

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan dalam kurun waktu kurang lebih enam bulan. Terhitung dari bulan Februari hingga bulan Juli 2024. Pemilihan waktu penelitian ini dikarenakan pada bulan tersebut adalah waktu yang efektif bagi peneliti untuk fokus sudah tidak ada kegiatan perkuliahan dan sudah memasuki akhir perkuliahan sehingga diharapkan akan mendapatkan hasil penelitian yang baik. Dapat dilihat melalui tabel di bawah ini:

Tabel 3. 1 *Timeline* Penelitian

No	Kegiatan Penelitian	Waktu (2024)						
		Januari	Februari	Maret	April	Mei	Juni	Juli
1	Pengajuan Judul	✓						
2	Penyusunan BAB I	✓	✓					
3	Penyusunan BAB II		✓	✓				
4	Penyusunan BAB III			✓	✓			
5	Seminar Proposal				✓	✓		
6	Penyebaran Kuesioner					✓	✓	✓
7	Penyusunan BAB IV							✓
8	Penyusunan BAB V							✓
9	Sidang Akhir Skripsi							✓

Sumber: Data diolah Peneliti (2024)

Tempat untuk penelitian ini adalah objek wisata Dunia Fantasi yang berlokasi di Jl. Lodan Timur No.7, Ancol, Kec. Pademangan, Jakarta Utara, Daerah Khusus Ibukota Jakarta, 14430. Dunia Fantasi dipilih sebagai tempat penelitian untuk mengkaji pengaruh berbagai faktor terhadap niat berkunjung kembali pengunjung, dengan variabel yang meliputi daya tarik wisata, persepsi harga dan kualitas layanan.

Terletak di Ancol, Jakarta Utara, Dufan merupakan objek wisata yang sangat populer di kalangan masyarakat DKI Jakarta dan sekitarnya. Studi ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih baik tentang faktor-faktor yang memengaruhi keinginan pengunjung untuk kembali berkunjung ke Dunia Fantasi, yang pada gilirannya dapat membantu dalam pengembangan strategi pemasaran dan peningkatan pengalaman pengunjung di tempat wisata.

3.2 Desain Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian, penelitian ini menggunakan pendekatan analisis deskriptif kuantitatif. Penelitian ini akan menguji hipotesis yang telah dirumuskan sebelumnya oleh peneliti dan mengevaluasi hubungan antara variabel independen dan variabel dependen (Putri, 2024). Sebagaimana yang disampaikan oleh Rengganis (2023), bahwa metode penelitian kuantitatif bertujuan untuk mengetahui atau menguji hipotesis mengenai beberapa variabel dengan variabel lainnya yaitu variabel independen dan variabel dependen.

Sugiyono dalam Rengganis (2023) menyebutkan metode penelitian kuantitatif merupakan suatu pendekatan penelitian yang berdasarkan pada filsafat positif. Metode kuantitatif digunakan untuk mendesain penelitian yang merupakan metode induktif, objektif, dan ilmiah di mana data yang terkumpul berupa angka (skor) atau pernyataan yang dicatat dan dianalisis dengan menggunakan analisis statistik (Agustina, 2023). Tujuan utamanya adalah untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan sebelumnya. Variabel-variabel yang diteliti didasarkan pada instrumen penelitian, dan data yang terkumpul dianalisis menggunakan prosedur statistik.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi merujuk kepada sekelompok individu atau objek yang memiliki karakteristik tertentu yang menjadi fokus utama penelitian (Agustina, 2023). Menurut Imron (2019), populasi merupakan wilayah generalisasi di dalam lingkup penelitian yang mencakup objek atau subjek yang dapat memberikan dasar untuk menyimpulkan hasil penelitian. Sementara itu, Arikunto dalam Amin et al., (2023) menggambarkan populasi sebagai keseluruhan objek yang menjadi fokus penelitian, termasuk semua elemen yang relevan yang ada di lapangan.

Secara singkat, populasi dapat dijelaskan sebagai kerangka luas di mana penelitian dilakukan, meliputi semua subjek yang dianalisis bersama dengan informasi yang relevan. Populasi pada penelitian ini mengacu kepada masyarakat DKI Jakarta yang telah melakukan kunjungan ke objek wisata Dunia Fantasi minimal dua kali.

3.3.2 Sampel

Penelitian ini menggunakan metode *non-probability sampling* sebagai metode pengambilan sampel. Metode *non-probability sampling* dipilih karena memungkinkan peneliti untuk memilih responden berdasarkan kriteria tertentu yang telah ditetapkan sebelumnya, tanpa memberikan kesempatan yang sama bagi setiap anggota populasi untuk dipilih. Dalam konteks penelitian ini, teknik *non-probability sampling* dianggap lebih sesuai karena penelitian ini memfokuskan pada sampel yang memenuhi kriteria spesifik, seperti usia, domisili, dan pengalaman

kunjungan ke objek wisata tertentu. Oleh karena itu, penggunaan teknik *non-probability sampling* memungkinkan peneliti untuk mendapatkan sampel yang sesuai dengan karakteristik yang diinginkan, sehingga memudahkan dalam memenuhi tujuan penelitian dan menghasilkan hasil yang lebih relevan.

Sampel diambil dari sebagian populasi yang sedang diselidiki, dengan tujuan untuk mewakili keseluruhan populasi yang diteliti. Dalam penelitian ini, penentuan sampel dilakukan dengan mengikuti rumus yang dikembangkan oleh Hair. Penggunaan rumus Hair digunakan karena ukuran populasi dalam penelitian belum diketahui secara pasti (Mondri, 2023).

Hair *et al.*, (2019) mengusulkan metode untuk menentukan sampel dengan cara menambahkan jumlah indikator dengan jumlah variabel lalu dikalikan dengan lima hingga sepuluh ($(18+4) \times 10 = 220$) sehingga didapat hasil sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 220 sampel.

Dalam penelitian ini, jumlah sampel yang digunakan jauh melebihi batas minimal yang ditentukan. Hair *et al.*, (2019) menyatakan kuran sampel yang direkomendasikan untuk analisis regresi berganda adalah 15 hingga 20 kali dari jumlah variabel yang digunakan. Oleh karena itu, dengan menggunakan 220 sampel, penelitian ini berada jauh di atas ambang batas minimal, memastikan validitas dan keandalan hasil analisis.

Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*. Teknik *purposive sampling* merupakan metode pengambilan sampel *non-random* di mana responden dipilih berdasarkan kriteria tertentu yang telah ditetapkan sebelumnya. Hal ini bertujuan untuk memastikan bahwa distribusi karakteristik dalam sampel mencerminkan populasi yang lebih besar (Firmansyah et al., 2023).

Alasan peneliti memilih teknik *purposive sampling* adalah untuk memungkinkan peneliti agar dengan mudah menyesuaikan sampel dengan kriteria yang telah ditetapkan sebelumnya. Menurut Aryanto (2019), strategi *purposive sampling* digunakan dalam penelitian kuantitatif atau penelitian yang tidak bersifat generalisasi. Kemudian kriteria sampel dalam penelitian ini adalah:

- a) Berusia 17 tahun ke atas.
- b) Responden yang telah melakukan kunjungan ke Dufan minimal dua kali dalam waktu satu tahun terakhir.
- c) Berdomisili di DKI Jakarta.

Hurlock (2019) menyebutkan bahwa usia 17 tahun dianggap sebagai masa dewasa muda dan telah mencapai kematangan hukum. Menurut Depkes RI dan UU Nomor 22 Tahun 2009 Pasal 8 ayat 2, usia 17 tahun dianggap sebagai tahap akhir masa remaja, dan pada usia 17 tahun, seseorang dianggap telah memiliki identitas diri, karena pada usia ini, masyarakat diakui mampu bertanggung jawab atas dirinya sendiri (Putri, 2024). Selain itu, pada usia 17 tahun, responden juga dapat lebih mampu

memahami pertanyaan-pertanyaan yang terdapat pada kuesioner penelitian (Rengganis, 2023).

Penggunaan teknik *purposive sampling* dalam penelitian dapat memberikan representasi yang sesuai dari populasi pengunjung yang berkunjung ke objek wisata. Dengan menggunakan teknik ini, peneliti dapat memastikan bahwa sampel terdiri dari individu-individu yang memiliki karakteristik atau kriteria tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian. Teknik ini memungkinkan peneliti untuk memilih sampel berdasarkan penilaian atau pertimbangan khusus yang dianggap penting untuk memperoleh informasi yang mendalam dan relevan.

3.4 Pengembangan Instrumen

Pada pengembangan instrumen ini terdapat dua jenis variabel, yaitu variabel independen, yang juga dikenal sebagai variabel bebas, merupakan variabel yang memiliki pengaruh terhadap hasil suatu penelitian atau eksperimen. Variabel bebas juga dapat dijelaskan sebagai kondisi atau nilai yang jika ada, akan menghasilkan perubahan pada kondisi atau nilai lainnya (Ulfa, 2021). Variabel bebas dalam penelitian ini adalah Daya Tarik Wisata (X_1), Persepsi Harga (X_2), dan Kualitas Layanan (X_3).

Selanjutnya variabel dependen, merupakan variabel yang dipengaruhi atau berubah sebagai akibat dari keberadaan variabel bebas. Oleh karena itu, variabel ini dianggap sebagai variabel terikat yang nilainya bergantung pada nilai variabel independen. Variabel independen memiliki koefisien yang menentukan seberapa besar perubahan dalam

variabel dependen yang akan terjadi sebagai respon terhadap perubahan dalam variabel independen Ulfa (2021). Variabel dependen dalam penelitian ini adalah Niat Berkunjung Kembali (Y).

3.4.1 Niat Berkunjung Kembali (Y)

a. Definisi Konseptual

Niat berkunjung kembali adalah konsep dalam perilaku konsumen yang mengacu pada kecenderungan atau keinginan seseorang untuk kembali mengunjungi suatu tempat atau menggunakan layanan yang sama di masa depan.

b. Definisi Operasional

Niat berkunjung kembali dapat diukur melalui pertanyaan survei yang menanyakan seberapa besar kemungkinan atau niat seseorang untuk kembali ke tempat tersebut dalam jangka waktu tertentu. Dapat diukur dengan beberapa indikator, seperti *intend to revisit* (niat untuk berkunjung), *plan to revisit* (rencana untuk berkunjung), *desire to revisit* (ingin mengunjungi kembali), *give recommendations* (memberikan rekomendasi), dan *invite to revisit* (mengajak untuk berkunjung).

c. Kisi – Kisi Instrumen

Untuk mengukur variabel yang diuji dalam penelitian ini, peneliti menggunakan indikator yang sudah diadaptasi berdasarkan indikator penelitian sebelumnya, berikut rinciannya:

Tabel 3. 2 Operasional Variabel Niat Berkunjung Kembali

Indikator Asli	Instrumen Pernyataan	Sumber	
<i>Intend to revisit</i>	Saya berniat untuk mengunjungi Dufan dalam waktu dekat.	Huang & Hsu dalam Purnama & Marlana (2020)	
	Saya ingin kembali ke Dufan dalam waktu dekat.		
<i>Plan to revisit</i>	Saya sudah merencanakan kunjungan ke Dufan dalam beberapa bulan ke depan.		
	Saya telah memasukkan kunjungan ke Dufan dalam jadwal liburan saya berikutnya.		
<i>Desire to revisit</i>	Saya sangat ingin kembali ke Dufan untuk menikmati lebih banyak wahana.		
	Saya sangat ingin kembali ke Dufan untuk menikmati lebih banyak pertunjukan dan atraksi.		
<i>Give recommendations</i>	Saya akan merekomendasikan Dufan kepada teman dan keluarga saya.		Saputro & Indrastuty (2022)
	Saya akan merekomendasikan Dufan kepada keluarga saya.		
	Saya merasa Dufan adalah tempat yang layak untuk direkomendasikan kepada orang lain.		
<i>Invite to visit</i>	Saya akan mengajak teman saya untuk berkunjung ke Dufan.		
	Saya akan mengajak keluarga saya untuk berkunjung ke Dufan.		

Sumber: Data diolah Peneliti (2024)

3.4.2 Daya Tarik Wisata (X₁)

a. Definisi Konseptual

Daya tarik wisata adalah segala sesuatu yang memiliki kemampuan untuk menarik minat wisatawan untuk mengunjungi suatu tempat yang bisa berupa objek, aktivitas, atau pengalaman yang memberikan kesenangan, edukasi, atau hiburan bagi pengunjung.

b. Definisi Operasional

Daya tarik wisata melibatkan penggunaan metode dan indikator yang dapat diobservasi dan diukur untuk

menilai daya tarik suatu lokasi wisata. Dapat diukur dengan beberapa indikator, seperti *attractions* (atraksi), *facility* (fasilitas), *transportation* (transportasi), dan *hospitality* (layanan).

c. Kisi – Kisi Instrumen

Untuk mengukur variabel yang diuji dalam penelitian ini, peneliti menggunakan indikator yang sudah diadaptasi berdasarkan indikator penelitian sebelumnya, berikut rinciannya:

Tabel 3. 3 Operasional Variabel Daya Tarik Wisata

Indikator Asli	Instrumen Pernyataan	Sumber
<i>Attractions</i>	Pertunjukan hiburan di Dufan sangat menarik dan menyenangkan.	(Firdaus, 2022)
	Wahana di Dufan sangat menghibur dan seru.	
<i>Facility</i>	Atraksi di Dufan sangat memuaskan dan beragam.	
	Fasilitas umum seperti toilet dan mushola di Dufan sangat bersih dan terawat.	
<i>Transportation</i>	Area istirahat di Dufan sangat memadai.	
	Saya mudah mencapai Dufan dengan menggunakan transportasi umum.	
	Akses jalan menuju Dufan sangat mudah dan lancar.	
<i>Hospitality</i>	Pilihan transportasi menuju Dufan sangat beragam dan terjangkau.	
	Pelayanan di Dufan sangat ramah dan profesional.	
	Staf Dufan sangat responsif terhadap kebutuhan pengunjung.	

Sumber: Data diolah Peneliti (2024)

3.4.3 Persepsi Harga (X_2)

a. Definisi Konseptual

Persepsi harga adalah cara yang dirasakan oleh konsumen terhadap harga suatu produk atau layanan, termasuk penilaian subjektif tentang nilai yang diberikan oleh harga dalam kaitannya dengan manfaat atau kepuasan yang diperoleh dari produk atau layanan.

b. Definisi Operasional

Persepsi harga mencakup penilaian apakah harga dianggap murah, terjangkau, adil, atau mahal, dan bagaimana hal itu mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Dapat diukur dengan berbagai indikator, seperti *affordable* (harga yang terjangkau), *competitiveness* (daya saing harga), *product quality* (kesesuaian harga dengan kualitas), dan *benefits commensurate with the price* (kesesuaian harga dengan manfaat).

c. Kisi – Kisi Instrumen

Untuk mengukur variabel yang diuji dalam penelitian ini, peneliti menggunakan indikator yang sudah diadaptasi berdasarkan indikator penelitian sebelumnya, berikut rinciannya:

Tabel 3. 4 Operasional Variabel Persepsi Harga

Indikator Asli	Instrumen Pernyataan	Sumber
<i>Affordable</i>	Harga tiket masuk Dufan terjangkau dibandingkan dengan taman hiburan lainnya.	
	Tiket masuk Dufan menawarkan nilai yang baik untuk uang yang dikeluarkan.	
<i>Competitiveness</i>	Harga tiket Dufan kompetitif dengan taman hiburan yang sejenis.	
	Dufan menawarkan harga tiket yang sebanding dengan taman hiburan sejenis.	
<i>Product quality</i>	Kualitas yang ada di Dufan sebanding dengan harga tiket masuk.	(Kotler et al., 2021)
	Fasilitas yang ada di Dufan sebanding dengan harga tiket masuk.	
	Wahana dan atraksi di Dufan memiliki kualitas yang sesuai dengan biaya yang dikeluarkan.	
<i>Benefits commensurate with the price</i>	Pengalaman yang didapatkan di Dufan sebanding dengan biaya yang dikeluarkan.	
	Manfaat yang didapatkan selama di Dufan sebanding dengan harga tiket masuk	

Sumber: Data diolah Peneliti (2024)

3.4.4 Kualitas Layanan (X_3)

a. Definisi Konseptual

Kualitas layanan adalah penilaian konsumen terhadap seberapa baik layanan yang diberikan oleh suatu perusahaan atau organisasi memenuhi atau melebihi harapan mereka.

b. Definisi Operasional

Kualitas layanan dapat diukur dengan berbagai indikator, seperti *reliability* (keandalan), *emphaty* (empati), *tangibility* (aspek fisik layanan), *assurance*

(jaminan) dan *responsiveness* (responsivitas).

c. Kisi – Kisi Instrumen

Untuk mengukur variabel yang diuji dalam penelitian ini, peneliti menggunakan indikator yang sudah diadaptasi berdasarkan indikator penelitian sebelumnya, berikut rinciannya:

Tabel 3. 5 Operasional Variabel Kualitas Layanan

Indikator Asli	Instrumen Pernyataan	Sumber
<i>Reliability</i>	Wahana di Dufan beroperasi dan tutup sesuai dengan jadwal yang ditetapkan.	Tjiptono & Chandra (2020)
	Jadwal operasional Dufan selalu konsisten dan dapat diandalkan.	
<i>Empathy</i>	Staf Dufan selalu melayani pengunjung dengan ramah dan penuh perhatian.	
	Staf Dufan selalu siap membantu dan mendengarkan keluhan pengunjung dengan baik.	
<i>Tangibility</i>	Bangunan di Dufan selalu bersih dan terawat dengan baik.	
	Wahana di Dufan selalu bersih dan terawat dengan baik.	
<i>Assurance</i>	Saya merasa aman selama menggunakan wahana di Dufan.	
	Keamanan di Dufan sangat terjaga, sehingga saya merasa tenang.	
<i>Responsiveness</i>	Staf Dufan efisien dalam menangani situasi darurat atau masalah teknis pada wahana.	
	Staf Dufan cepat tanggap terhadap keluhan atau masalah pengunjung.	

Sumber: Data diolah Peneliti (2024)

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini melibatkan penggunaan data primer yang merupakan informasi yang diperoleh secara langsung oleh peneliti dari objek penelitian (Indrasari, 2020). Data primer dilakukan melalui survei kepada responden yang merupakan wisatawan yang telah mengunjungi objek wisata Dufan.

Selain data primer, penelitian ini turut menggunakan data sekunder yang merupakan informasi yang berasal dari jurnal penelitian sebelumnya dan sumber lain yang memberikan gambaran umum tentang objek penelitian. Peneliti memperoleh data sekunder berupa statistik kunjungan wisatawan dari Dinas Pariwisata dan Kebudayaan DKI Jakarta dan berdasarkan hasil laporan dari *Annual Report Ancol 2023*, dan juga dari beberapa studi literatur. Tujuan dari pengumpulan data ini adalah untuk membantu peneliti dalam mendapatkan informasi yang relevan terkait dengan topik penelitian.

Pada penelitian ini, digunakan skala *likert* sebagai alat pengukuran dalam menyusun kuesioner. Siregar (2019) menyebutkan skala *likert* merupakan metode pengukuran yang dapat digunakan untuk menilai sikap, pendapat, dan persepsi seseorang terhadap suatu objek atau fenomena tertentu. Teknik yang digunakan untuk mengevaluasi sikap dengan menyatakan tingkat persetujuan atau ketidaksetujuan terhadap subjek dan objek tertentu. Berdasarkan rekomendasi dari Purba et al., (2021), nilai-nilai skala *likert* yang diterapkan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 3. 6 Skala Likert

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

Sumber: (Purba et al., 2021)

Skala *likert* dengan enam poin sering disebut sebagai skala *likert* yang dimodifikasi atau *Likert-Type*. Pilihan enam tingkat penilaian pada skala ini didasarkan pada pengamatan bahwa responden sering kali cenderung memberikan jawaban di tengah sebagai “netral” (Putri et al., 2024). Keputusan untuk menggunakan skala *likert* dengan enam poin dilatar belakangi oleh upaya untuk mempermudah partisipan dalam memberikan respon terhadap pertanyaan kuesioner, dan bertujuan untuk menghindari respon netral dari partisipan (Rengganis, 2023).

3.6 Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini, digunakan metode analisis regresi berganda. Analisis regresi merupakan metode yang digunakan untuk menguji hubungan sebab dan akibat antara variabel-variabel dalam sebuah model. Data akan diolah menggunakan *Statistical Package for The Social Sciences* (SPSS) yang memungkinkan peneliti untuk mengevaluasi seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen, serta menentukan signifikansi statistik dari hubungan.

3.6.1 Uji Instrumen

1. Uji Validitas

Uji validitas merupakan uji yang digunakan untuk menilai seberapa efektif suatu instrumen pengukuran atau metode pengumpulan data dalam memperoleh informasi yang akurat. Uji validitas bertujuan untuk menentukan apakah suatu alat ukur (serangkaian pertanyaan yang terdapat dalam kuesioner) valid (sahih) atau tidak (Janna & Herianto, 2021).

Sugiyono yang dikutip dalam Putri et al., (2024) menyebutkan bahwa uji validitas merupakan proses untuk menentukan apakah suatu penelitian dapat diukur menggunakan instrumen atau ukuran penelitian yang telah ditentukan. Validitas mengacu pada sejauh mana instrumen pengukuran dapat mengukur variabel sesuai dengan apa yang seharusnya diukur.

Sejalan dengan pernyataan Ghazali yang dikutip oleh Rengganis (2023), yang menyebutkan bahwa uji validitas adalah sebuah alat yang digunakan untuk mengevaluasi sejauh mana alat pengukuran mampu mengukur variabel yang ingin diukur. Hal ini juga berarti mengukur keabsahan data yang terdapat dalam kuesioner. Saat meninjau kuesioner, penting untuk mengukur validitasnya karena berkaitan dengan keabsahan kuesioner yang digunakan di

dalam penelitian (Putri et al., 2024).

Validitas tinggi menunjukkan bahwa instrumen dapat diandalkan, sedangkan validitas rendah menunjukkan sebaliknya, seperti:

- a. H_0 diterima apabila r hitung $>$ r tabel. (Alat ukur yang digunakan valid atau sah);
- b. H_0 ditolak apabila r statistik $>$ r tabel. (Alat ukur yang digunakan tidak valid atau sah).

Peneliti telah melakukan uji validitas terhadap instrumen penelitian yang digunakan. Uji ini dilakukan dengan melibatkan 30 responden yang tidak termasuk dalam sampel utama dalam penelitian ini yang bertujuan untuk memastikan bahwa setiap item dalam kuesioner mampu mengukur konstruksi yang dimaksud secara akurat. Hasil uji validitas terhadap 30 responden pada variabel niat berkunjung kembali dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 3. 7 Uji Validitas Niat Berkunjung Kembali (Y)

Indikator	Item	n	R- hitung	R- Tabel	Keterangan
<i>Invite to revisit</i>	Item 1	30	0,969	0,361	Valid
	Item 2	30	0,969	0,361	Valid
<i>Plan to revisit</i>	Item 3	30	0,996	0,361	Valid
	Item 4	30	0,969	0,361	Valid
<i>Desire to revisit</i>	Item 5	30	0,989	0,361	Valid
	Item 6	30	0,989	0,361	Valid
<i>Give recommendation</i>	Item 7	30	0,989	0,361	Valid
	Item 8	30	0,975	0,361	Valid
	Item 9	30	0,981	0,361	Valid
<i>Invite to revisit</i>	Item 10	30	0,965	0,361	Valid
	Item 11	30	0,981	0,361	Valid

Sumber: Data diolah Peneliti (2024)

Dari hasil uji validitas instrumen Niat Berkunjung Kembali (Y) yang terdiri dari 11 butir pernyataan final dari 30 responden, diperoleh nilai valid untuk setiap pernyataannya. Suatu pernyataan dikatakan valid apabila r-hitung lebih besar dari r-tabel. R-tabel didapat dari $df = n - 2$, di mana n adalah jumlah sampel, maka $df = 30 - 2 = 28$. Pada taraf signifikan 0,05 didapatkan r-tabel sebesar 0,361.

Dengan demikian, untuk menilai validitas setiap pernyataan, nilai r-hitung dari setiap butir pernyataan harus dibandingkan dengan nilai r-tabel sebesar 0,361. Pada tabel 3.7, diketahui bahwa semua nilai r-hitung tersebut lebih besar dari r-tabel yang menunjukkan bahwa semua pernyataan dalam instrumen niat berkunjung kembali ini valid. Selanjutnya uji validitas pada variabel daya tarik wisata dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 3. 8 Uji Validitas Daya Tarik Wisata (X1)

Indikator	Item	n	R-hitung	R-Tabel	Keterangan
<i>Attractions</i>	Item 1	30	0,924	0,361	Valid
	Item 2	30	0,905	0,361	Valid
	Item 3	30	0,829	0,361	Valid
<i>Facility</i>	Item 4	30	0,950	0,361	Valid
	Item 5	30	0,980	0,361	Valid
<i>Transortation</i>	Item 6	30	0,939	0,361	Valid
	Item 7	30	0,877	0,361	Valid
	Item 8	30	0,911	0,361	Valid
<i>Hospitality</i>	Item 9	30	0,961	0,361	Valid
	Item 10	30	0,954	0,361	Valid

Sumber: Data diolah Peneliti (2024)

Dari hasil uji validitas instrumen Daya Tarik Wisata

(X1) yang terdiri dari 10 butir pernyataan final dari 30 responden, diperoleh nilai valid untuk setiap pernyataannya. Suatu pernyataan dikatakan valid apabila r-hitung lebih besar dari r-tabel. R-tabel didapat dari $df = n - 2$, di mana n adalah jumlah sampel, maka $df = 30 - 2 = 28$. Pada taraf signifikan 0,05 didapatkan r-tabel sebesar 0,361.

Pada tabel 3.8 di atas, diketahui bahwa semua nilai r-hitung tersebut lebih besar dari r-tabel yang menunjukkan bahwa semua pernyataan dalam instrumen daya tarik wisata ini valid. Selanjutnya uji validitas pada variabel persepsi harga dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 3. 9 Uji Validitas Persepsi Harga (X2)

Indikator	Item	n	R-hitung	R-Tabel	Keterangan
<i>Affordable</i>	Item 1	30	0,973	0,361	Valid
	Item 2	30	0,976	0,361	Valid
<i>Competitiveness</i>	Item 3	30	0,988	0,361	Valid
	Item 4	30	0,986	0,361	Valid
<i>Product Quality</i>	Item 5	30	0,992	0,361	Valid
	Item 6	30	0,992	0,361	Valid
	Item 7	30	0,971	0,361	Valid
<i>Benefits commensurate with the price</i>		30		0,361	
	Item 8		0,979		Valid
	Item 9	30	0,992	0,361	Valid

Sumber: Data diolah Peneliti (2024)

Dari hasil uji validitas instrumen Persepsi Harga (X2) yang terdiri dari 9 butir pernyataan final dari 30 responden, diperoleh nilai valid untuk setiap pernyataannya. Suatu pernyataan dikatakan valid apabila r-hitung lebih besar dari r-tabel. R-tabel didapat dari $df = n - 2$, di mana n adalah

jumlah sampel, maka $df = 30 - 2 = 28$. Pada taraf signifikan 0,05 didapatkan r-tabel sebesar 0,361.

Pada tabel 3.9 di atas, diketahui bahwa semua nilai r-hitung tersebut lebih besar dari r-tabel yang menunjukkan bahwa semua pernyataan dalam instrumen persepsi harga ini valid. Selanjutnya uji validitas pada variabel kualitas layanan dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 3. 10 Uji Validitas Kualitas Layanan (X3)

Indikator	Item	n	R-hitung	R-Tabel	Keterangan
<i>Reliability</i>	Item 1	30	0,987	0,361	Valid
	Item 2	30	0,984	0,361	Valid
<i>Emphaty</i>	Item 3	30	0,991	0,361	Valid
	Item 4	30	0,991	0,361	Valid
<i>Tangibility</i>	Item 5	30	0,998	0,361	Valid
	Item 6	30	0,998	0,361	Valid
<i>Assurance</i>	Item 7	30	0,998	0,361	Valid
	Item 8	30	0,991	0,361	Valid
<i>Responsiveness</i>	Item 9	30	0,998	0,361	Valid
	Item 10	30	0,998	0,361	Valid

Sumber: Data diolah Peneliti (2024)

Dari hasil uji validitas instrumen Kualitas Layanan (X3) yang terdiri dari 10 butir pernyataan final dari 30 responden, diperoleh nilai valid untuk setiap pernyataannya. Suatu pernyataan dikatakan valid apabila r-hitung lebih besar dari r-tabel. R-tabel didapat dari $df = n - 2$, di mana n adalah jumlah sampel, maka $df = 30 - 2 = 28$. Pada taraf signifikan 0,05 didapatkan r-tabel sebesar 0,361.

Pada tabel 3.10 di atas, diketahui bahwa semua nilai r-hitung tersebut lebih besar dari r-tabel yang menunjukkan

bahwa semua pernyataan dalam instrumen kualitas layanan ini valid.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan kelanjutan uji dari uji validitas yang di mana pada uji reliabilitas ini dilakukan untuk memastikan keandalan instrumen yang digunakan, seperti kuesioner, sehingga dapat dianggap dan dapat dipercaya atau reliabel (Rengganis, 2023). Namun, jika data yang diukur tidak valid (berdasarkan uji validitas), maka tidak diperlukan pengujian reliabilitas data (Janna & Herianto, 2021). Sebuah kuesioner dianggap reliabel apabila respon seseorang terhadap pertanyaan yang diberikan konsisten atau stabil.

Peneliti telah melakukan uji reliabilitas terhadap instrumen penelitian yang digunakan. Uji ini dilakukan dengan melibatkan 30 responden yang tidak termasuk dalam sampel utama dalam penelitian ini yang bertujuan untuk menilai konsistensi internal dari instrumen penelitian, sehingga dapat dipastikan bahwa hasil pengukuran bersifat stabil dan dapat dipercaya.

Hasil uji reliabilitas terhadap 30 responden pada variabel niat berkunjung kembali dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 3. 11 Uji Reliabilitas Niat Berkunjung Kembali (Y)

Variabel	Total Item	Nilai Alpha	Cronbach's Alpha	Keterangan
Niat Berkunjung Kembali	11	0,963	> 0,6	Reliabel

Sumber: Data diolah Peneliti (2024)

Hasil uji reliabilitas terhadap 30 responden yang ditunjukkan pada tabel di atas menunjukkan nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,963 ($> 0,6$) yang menunjukkan reliabilitas yang sangat tinggi dan menunjukkan bahwa item-item dalam instrumen ini konsisten mengukur konstruksi yang sama. Selanjutnya uji reliabilitas pada variabel daya tarik wisata dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 3. 12 Uji Reliabilitas Daya Tarik Wisata (X1)

Variabel	Total Item	Nilai Alpha	Cronbach's Alpha	Keterangan
Daya Tarik Wisata	10	0,918	> 0,6	Reliabel

Sumber: Data diolah Peneliti (2024)

Hasil uji reliabilitas terhadap 30 responden yang ditunjukkan pada tabel di atas menunjukkan nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,918 ($> 0,6$) yang menunjukkan reliabilitas yang sangat tinggi dan menunjukkan bahwa item-item dalam instrumen ini konsisten mengukur konstruksi yang sama. Selanjutnya uji reliabilitas pada variabel persepsi harga dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 3. 13 Uji Reliabilitas Persepsi Harga (X2)

Variabel	Total item	Nilai Alpha	Cronbach's Alpha	Keterangan
Persepsi Harga	9	0,929	> 0,6	Reliabel

Sumber: Data diolah Peneliti (2024)

Hasil uji reliabilitas terhadap 30 responden yang ditunjukkan pada tabel di atas menunjukkan nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,929 ($> 0,6$) yang menunjukkan reliabilitas yang sangat tinggi dan menunjukkan bahwa item-item dalam instrumen ini konsisten mengukur konstruksi yang sama. Selanjutnya uji reliabilitas pada variabel kualitas layanan dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 3. 14 Uji Reliabilitas Kualitas Layanan (X3)

Variabel	Total item	Nilai Alpha	<i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
Kualitas Layanan	10	0,939	$> 0,6$	Reliabel

Sumber: Data diolah Peneliti (2024)

Hasil uji reliabilitas terhadap 30 responden yang ditunjukkan pada tabel di atas menunjukkan nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,939 ($> 0,6$) yang menunjukkan reliabilitas yang sangat tinggi dan menunjukkan bahwa item-item dalam instrumen ini konsisten mengukur konstruksi yang sama.

3.6.2 Uji Persyaratan Analisis

1. Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan proses statistik yang digunakan untuk mengevaluasi sejauh mana data yang diamati terdistribusi secara norma atau mengikuti pola distribusi normal. Tujuan utama dari uji normalitas adalah untuk memeriksa apakah data mengikuti pola kurva normal

atau distribusi normal. Sebagaimana yang diungkapkan oleh Setyawan (2021), normalitas data dapat dinyatakan melalui distribusi normal atau kurva normal. Kurva normal ini merupakan sebuah fungsi statistik yang memiliki kegunaan yang signifikan dalam memprediksi atau mengantisipasi peristiwa-peristiwa yang kompleks dan luas.

Ghozali dalam Rengganis (2023) menyatakan model regresi yang optimal adalah yang memiliki distribusi normal atau mendekati normal. Normalitas data dapat diamati dari pola penyebaran data pada sumbu diagonal dari grafik dasar pengambilan keputusan, seperti:

- a. Jika data tersebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis, maka model regresi dianggap memenuhi normalitas.
- b. Namun, jika data tersebar jauh dari garis diagonal dan tidak mengikuti arah garis, maka model regresi dianggap tidak memenuhi normalitas.

2. Uji Linieritas

Uji linieritas dilakukan untuk menguji apakah variabel-variabel yang dianalisis memiliki hubungan yang linear atau tidak. Linearitas diartikan sebagai hubungan yang menyerupai garis lurus. Uji linearitas umumnya digunakan sebagai syarat dalam analisis data yang menggunakan regresi linear sederhana atau regresi linear berganda.

Pengujian ini ditujukan untuk memastikan apakah hubungan antara variabel-variabel dalam penelitian mengikuti suatu garis lurus (Widana & Muliani, 2020).

Strategi untuk memverifikasi hubungan linear tersebut dapat dilakukan dengan Anova. Kriteria pengambilan keputusan uji linearitas dengan Anova yaitu:

- a. Jika $sig. \text{ linearity} > 0,05$ maka mempunyai hubungan linear.
- b. Jika $sig. \text{ linearity} < 0,05$ maka tidak mempunyai hubungan linear.

3.6.3 Uji Asumsi Klasik

Uji Asumsi Klasik merupakan persyaratan statistik yang harus dipenuhi dalam analisis regresi linear berganda berbasis *Ordinary Least Squares* (OLS). Regresi OLS terdiri dari dua jenis, yaitu regresi linear sederhana dan regresi linier berganda (Sholihah et al., 2023). Tujuan pengujian asumsi klasik adalah untuk memastikan bahwa persamaan regresi yang diperoleh memiliki estimasi yang tepat, tidak bias, dan konsisten secara optimal agar model tersebut valid sebagai alat prediksi.

Sebelum melaksanakan analisis regresi berganda dan pengujian hipotesis, perlu dilakukan beberapa uji asumsi klasik untuk memastikan model regresi bebas dari penyimpangan asumsi dan memenuhi persyaratan yang diperlukan demi kualitas regresi yang optimal (Sholihah et al., 2023).

1. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui apakah variabel-variabel bebas dalam penelitian memiliki elemen yang sama. Idealnya, variabel-variabel bebas yang dianalisis tidak boleh memiliki aspek, indikator, atau dimensi yang sama karena jika mereka memiliki kesamaan, koefisien regresi yang diperoleh akan menjadi bias dan tidak berarti (Sholihah et al., 2023).

Menurut Ghozali dalam Sholihah et al. (2023), uji multikolinearitas bertujuan untuk memeriksa keberadaan korelasi antar variabel bebas dalam model regresi. Multikolinearitas dapat diidentifikasi melalui nilai *tolerance* dan *variance inflation factor* (VIF). Batas umum yang digunakan untuk menunjukkan adanya multikolinearitas adalah nilai *tolerance* ≤ 0.10 atau nilai VIF ≥ 10 .

2. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah salah satu uji asumsi klasik yang harus dipenuhi dalam analisis regresi. Uji ini dilakukan untuk mengetahui apakah ada bias dalam model regresi, jika model regresi mengalami bias atau penyimpangan, estimasi model menjadi sulit karena varian data yang tidak konsisten (Widana & Muliani, 2020). Ada dua cara untuk mendeteksi

adanya gejala heterokedastisitas pada model regresi (Sholihah et al., 2023) dengan cara:

1. Uji Glejser: Kriteria pengambilan keputusan dilihat dari nilai signifikansi pada output correlation. Jika nilai signifikansi $> 0,05$, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.
2. Uji *Scatterplot*: Gejala heteroskedastisitas dapat terlihat jika sebaran titik-titik pada grafik membentuk pola tertentu. Sebaliknya, jika titik-titik menyebar secara acak tanpa pola tertentu, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

Jika grafik *scatterplot* tidak menunjukkan pola tertentu dan data tersebar merata di atas dan di bawah angka nol pada sumbu Y, maka dapat dipastikan tidak ada gejala heterokedastisitas. Model penelitian yang baik yaitu tidak mengandung heterokedastisitas, sehingga tidak ada bias atau penyimpangan antara satu pengamatan dengan pengamatan lainnya (Ghozali dalam Sholihah et al., (2023).

1. Uji Autokorelasi

Autokorelasi adalah kondisi di mana dalam model regresi terdapat korelasi antara residual pada periode t dengan residual pada periode sebelumnya $(t-1)$. Model regresi yang baik adalah yang tidak memiliki autokorelasi (Mardiatmoko, 2020). Uji autokorelasi dapat dilakukan

dengan menggunakan uji Durbin Watson (DW) dengan kriteria pengambilan keputusannya:

1. Jika nilai d mendekati 2, maka tidak terjadi autokorelasi.
2. Jika nilai d kurang dari 2, maka terjadi autokorelasi positif.
3. Jika nilai d lebih dari 2, maka terjadi autokorelasi negatif.

3.6.4 Persamaan Regresi Linier Berganda

Uji regresi linier berganda merupakan metode analisis statistik yang digunakan untuk memodelkan hubungan antara satu variabel terikat dengan dua atau lebih variabel bebas. Prosedur ini memungkinkan untuk memahami bagaimana setiap variabel independen, serta untuk membuat prediksi berdasarkan model yang telah dibangun (Jayanti & Yulianthini, 2022). Persamaan regresi linier berganda secara matematik dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + \dots + b_nX_n$$

Keterangan:

Y = Variabel terikat

α = Konstanta

X = Variabel bebas

b = Nilai koefisien regresi variabel bebas

3.6.5 Uji Hipotesis

1. Uji Parsial (Uji T)

Uji parsial juga dikenal sebagai uji t, merupakan salah

satu metode dalam analisis regresi yang digunakan untuk mengevaluasi signifikansi relasi antara satu variabel independen dengan variabel dependen dalam suatu model regresi berganda (Mardiatmoko, 2020). Proses uji ini melibatkan pengujian koefisien regresi individu untuk setiap variabel independen secara terpisah dengan menggunakan uji *t-student*. Tujuannya adalah untuk mengetahui apakah variabel independen memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen, ketika variabel-variabel lainnya dalam model juga dipertimbangkan .

Uji parsial (uji t) memungkinkan untuk mengevaluasi kontribusi relatif dari masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen dalam suatu model regresi berganda (Jayanti & Yulianthini, 2022). Kriteria pengambilan keputusan Uji-t yaitu :

- a. Jika nilai sig. $t \leq 5\%$ maka H_0 ditolak (H_a diterima)
- b. Jika nilai Sig. $t \geq 5\%$ maka H_0 diterima (H_a ditolak)

2. Uji Simultan (Uji F)

Uji F, atau uji F-statistik, merupakan sebuah uji statistik yang digunakan dalam analisis regresi untuk mengevaluasi kebermaknaan keseluruhan model regresi. Tujuannya adalah untuk menguji apakah setidaknya satu variabel independen dalam model regresi memiliki

pengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Mardiatmoko, 2020).

Uji F merupakan uji yang penting dalam analisis regresi karena memberikan informasi tentang kebermaknaan keseluruhan model regresi, yaitu apakah model secara keseluruhan memberikan kontribusi yang signifikan dalam menjelaskan variabilitas variabel dependen (Bahrudi, 2019).

Kriteria pengambilan keputusan untuk Uji-F yaitu:

- a. $F_{hitung} \leq F_{tabel} = H_0$ diterima
- b. $F_{hitung} \geq F_{tabel} = H_0$ ditolak

3.6.6 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji Koefisien Determinasi (*R-squared*) adalah sebuah metode dalam analisis regresi yang digunakan untuk mengevaluasi seberapa baik model regresi linear cocok dengan data yang diamati. Koefisien determinasi mengukur proporsi variabilitas dari variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel independen dalam model regresi (Mardiatmoko, 2020).

Nilai koefisien determinasi (*R-squared*) berkisar antara 0 hingga 1, dan semakin mendekati 1, semakin baik model regresi dalam menjelaskan variabilitas dari variabel dependen. Secara umum, koefisien determinasi dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- a. Jika nilai *R-squared* mendekati 0, hal ini menunjukkan bahwa variabel independen dalam model regresi tidak menjelaskan variasi yang signifikan dari variabel dependen.
- b. Jika nilai *R-squared* mendekati 1, hal ini menunjukkan bahwa variabel independen dalam model regresi secara efektif menjelaskan variasi yang besar dari variabel dependen.

