kebun Petik <i>Strawberry</i> Ciwidey merupakan tempat wisata yang aman.	
		<i>It is a clean city (its streets are clean and the air quality is good)</i>	8. Kebun Petik <i>Strawberry</i> Ciwidey adalah tempat wisata yang bersih (lokasi bersih dan kualitas udaranya bagus).	
5.	<i>Revisit Intention</i> (Z)  Berdasarkan He dan Luo (2020) <i>revisit intention</i> adalah kesediaan wisatawan untuk mengeksplor kembali suatu	<i>I have an intention to revisit the beach</i>	1. Saya berniat mengeksplor kembali ke Kebun Petik <i>Strawberry</i> Ciwidey.	Hasan et al. (2019)

	destinasi wisata atau membeli produk pariwisata. <i>Revisit Intention (Z)</i>			
No	Variabel	Indikator Asli	Indikator Hasil Adaptasi	Sumber
5.	<i>Revisit Intention (Z)</i>	<i>I am willing to revisit this beach</i>	2. Saya bersedia mengeksplor kembali Kebun Petik <i>Strawberry</i> Ciwidey.	Hasan et al. (2019)
		<i>I am willing to spend time and money to revisit the beach</i>	3. Saya bersedia meluangkan waktu dan uang untuk mengeksplor kembali Kebun Petik <i>Strawberry</i> Ciwidey.	
		<i>It is very likely that I will book the hotel again</i>	4. Kemungkinan besar saya akan mengunjungi Kebun Petik <i>Strawberry</i> Ciwidey lagi.	Sharipudin et al. (2023)
		<i>I will definitely book the hotel in the future</i>	5. Saya pasti akan berkunjung ke Kebun Petik <i>Strawberry</i> Ciwidey di masa depan.	
		<i>I will book the hotel the next time I need an accommodation</i>	6. Saya akan berkunjung ke Kebun Petik <i>Strawberry</i> Ciwidey dilain waktu.	

Sumber: Data diolah Oleh Peneliti (2023)

### 3.5 Skala Pengukuran

Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala pengukuran *likert*. Skala *likert* interval 1-6 terdiri dari kategori sangat tidak setuju, tidak setuju, sedikit tidak setuju, sedikit setuju, setuju, sangat setuju. Skala pengukuran digunakan sebagai acuan dalam menentukan interval yang terdapat pada alat ukur sehingga dapat menghasilkan data kuantitatif. Skala *likert* interval 1-6 terdiri dari kategori sangat tidak setuju, tidak setuju, agak tidak setuju, agak setuju, setuju, sangat setuju (Pimentel, 2019). Skala ini digunakan agar responden tidak memilih jawaban netral karena jawaban netral bisa mempunyai arti ganda, yaitu mereka tidak dapat memutuskan atau tidak dapat menjawab (Mawardi, 2019).

Tabel 3. 2 Skala Pengukuran Skala *Likert* Pilihan 6 (Enam)

Kriteria	Kode
Sangat Tidak Setuju	1
Tidak Setuju	2
Sedikit Tidak Setuju	3
Sedikit Setuju	4
Setuju	5
Sangat Setuju	6

Sumber: Pimentel (2019)

### 3.6 Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini teknik analisis data yang digunakan adalah analisis *multivariant* yaitu *structural equation modelling* (SEM). Perangkat lunak yang digunakan pada penelitian ini yaitu SPSS dan AMOS.

#### 3.6.1. Analisis Deskriptif

Dalam penelitian ini analisis deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan informasi yang dikumpulkan tanpa menarik kesimpulan yang bersifat umum. Analisis deskriptif bertujuan untuk mendeskripsikan individu, peristiwa, atau keadaan dengan mengkaji sebagaimana adanya, variabel tidak dapat dimanipulasi, namun peneliti hanya mendeskripsikan sampel atau variabel saja (Siedlecki, 2020).

#### 3.6.2. Uji Validitas

Dalam penelitian ini, eksplorasi keabsahan digunakan untuk menilai legitimasi atau tidaknya suatu penyelidikan. Pengujian keabsahan disasarkan untuk mengukur sejauh mana pertanyaan atau pernyataan dalam penyelidikan yang sungguh-sungguh sah. (Darma, 2021). Analisis faktor digunakan untuk melihat validitas korelasi. Analisis faktor yang digunakan dalam penelitian ini adalah EFA (*Exploratory Factor Analysis*) dan CFA (*Confirmation Factor Analysis*). EFA mempunyai peran sebagai petunjuk dari faktor-faktor yang sanggup menjelaskan hubungan antar variabel, sementara CFA memiliki tugas untuk menguji seberapa efektif variabel yang diukur mencerminkan konstruksinya.

*Exploratory Factor Analysis* (EFA) membantu peneliti dalam menggali pola hubungan antar variabel dan menentukan struktur

faktorial yang mungkin ada dalam data. Melalui hasil EFA, dapat ditemukan apakah indikator-indikator tersebut saling terkait dan membentuk dimensi atau faktor tunggal, atau apakah ada potensi munculnya dimensi atau faktor baru dari pola hubungan tersebut (Sihombing, 2022).

*Confirmation Factor Analysis* (CFA) untuk menguji dan memvalidasi struktur faktor yang ditemukan melalui EFA. CFA menggunakan model faktorial yang telah diajukan sebelumnya dan mengevaluasi sejauh mana model tersebut sesuai dengan data yang sesungguhnya. Melalui CFA, peneliti dapat memastikan bahwa struktur faktor yang diidentifikasi melalui EFA memiliki tingkat validitas dan reliabilitas yang baik.

Oleh karena itu, *Exploratory Factor Analysis* (EFA) dalam validasi konstruk memegang peran yang krusial dalam memahami struktur faktor yang mendasari indikator yang diukur. Temuan dari EFA dapat memberikan dampak signifikan pada tahapan berikutnya dalam validasi konstruk, terutama dalam merancang model yang akurat dan valid untuk menjelaskan faktor-faktor yang diamati dalam penelitian. Meskipun validasi konstruk dapat dilakukan melalui *Confirmation Factor Analysis* (CFA) saja, hasil EFA memiliki peran penting dalam mengidentifikasi dimensi baru yang mungkin muncul dari indikator yang diukur.

### **3.6.3. Uji Reliabilitas**

Berdasarkan Budiastuti (2022), uji realibilitas dipergunakan guna memperlihatkan bahwa partisipan mempertahankan ketetapan pada tanggapan yang disampaikan mengenai pernyataan dalam lembar pertanyaan, kuesioner dapat disebut andal apabila respon partisipan menunjukkan konsistensi dari masa ke masa. Penelitian ini menggunakan *Cronbach's Alpha*. Makna yang terungkap dalam penelitian ini mengindikasikan bahwa sebuah angket dianggap dapat diandalkan apabila memiliki nilai alfa lebih dari 0,6. Ketepatan kurang

dari 0,6 bisa disebut kurang memuaskan, sementara nilai 0,7 masih dapat diterima dan 0,8 dianggap memuaskan.

#### 3.6.4. Uji Hipotesis

Dalam penelitian ini menggunakan perangkat lunak SEM (*Structural Equation Modeling*) AMOS. Berdasarkan Junaidi (2021) ada beberapa kriteria untuk menguji apakah sebuah model dapat diterima atau tidak, yaitu :

a. *Chi-square*

Dimana model yang diuji dianggap baik atau memuaskan jika nilai *chi-square* kecil dan nilai signifikansi *probability* lebih besar dari nilai *cut off value* ( $p \leq 0,05$ ).

b. RMSEA (*The Root Mean Square Error of Approximation*)

Indeks ini harus digunakan untuk menguji kecocokan model. Nilai RMSEA  $\leq 0,08$  adalah indeks yang dinyatakan model dapat diterima.

c. GFI (*Goodness of Fit Index*)

Indeks ini menghitung proporsi dari varians dalam matriks kovarians sampel. Nilai tinggi dari indeks ini menunjukkan *fit* yang lebih baik, yang dievaluasi dalam kisaran nilai dari nol hingga satu. Semakin mendekati nilai GFI ( $\geq 0,90$ ), maka semakin baik modelnya.

d. AGFI (*Adjusted Goodness of Fit Index*)

Indeks ini dikembangkan dari *GOODness Fit of Index* (GFI) yang disesuaikan dengan ratio dari *degree of freedom*. Nilai yang disarankan adalah sama atau  $\geq 0,90$ .

e. CMIN/DF

Salah satu indikator yang digunakan untuk mengukur tingkat *fit* sebuah model. Dihasilkan oleh statistik *chi-square* dibagi dengan *degree of freedom* (DF). Nilai CMIN/DF yang direkomendasikan adalah  $\leq 2,00$  yang berarti model *fit*.

f. TLI (*Tucker Lewis Index*)

Merupakan nilai yang membandingkan model yang diuji dengan *baseline* model. Nilai yang diharapkan sebagai tolak ukur penerimaan model adalah  $\geq 0,95$ , dan nilai yang mendekati 0,1 menunjukkan *very good fit*.

g. CFI (*Comparative Fit Index*)

Ukuran sampel tidak mempengaruhi indeks ini karena itu sangat baik untuk mengukur tingkat penerimaan sebuah model. Jika mendekati 1, itu menunjukkan *fit* yang paling tinggi. Nilai yang disarankan adalah CFI 0,95.

**Tabel 3. 3 Goodness of Fit Indices**

No	Goodness of Fit Index	Cut off Value
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 oleh peneliti (2023)