

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Agustus sampai dengan September 2023. Tempat untuk menjadi lokasi penelitian adalah objek wisata The Lodge Maribaya yang bertempat di Jalan Maribaya No. 149/252 RT. 03/RW. 15 Babakan, Gentong, Cibodas, Kec. Lembang, kabupaten Bandung Barat, Jawa Barat 40391. Alasan memilih The Lodge Maribaya sebagai tempat penelitian, karena tempat wisata The Lodge Maribaya tersebut menarik untuk diteliti serta membuat salah satu destinasi lokasi wisata yang sering dikunjungi dari destinasi lainnya. Selain itu The Lodge Maribaya juga memiliki kekuatan dalam strategi pemasaran melalui media sosial untuk mendorong minat berkunjung ke The Lodge Maribaya (Suyanto et al., 2023).

3.2 Metode Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian ini, maka bentuk penelitian yang akan dipakai ialah metode penelitian kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif bermaksud guna mengetahui serta menguji hipotesis mengenai beberapa variabel mengenai variabel lainnya yakni variabel independen serta variabel dependen. Metode penelitian kausal ialah sebuah penelitian yang bermaksud guna memahami jalinan diantara sebab akibat dengan adanya variabel bebas (independent) dan variabel terikat (dependen).

Menurut Sugiyono (2021) metode penelitian kuantitatif ialah metode penelitian yang berdasarkan dengan filsafat positif yang dipakai guna mengamati instrument dari penelitian serta menganalisis data yang bersifat kuantitatif serta statistik yang bertujuan guna menguji hipotesis yang sudah

ditentukan. Variabel-variabel tersebut berdasarkan dengan instrumen penelitian akhirnya data yang tersusun atas angka-angka mampu dianalisis sesuai prosedur statistik. Pada penelitian ini peneliti menggunakan metode survei yang dimana peneliti akan membuat kuesioner melalui aplikasi *Google Form* yang akan diberikan kepada responden yang telah melakukan kunjungan ke wisata The Lodge Maribaya dan peneliti juga akan menyebarkan kuesioner tersebut melalui Whatsapp, Twitter dan media sosial Instagram. Dengan adanya strategi online dan platform *sosial media* tersebut akan lebih memudahkan peneliti dalam mendapatkan sampel yang lebih besar.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1. Populasi

Menurut Sugiyono (2021) populasi ialah sebuah daerah generalisasi yang tersusun dari obyek serta subyek yang memiliki karakteristik tertentu yang ditentukan guna dipelajari serta diambil kesimpulannya. Populasi pada penelitian ini mengacu kepada masyarakat dalam negeri atau penduduk lokal yang telah melakukan kunjungan ke objek wisata The Lodge Maribaya.

3.3.2. Sampel

Teknik sampel yang dipakai pada penelitian ini menggunakan teknik *non-probability*. Menurut Sugiyono (2019) *Non-Probability sampling* ialah teknik pemungutan sampel yang tak membagikan peluang serta kesempatan yang seri guna setiap unsur serta anggota dari populasi guna ditunjuk sebagai sampel. Guna menentukan sampel atas penelitian ini memakai rumus Hair. Rumus Hair yang dipakai ialah $(\text{Total indikator} + \text{Total variabel laren}) \times (5 \text{ hingga } 10 \text{ kali})$, akhirnya total sampel pada penelitian ini ialah $(30+5) \times 7 = 245$ responden. Alasan menggunakan 7 karena sampel karena pada rumus hair

minimal sampel yang digunakan adalah 200 sampel agar skor interpretasi dapat diuji menggunakan *Structural Equation Modeling (SEM)*.

Pada penelitian ini pemungutan sampel memakai *purposive sampling* sebanyak 245 responden. *Purposive sampling* ialah mekanisme pemungutan sampel yang memiliki karakteristik tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti dengan adanya tujuan dan pertimbangan (Sugiyono, 2019). Alasan menggunakan teknik *purposive sampling* ini adalah untuk memudahkan peneliti dalam menentukan sampel yang sesuai dengan kriteria yang sudah ditetapkan. Kriteria sampel didalam penelitian ini ialah:

- a) Berusia 17 tahun keatas
- b) Berdomisili pada wilayah Jabodetabek dan Bandung
- c) Responden yang telah melakukan kunjungan ke wisata The Lodge Maribaya

Alasan menggunakan usia 17 tahun sebab pada usia 17 tahun ialah usia yang tergolong dewasa atau remaja awal yang dimana seseorang sudah mempunyai identitas diri (Hurlock, 2022). Selain itu pada usia 17 tahun responden juga dapat lebih memahami mengenai pertanyaan-pertanyaan yang ada atas kuesioner penelitian. Sesuai penelitian yang dilaksanakan Dewi et al., (2021) alasan memilih wilayah Jabodetabek karena masyarakat Jabodetabek memiliki mobilitas yang tinggi untuk berwisata ke daerah Bandung karena selain Bandung sebagai tujuan utama untuk berlibur, Bandung juga terkenal akan keindahan alam yang sejuk dan banyak lokasi wisata yang memikat guna dikunjungi wisatawan Jabodetabek.

3.4 Pengembangan Instrumen

3.4.1 Variabel Bebas (*Independent Variabel*)

Menurut variabel bebas ialah sebuah variabel yang berdampak penyebab perubahan serta timbulnya variabel terikat (*Dependent*

Variabel). *Variabel Independent* didalam penelitian ini ialah *Social Media Marketing Activity (X)*.

3.4.2 Variabel Terikat (*Dependent Variabel*)

Menurut variabel terikat merupakan sebuah variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat karena adanya variabel bebas. *Variabel Dependent* dalam penelitian ini adalah *Revisit Intention (Y)*.

3.4.3 Variabel Mediasi (*Intervening Variabel*)

Menurut *variabel intervening* merupakan sebuah variabel yang menghubungkan antar variabel bebas dengan variabel terikat. *Variabel Intervening* dalam penelitian ini adalah *Destination Image, Customer Satisfaction, dan Customer Experience*.

Tabel 3.1 Operasional Variabel

Variabel	Definisi Operasional	Indikator Asli	Indikator Adaptasi	Sumber
<i>Social Media Marketing Activity (X₁)</i>	merupakan citra dan sebagai alat untuk mempromosikan atau menganalkan suatu produk	<i>I Visited Ranca Upas for fun and entertainment</i>	Saya berkunjung ke The Lodge Maribaya untuk mencari kesenangan dan hiburan.	(Kim & Ko, 2021)
		<i>I Got Information about Ranca Upas through Social Media Instagram</i>	Saya mendapatkan informasi mengenai The Lodge Maribaya melalui media Instagram.	
		<i>Ranca Upas Instagram Account is easy to access</i>	Akun Instagram The Lodge Maribaya mudah untuk diakses.	
		<i>Ranca Upas Instagram Account is Active In Providing Information and Responding to Consumer Responses.</i>	Akun Instagram The Lodge Maribaya aktif dalam memberikan informasi dan merespon tanggapan para konsumen.	
		<i>The information provided on Randa Upas Instagram</i>	Informasi yang diberikan pada akun Instagram The	

		<i>account can be trusted.</i>	Lodge Maribaya dapat dipercaya.	
		<i>The promotion done by Ranca Upas Instagram account is very interesting.</i>	Promosi yang dilakukan oleh akun Instagram The Lodge sangat menarik.	
Destination Image merupakan sebuah kesan atau persepsi dan dapat berdampak mengenai persepsi individu didalam menentukan sebuah destinasi	Destination Image	<i>Mount Bromo has good services and facilities</i>	The Lodge Maribaya memiliki pelayanan dan fasilitas yang baik.	
		<i>Mount Bromo present a comfortable and relax</i>	The Lodge Maribaya menyajikan suasana yang nyaman dan santai.	
		<i>Mount Bromo has a fairly affordable access</i>	The Lodge Maribaya memiliki akses yang cukup terjangkau.	
		<i>Mount Bromo has a variety of tourist spots</i>	The Lodge Maribaya memiliki berbagai macam spot wisata.	(Hidayatullah et al., 2020)
		<i>Mount Bromo has guaranteed security</i>	The Lodge Maribaya memiliki keamanan yang terjamin.	
		<i>Mount Bromo is a tourist spot that has a good reputation.</i>	The Lodge Maribaya merupakan tempat wisata yang memiliki reputasi yang baik.	
		<i>Mount Bromo is a tourist spot worth visiting.</i>	The Lodge Maribaya merupakan tempat wisata yang layak untuk dikunjungi.	
		<i>Bintan Island offers products in the form of interesting rides</i>	The Lodge Maribaya menawarkan produk berupa wahana yang menarik.	
Customer Satisfaction merupakan reaksi atau kesan yang menjadi salah satu tolak ukur dalam sebuah perusahaan	Customer Satisfaction	<i>Bintan Island provides affordable prices for visitors</i>	The Lodge Maribaya memberikan harga yang terjangkau bagi para pengunjung.	(Firmansyah et al., 2022)
		<i>The employees of Bintan Island are very kind and friendly to customers.</i>	Karyawan The Lodge Maribaya sangat baik dan ramah kepada para pengunjung.	
		<i>Bintan Island employees provide an explanation of</i>	Karyawan The Lodge Maribaya memberikan penjelasan mengenai	

	<i>the information needed by visitors.</i>	informasi yang dibutuhkan oleh pengunjung.		
	<i>Bintan Island employees provide a quick response in solving problems for visitors.</i>	Karyawan The Lodge Maribaya memberikan tanggapan yang cepat dalam mengatasi permasalahan pada pengunjung.		
	<i>I am satisfied visiting ng to Bintan Island tour</i>	Saya puas berkunjung ke wisata The Lodge Maribaya.		
	<i>Saung Angklung Udjo provides the best service to its visitors</i>	Lokasi pada wisata The Lodge Maribaya sangat bersih dan nyaman.		
	<i>Security at Saung Angklung Udjo tour is guaranteed</i>	Wahana pada objek wisata The Lodge Maribaya dapat dinikmati oleh semua pengunjung.		
<i>Customer Experience</i> merupakan sebuah sensasi atau interaksi yang terjadi mengikat, dan tidak dapat dilupakan dengan pengalaman	<i>Employees at Saung Angklung Udjo have good communication to visitors</i>	Terdapat literatur tentang informasi lokasi wisata baik dalam cetak maupun non cetak.	(Malau et al., 2020)	
	<i>The price of lodging Saung Angklung Udjo is very affordable</i>	Karyawan di The Lodge Maribaya memiliki kemampuan berkomunikasi yang baik kepada para pengunjung.		
	<i>I feel satisfied with the communication that occurs between employees and visitors.</i>	Saya merasa puas dengan komunikasi yang terjadi antara karyawan dengan pengunjung.		
	<i>I have a new experience when traveling to Saung Angklung Udjo</i>	Saya memiliki pengalaman baru ketika berkunjung ke wisata The Lodge Maribaya		
	<i>Revisit Intention</i>	<i>I would choose Dusun Bambu as my next vacation destination.</i>	Saya akan memilih The Lodge Maribaya sebagai tujuan liburan berikutnya.	
<i>Revisit Intention</i> merupakan keinginan konsumen untuk melakukan kunjungan kembali ke tempat yang sama setelah melakukan		<i>I will recommend Dusun Bambu to my closest people.</i>	Saya akan merekomendasikan The Lodge Maribaya kepada orang terdekat.	(Nursyamsi ah & Setiawan, 2023)
		<i>I will give positive things about Dusun Bambu tourist attraction to others.</i>	Saya akan memberikan hal-hal positif mengenai objek wisata The Lodge Maribaya kepada orang lain.	

kunjungan atau pembelian	<i>I will visit Dusun Bambu again in the near future.</i>	Saya akan berkunjung kembali ke objek wisata The Lodge Maribaya dalam waktu dekat.
	<i>I will have the intention to visit The Lodge Maribaya again.</i>	Saya akan memiliki niat untuk berkunjung kembali ke objek wisata The Lodge Maribaya.
	<i>I will return to The Lodge Maribaya because the tour is very interesting</i>	Saya akan kembali ke wisata The Lodge Maribaya karena wisata tersebut sangat menarik.

Sumber: Data diolah Peneliti (2023)

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini dengan menggunakan data primer serta data sekunder. Data primer ialah sebuah data yang didapatkan, diamati, dan dicatat oleh peneliti secara langsung dari objek penelitiannya. Data Primer dilaksanakan atas melakukan survey serta membagikan kuesioner guna responden secara langsung atas objek penelitian yakni pelancong yang pernah datang ke The Lodge Maribaya.

Pengumpulan pada penelitian ini pun memakai data sekunder yakni memakai jurnal dari penelitian terdahulu yang bersumber dari penelitian sebelumnya atau sebuah gambaran umum dari objek penelitian. Tujuan dari pengumpulan data ini adalah untuk mempermudah peneliti dalam mencari informasi terkait penelitian yang akan di uji. Kuesioner yang dibagikan guna responden berupa pertanyaan mengenai variabel-variabel penelitian yang sedang diteliti yaitu mengenai *Social Media Marketing Activity, Destination Image, Customer Satisfaction, Customer Experiences, serta Revisit Intention.*

3.5.1 Skala Pengukuran

Penelitian ini menggunakan Skala Likert guna skala pengukuran dalam penelitian kuesioner. Skala Likert ialah mekanisme guna menguji sikap mengenai mengutarakan setuju serta tidak setujunya mengenai subjek serta

objek. Tujuan adanya skala likert ini ialah guna menjauhi balasan netral atas para responden.

Tabel 3.2 Skala Likert-Type

Jawaban	Skor
Sangat Tidak Setuju	1
Tidak Setuju	2
Sedikit Tidak Setuju	3
Sedikit Setuju	4
Setuju	5
Sangat Setuju	6

Sumber: Data diperoleh jurnal (2023)

Alasan peneliti memakai *skala likert 6 point* ialah guna memudahkan responden didalam menjawab pertanyaan yang ada atas kuesioner tersebut dan tidak memiliki nilai tengah atau *zero point*. Menurut Chomeya (2022) *skala likert 6 point* cenderung menghasilkan nilai reliabilitas dengan koefisien *cronbach alpha* yang lebih tinggi dari *skala likert 5 point*, sehingga penggunaanya dalam penelitian ini akan sangat baik.

3.6 Teknik Analisis Data

Pada penelitian ini memakai indikator analisis *Structural Equation Modelling* (SEM). Sesuai Sugiarti et al. (2021) *Structural Equation Modelling* (SEM) ialah sebuah Teknik yang dipakai guna memeriksa model yang biasanya terdapat bentuk model-model karena adanya sebab serta akibat. *Structural Equation Modelling* (SEM) ialah suatu analisis multivariat yang umum serta bermanfaat yakni versi-versi istimewa didalam total metode analisisnya. Sesuai Minto (2022) analisis multivariat selaku umum mampu dipecah menjadi dua kelompok yakni:

- a) *Dependence Method* merupakan multivariat yang ada variabel terikat (*dependent variabel*) serta variabel lainnya guna variabel bebas (*independent variabel*).

b) *Interpendence Method* merupakan multivariat yang dimana seluruh variabel dianalisis selaku simultan serta tak ada variabel bebas serta terikat.

Data akan akan dianalisis memakai *Structural Equation Modelling* (SEM) yang diolah lewat *Program Analysis of Moment Structur* (AMOS) serta SPSS versi 25 untuk mengolah data yang sudah didapatkan pada kuesioner yang telah diperoleh. Alasan menggunakan perangkat lunak AMOS dan SPSS untuk membantu peneliti dalam proses perhitungan, analisis data menjadi lebih sederhana, memiliki banyak fitur untuk mempermudah penelitian dan memperoleh hasil yang akurat guna memandang jalinan diantara variabel satu mengenai variabel lainnya. Berikut langkah-langkah yang dilaksanakan didalam menganalisis data:

3.6.1 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif ialah indikator yang dipakai guna analisis data mengenai mendeskripsikan serta menggambarkan suatu data yang sudah terkumpul lewat adanya tanpa bermaksud guna membikin suatu kesimpulan yang berjalan guna umum serta generalisasi (Sugiyono, 2019). Pada analisis deskriptif data akan ditampilkan dalam bentuk Tabel biasa, grafik, diagram ataupun Tabel frekuensi.

3.6.2 Uji Validitas

Uji validitas ialah sebuah alat guna menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur mampu mengukur suatu variabel yang akan diukur. Uji validitas ialah alat yang dipakai guna memperkirakan valid serta tidak validnya suatu data pada kuesioner (Ghozali, 2018). Validitas ialah suatu alat ukur yang diuji atas menghitung korelasi diantara nilai yang diperoleh pada setiap butir pertanyaan mengenai keseluruhannya yang didapatkan atas alat ukur itu serta pertanyaan-pertanyaan yang ada dalam kuesioner. Suatu instrument akan dikatakan valid dengan

mempunyai validitas yang tinggi dan kebalikannya bila instrument tersebut kian valid sehingga mempunyai validitas yang rendah.

Pada penelitian guna memandang hasil atas korelasi serta jalinan atas satu variabel mengenai variabel lainnya dalam uji validitas memakai *Factor Analysis*. *Factor Analysis* ialah suatu metode multivariat yang dipakai guna menganalisis variabel-variabel yang mempunyai keterlibatan satu dengan yang lainnya. Ada dua *Factor Analysis* yang dipakai atas penelitian ini, yakni

- a) *Exploratory Factor Analysis* (EFA) merupakan suatu metode analisis indikator yang guna mendirikan sebuah model struktur yang tersusun atas satu serta banyaknya variabel. *Exploratory Factor Analysis* (EFA) dipakai pada kondisi peneliti tak mempunyai sebuah informasi awal serta hipotesis yang mestinya disatukan kedalam variabel mana saja dengan indikator yang sudah dibikin.
- b) *Confirmatory Factor Analysis* (CFA) merupakan sebuah alat guna mengevaluasi indikator yang telah digolongkan mengenai variabel latennya serta konsisten dalam terletak pada konstruknya atau tidaknya.

Tujuan pemakaian *Exploratory Factor Analysis* (EFA) serta *Confirmatory Factor Analysis* (CFA) ialah guna mengukur variabel laten yang mempunyai indikator yang belum jelas, memvalidasi dimensi yang dihipotesiskan, dan menguji indikator yang telah digabungkan mengenai variabel latennya konsisten terletak atas konstruknya serta yang sejalan dengan hipotesis yang telah ditentukan.

3.6.3 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas ialah kelangsungan uji atas uji validitas yang dimana saat uji reliabilitas ini dipakai guna memahami konsistensi alat ukur dari penggunaan kuesioner, yang maksudnya guna menilai apakah pengukuran yang dipakai selalu konsisten bila pengukuran tersebut dicoba lagi. Uji reliabilitas ialah alat guna mengukur kuesioner yang ialah suatu penanda atas variabel serta konstruk (Ghozali, 2018).

Suatu kuesioner akan terbilang reliabel bila balasan atas seseorang mengenai pertanyaan yang diberikan ialah konsisten serta stabil. Metode yang kerap dipakai pada penelitian guna pada penelitian guna mengukur skala liketr 1-6 ialah *Cronbach's Alpha*. Kalau suatu kuesioner dari varibel kian besar atas 0,6 kemudian pernyataan didalam instrument ialah reliabel. Dasar pada pengambilan keputusannya jika *Cronbach's Alpha* $>0,6$ kemudian reliabel serta apabila *Cronbach's Alpha* $< 0,6$ kemudian tak reliabel.

3.6.4 Uji Hipotesis

Dalam penelitian ini memakai indicator *Structural Equation Modelling* (SEM) memakai *Program Analysis of Moment Structur* (AMOS). Menurut Sugiarti et al. (2021) SEM merupakan suatu indikator statistik yang berperilaku cross sectional, linear serta umum. SEM ialah suatu analisis yang menggabungkan analisis faktor (*factor analysis*), analisis jalur (*path analisis*) serta regresi (*regression*). Berbagai macam indicator yang dilaksanakan guna mengevaluasi model pada SEM untuk mengetahui pantas serta tidaknya. Berikut indicator untuk menguji kemiripan sesuai *fit indices*. *Fit indices* atas SEM terpecah menjadi 3, yakni *Absolute Fit Indices*, *Incremental Fit Indices*, serta *Parsimony Fit Indices*. Berikut ialah alat ukur yang dipakai pada penelitian ini, yakni:

A. CMIN (*Chi-Square*)

Chi-Square ialah suatu alat ukur yang sangat dasar guna mengukur *overall fit*. Sifat pada *Chi-Square* begitu sensitive mengenai besarnya suatu sampel yang dipakai. Andaikan *chi-square* tersebut kecil kemudian model yang diuji dipandang bagus serta memenuhi sebab kian kecil pada *chi-Square* kemudian kian bagus pula model yang akan didapat sebab sesuai probabilitas (p) bersama cut off value sebanyak $p > 0,05$.

Apabila sampel yang dipakai kian kecil (kurang atas 50) uji tersebut dianggap tidak reliabel dan apabila sampel yang digunakanterlalu besar maka bakal begitu berdampak mengenai nilai atas *chi-square* serta reliabel. Kemudian dari itu pemakaian atas *chi-square* mampu dibilang sepadan bila ukuran sampel yang digunakan tersebut 100 hingga dengan 200 dan apabila sampel tersebut kurang dari itu maka uji dalam signifikasi akan menjadi tidak reliabel.

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

RMSEA ialah indeks yang dipakai guna mengklasifikasi pada *chi-square* didalam sampel yang besar serta berguna sebagai kriteria guna pemodelan pada struktur kovarian mengenai pertimbangan pada kesahalan yang menghampiri pada populasi. Jika nilai pada RMSE akan menampilkan *goodness of fit* apabila nilainya kian kecil serta sama dengan 0,08 maka mampu diterimanya model tersebut.

C. TLI (*Tucker Lewis Index*)

Nilai pada TLI akan menunjukkan *very good fit* apabila nilai yang diharapkan tersebut lebih besar dari 0,95 dan jika nilainya mendekati 1 kemudian model itu menampilkan kemiripan yang begitu tinggi.

D. GFI (*Goodness of Fit Index*)

Untuk mengukur total relatif pada varian serta kovarian yang besarnya sekitar atas 0-1. Andaikan nilai pada GFI akan dikatakan baik bila nilai tersebut di atas 0,95. Sebab andaikan nilai mencapai 0 kemudian model tersebut kecocokannya sangat rendah, apabila nilai tersebut mencapai 1 kemudian model tersebut memiliki keselarasan yang baik.

E. *Comparative Fit Index* (CFI)

Nilai pada GFI akan dikatakan baik bila nilai tersebut lebih dari 0,95. Karena indeks ini mempunyai bentang nilai diantara 0 sampai dengan 1 yang dimana bila nilai tersebut mencapai 1 kemudian tingkat pada penerimaan model tersebut sangat tinggi. Pada uji model indeks pada TLI serta CFI begitu direkomendasikan sebab indeks tersebut memiliki yang tak indikator mengenai melimpahnya suatu sampel serta model tersebut tidak rumit.

F. CMIN/DF

Hasil pada perhitungan *chi-square* menghasilkan degree of freedom (DF) yang ialah saah satu guna menaksir hasil tingkatan fit pada model. Nilai pada CMIN/DF akan dikatakan baik bila nilai tersebut kurang dari 2, maka model tersebut menunjukkan adanya penerimaan pada model tersebut.

Tabel 3. 2 Tabel Kesesuaian Model

Goodness of Fit Indices	Cut Off Value
<i>Chi-Square</i>	Diharapkan Kecil
Probabilitas	$\geq 0,05$
RMSEA	$\leq 0,08$
GFI	$\geq 0,90$
AGFI	$\geq 0,90$
CMIN/DF	$\leq 2,00$
TLI	$\geq 0,95$
CFI	$\geq 0,95$

Sumber: Data diperoleh Peneliti (2023)