

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Tempat dan Waktu Penelitian

3.1.1 Tempat

Lokasi yang dipilih dalam melakukan penelitian ini adalah platform media sosial dan Festival Lenong Oplet Robet ke - VII. Alasan pemilihan lokasi tersebut dikarenakan sumber responden yang sesuai kriteria peneliti untuk melakukan penelitian, yang dalam pengambilan responden di lokasi tersebut terdapat banyak wisatawan yang pernah mengikuti berbagai *event* budaya, dimana wisatawan tersebut merupakan responden dalam penelitian ini.

3.1.2 Waktu

Adapun penelitian ini dilakukan dengan rentang waktu antara bulan Maret 2018 hingga November 2018.

3.2 Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah metode kuantitatif. Menurut Sedarmayanti dan Hidayat (2011), penelitian kuantitatif adalah suatu penelitian yang didasari oleh ilmu yang valid, ilmu yang terukur, menggunakan logika matematika dan membuat generalisasi atas rerata. Metode ini juga disebut sebagai metode kuantitatif karena data-data penelitiannya berupa angka-angka.

Sugiyono (2015) mengatakan metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Variabel yang diteliti pada penelitian ini yaitu variabel independen, variabel dependen, dan *intervening*. Penelitian ini melakukan pengujian hipotesis-hipotesis dan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Adapun variabel independen yaitu *E-WOM*, Sedangkan variabel dependen adalah *Destination Image* dan *Attitude Toward Destination*. Dan variabel *intervening* yaitu *Travel Intention*.

Uji hipotesis pada penelitian ini menggunakan *Structural Equation Modelling* (SEM). Menurut Malhotra (2010) SEM adalah prosedur untuk memperkirakan serangkaian hubungan ketergantungan antara satu set konsep atau konstruksi, diwakili oleh beberapa variabel dimasukkan kedalam model yang terintegrasi.

Penelitian ini menggunakan desain penelitian *exploratory* yaitu penelitian yang dilakukan untuk mencari sebab atau hal-hal yang mempengaruhi terjadinya sesuatu (Sedarmayanti dan Hidayat 2011, p.33). *Exploratory* yaitu pendekatan penelitian yang digunakan untuk meneliti sesuatu yang menarik perhatian peneliti dimana belum diketahui, belum dikenali, belum dipahami dengan baik. Desain penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah eksploratif. Riset eksploratif adalah jenis rancangan riset dengan tujuan utama

mendapatkan gambaran umum serta memahami situasi masalah yang dihadapi peneliti.

Malhotra (2010; p 91) Riset eksploratif dapat dimanfaatkan untuk salah satu maksud berikut ini:

1. Memformulasikan masalah atau mendefinisikan masalah dengan lebih cepat.
2. Mengidentifikasi alternatif rangkaian tindakan.
3. Mengembangkan hipotesis.
4. Memisahkan variabel dan hubungan kunci untuk pengujian lebih lanjut.
5. Mendapatkan wawasan untuk mengembangkan pendekatan terhadap masalah.
6. Membuat prioritas untuk riset lebih lanjut.

3.3 Variabel Penelitian dan Pengukurannya

Penelitian ini menggunakan satu variabel independen yakni *E-WOM* sebagai variabel bebas X, dua variabel *Intervening* yaitu *Destination Image* sebagai variabel *Intervening* Y₁ dan *Attitude Toward Destination* Sebagai variabel *Intervening* Y₂, dan satu variabel dependen yaitu *Travel Intention* sebagai variabel dependen Z.

3.3.1 Variabel Independen

Menurut Sedarmayanti dan Hidayat (2011:48), variabel Independen atau bebas adalah variabel yang diduga sebagai penyebab atau pendahulu variabel lain. Variabel Independen sering disebut sebagai variabel stimulus, prediktor. Variabel bebas merupakan

variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab perubahannya atau timbul variabel dependen (terikat) (Sugiyono, 2015:96). Dalam penelitian ini ada satu variabel independen yakni *E-WOM* sebagai X.

3.3.2 Variabel Dependen

Variabel dependen atau variabel terikat sebagai akibat atau yang dipengaruhi oleh variabel yang mendahuluinya (Sedarmayanti & Hidayat, 2011:49). Menurut Sugiyono (2015:97), variabel terikat sering disebut sebagai variabel output, kriteria, konsekuen. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Adapun variabel terikat dalam penelitian ini yaitu *Travel Intention* sebagai Z.

3.3.3 Variabel *Intervening*

Menurut Sedarmayanti dan Hidayat (2011:52), variabel *intervening* adalah variabel lain yang mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen, tetapi dianggap tidak mempunyai pengaruh utama. Variabel ini merupakan variabel penyela/antara yang terletak di antara variabel independen dan dependen, sehingga variabel independen tidak langsung memengaruhi berubahnya atau timbulnya variabel dependen (Sugiyono, 2015:98). Variabel *intervening* dalam penelitian ini adalah *Destination Image* sebagai Y_1 dan *Attitude Toward Destination* sebagai Y_2 .

3.4 Sampling

3.4.1 Populasi

Menurut Sedarmayanti dan Hidayat (2011) populasi adalah himpunan keseluruhan karakteristik dari objek yang diteliti. Atau dapat diartikan sebagai keseluruhan objek psikologis yang dibatasi oleh kriteria tertentu. Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti (Sugiyono 2015;p.148).

Dalam penelitian ini yang menjadi target populasi adalah wisatawan yang pernah melihat/mendapatkan informasi tentang *event* budaya pada akun media social mereka yang pernah maupun belum pernah mengunjungi *Jember Fashion Carnaval*. ukuran populasi dalam penelitian ini adalah populasi tak hingga (*infinite population*) karena jumlah individu yang pernah melihat/mendapatkan informasi tentang *event* budaya di akun media sosial mereka tidak diketahui secara pasti oleh peneliti dan cenderung tidak terbatas.

3.4.2 Sampel

Sampel adalah suatu bagian dari jumlah dan karakteristik dari populasi (Sugiyono 2015;p.149). Sampel merupakan kelompok kecil yang diamati dan merupakan bagian dari populasi sehingga sifat dan karakteristik populasi juga dimiliki oleh sampel (Sedarmayanti dan Hidayat 2011;p.124).

Metode *sampling* yang digunakan pada penelitian ini adalah *purposive sampling*. *Purposive sampling* merupakan teknik penentuan sampel dengan berbagai pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2015:156). Batasan *purposive sampling* ini adalah wisatawan yang belum pernah datang ke *Jember Fashion Carnaval* namun pernah melihat/mendapatkan informasi tentang event budaya pada akun media social mereka..

Menurut Sanusi (2013;p.175), dalam menentukan ukuran sampel dalam analisis SEM ada beberapa pedoman, sebagai berikut:

1. Ukuran Sampel 100-200 untuk teknik estimasi *maximum likelihood* (ML).
2. Bergantung pada jumlah parameter yang diestimasi. Pedomannya adalah 5-10 kali jumlah parameter.
3. Bergantung pada jumlah indikator yang digunakan dalam seluruh variabel bentukan. Jumlah sampel adalah jumlah indikator variabel bentukan, yang dikali lima sampai dengan sepuluh. Apabila terdapat 20 indikator, besarnya sampe adalah antara 100-200.
4. Jika sampelnya sangat besar, peneliti dapat memilih teknik estimati tertentu.

Dari pernyataan Sanusi diatas maka peneliti akan menggunakan sampel sebanyak 258 responden. Dalam penelitian ini, yang dapat dijadikan responden adalah wisatawan karena biasanya wisatawan yang berkunjung berasal dari berbagai daerah bahkan luar negeri yang ingin

menikmati wisata *Jember Fashion Carnaval*. Platform media sosial dan Festival Leonong Oplet Robet ke – VII dipilih sebagai lokasi diambilnya sampel karena merupakan tempat yang memiliki banyak wisatawan yang mudah dijumpai dan berkaitan erat dengan variabel penelitian ini yaitu *Electronic Word of Mouth*.

Tabel III.1

Tabel Jumlah Responden Penelitian Terdahulu

No.	Penulis	Lokasi	Jumlah Responden	Teknik Pengambilan Responden	Karakteristik Sampel	Teknik Analisis Data
1.	Ying-Chuan Wang (2013)	Macau	484	<i>convenience sampling</i>	<i>members of online communities or travel groups</i>	SPSS19.0 / Regression
2.	Zarrad and Debabi (2015)	Tunisia	219	<i>Quantitative approach with self-administered questionnaire</i>	<i>members of online communities or travel groups. international visitors</i>	SEM

3.	Shabnam Doosti and Friends (2016)	Mazandaran, Iran	241	<i>Face to face survey</i>	<i>tourists who attended the city</i>	AMOS 18 / SEM
4.	Rangga Restu Prayogo and Friends (2016)	Yogyakarta, Indonesia	215	<i>purposive sampling</i>	<i>all tourists visit to Malioboro street</i>	WarpPLS 3.0 / SEM
5.	Virginia Winarta and Friends (2017)	Indonesia	150	<i>non probability sampling with purposive sampling type</i>	<i>respondents who have an interest to travel to Raja Ampat and active or frequently use Instagram</i>	SPSS 16.0 and AMOS 16 / SEM
6.	Mohammad Reza Jalilvand and Friends (2012)	Isfahan, Iran	264	<i>nonprobability, convenience-sampling approach</i>	<i>International tourists in Isfahan</i>	ANOVA / SEM

7.	Abubakar Mohammed Abubakar and Mustafa Allkan (2015)	Turkey	216	<i>Random sampling</i>	<i>local patients (Northern Cyprus nationals) receiving medical care in hospital</i>	SEM
8.	Abbas N. Albarq (2014)	Jordan	302	<i>convenience sampling</i>	<i>International visitors</i>	SEM
9.	Putu Yudi Setiawan and Friends (2014)	Bali, Indonesia	150	<i>non- probability sampling</i>	<i>local travelers who have been to Bali at least twice</i>	SEM
10.	Koji Ishida and Friends (2016)	USA	976	<i>convenience sampling, simple random sampling,</i>	<i>tourists who had visited Branson Welcome Center</i>	SPSS / ANOVA / linear regression
11	Mohammad Reza Jalilvand and Neda	Isfahan, Iran	296	<i>cluster sampling</i>	<i>inbound tourists who visited Isfahan</i>	ANOVA / SEM

	Samiei (2011)				<i>during a four-week period of research in June 2011</i>	
12	Ramdan Muhamad Rizky and Friends (2017)	Indonesia	167	<i>Online questionnai r</i>	<i>Instagram follower of @explore_ batu</i>	GSCA / SEM
13	Gengeswa ri Krishnapi llai and Kwok See Ying (2017)	Malaysia	500	<i>Snowball sampling</i>	<i>students in Malaysia</i>	SEM
14	Meysam Fakharya n and Friends (2012)	Isfahan, Iran	189	<i>nonprobabi lity convenienc e sampling</i>	<i>internation al tourists in Isfahan</i>	AVE / Cronbach's alpha / intercorrela tion / SEM
15	Ginanjari Budhiraha rja and Heru Kurnianto Tjahtjono (2017)	Indonesia	280	<i>purposive sampling</i>	<i>local tourists who love to travel to Yogyakarta which joining</i>	SEM

					<i>online group or community</i>	
16	Mohammad Reza Jalilvand (2016)	Shiraz, Iran	323	<i>self-administered questionnaire-based survey, convenience sampling</i>	<i>foreign and local tourists who had visited at least one historical tourism attraction in Shiraz</i>	SEM

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan data primer. Data primer menurut Hidayat (2011;p73) adalah data yang dilakukan atau berasal dari pihak pertama. Biasanya berupa angket, wawancara, pendapat, dan lain-lain. dalam bukunya Sugiyono (2015;p.223), data primer merupakan sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data.

Data primer tersebut diperoleh melalui teknik pengumpulan data berupa kuesioner yang dibagikan kepada 258 responden yang berada di *Platform* media sosial guna memperoleh informasi tentang variabel – variabel yang diteliti dalam penelitian ini.

3.6 Operasionalisasi Variabel

3.6.1 Perbincangan elektronik dari mulut ke mulut (*E-WOM*)

Definisi Konseptual: *E-WOM* adalah alat komunikasi informal diarahkan pada konsumen melalui teknologi berbasis internet yang berkaitan dengan penggunaan atau karakteristik khusus barang dan jasa.

Tabel III.2

Perbincangan elektronik dari mulut ke mulut (*E-WOM*)

Sumber	Indikator Asli	Indikator Terjemahan	Indikator Adaptasi
Zarrad and Debabi (2015)	<ul style="list-style-type: none"> - <i>I often consult other tourists' online travel reviews to help choose an attractive destination</i> - <i>When I travel to a destination, tourists' online travel reviews make me confident in travelling to the destination</i> - <i>I frequently gather information from tourists' online travel reviews before I travel to a certain destination</i> - <i>I often read other tourists' online travel</i> 	<ul style="list-style-type: none"> - Saya sering berkonsultasi dengan ulasan perjalanan online wisatawan lain untuk membantu memilih tujuan yang menarik - Ketika saya bepergian ke tujuan, ulasan perjalanan wisata membuat saya percaya diri dalam bepergian ke tujuan - Saya sering mengumpulkan informasi dari ulasan perjalanan online turis sebelum saya 	<ul style="list-style-type: none"> - Saya sering berkonsultasi dengan ulasan perjalanan online wisatawan lain untuk membantu memilih tujuan yang menarik - Ketika saya bepergian ke Jember Fashion Carnaval, ulasan perjalanan wisata membuat saya percaya diri dalam bepergian ke Jember Fashion Carnaval - Saya sering mengumpulkan informasi dari ulasan perjalanan online turis sebelum saya melakukan

	<p><i>reviews to know what destinations make good impressions on others</i></p> <p>- <i>If I don't read tourists' online travel reviews when I travel to a destination, I worry about my decision</i></p> <p>- <i>To make sure I choose the right destination, I often read other tourists' online travel reviews</i></p>	<p>melakukan perjalanan ke tujuan tertentu</p> <p>- Saya sering membaca ulasan perjalanan online turis lain untuk mengetahui tujuan apa yang membuat tayangan bagus bagi orang lain</p> <p>- Jika saya tidak membaca ulasan perjalanan online turis ketika saya bepergian ke tujuan, saya khawatir tentang keputusan saya</p> <p>- Untuk memastikan saya memilih tujuan yang tepat, saya sering membaca ulasan perjalanan online turis lain</p>	<p>perjalanan ke Jember Fashion Carnaval</p> <p>- Saya sering membaca ulasan perjalanan online turis lain untuk mengetahui tujuan apa yang membuat tayangan bagus bagi orang lain</p> <p>- Jika saya tidak membaca ulasan perjalanan online turis ketika saya bepergian ke Jember Fashion Carnaval, saya khawatir tentang keputusan saya</p> <p>- Untuk memastikan saya memilih tujuan yang tepat, saya sering membaca ulasan perjalanan online turis lain</p>
<p>Shabnam Doosti and Friends (2016)</p>	<p>- <i>I often read other tourists' online travel reviews to know what cities make good impressions on others</i></p> <p>- <i>To make sure I choose the right tourism city (like</i></p>	<p>- Saya sering membaca ulasan perjalanan online wisatawan lain untuk mengetahui kota apa yang membuat tayangan bagus bagi orang lain</p>	<p>- Saya sering membaca ulasan perjalanan online wisatawan lain untuk mengetahui tujuan apa yang membuat tayangan bagus bagi orang lain</p>

	<p><i>Pool), I often read other tourists' online travel reviews</i></p> <p><i>- I often consult other tourists' online travel reviews to help choose an attractive city (like Pool)</i></p> <p><i>- I frequently gather information from tourists' online travel reviews before I travel to a certain city (like Pool)</i></p> <p><i>- If I don't read tourists' online travel reviews when I travel to a city (like Pool), I worry about my decision</i></p> <p><i>- When I travel to a city (like Pool), tourists' online travel reviews make me confident in travelling to the city</i></p>	<p>- Untuk memastikan saya memilih kota pariwisata yang tepat (seperti Pool), saya sering membaca ulasan perjalanan online wisatawan lain</p> <p>- Saya sering berkonsultasi dengan ulasan perjalanan online wisatawan lain untuk membantu memilih kota yang menarik (seperti Pool)</p> <p>- Saya sering mengumpulkan informasi dari ulasan perjalanan online turis sebelum saya bepergian ke kota tertentu (seperti Pool)</p> <p>- Jika saya tidak membaca ulasan perjalanan online wisatawan ketika saya bepergian ke kota (seperti Pool), saya khawatir tentang keputusan saya</p> <p>- Ketika saya bepergian ke kota (seperti Pool),</p>	<p>- Untuk memastikan saya memilih tujuan pariwisata yang tepat (seperti Jember Fashion Carnaval), saya sering membaca ulasan perjalanan online wisatawan lain</p> <p>- Saya sering berkonsultasi dengan ulasan perjalanan online wisatawan lain untuk membantu memilih tujuan yang menarik (seperti Jember Fashion Carnaval)</p> <p>- Saya sering mengumpulkan informasi dari ulasan perjalanan online turis sebelum saya bepergian ke tujuan tertentu (seperti Jember Fashion Carnaval)</p> <p>- Jika saya tidak membaca ulasan perjalanan online wisatawan ketika saya bepergian ke tujuan (seperti Jember Fashion Carnaval), saya khawatir tentang keputusan saya</p>
--	--	--	---

		ulasan perjalanan online wisatawan membuat saya percaya diri dalam perjalanan ke kota	- Ketika saya bepergian ke tujuan (seperti Jember Fashion Carnaval), ulasan perjalanan online wisatawan membuat saya percaya diri dalam perjalanan ke tujuan
Rangga Restu Prayogo and Friends (2016)	<p>- <i>I need information from internet before I visit intention</i></p> <p>- <i>I get a lot of tourist attractions on Malioboro street from the internet to be used as reference</i></p> <p>- <i>Before I go for travel, I always gather information from travel trip of another tourists via the internet</i></p> <p>- <i>The internet gives me a lot of benefits to choose the best tourist destination</i></p>	<p>- Saya butuh informasi dari internet sebelum saya mengunjungi intensi</p> <p>- Saya mendapat banyak tempat wisata Jalan Malioboro dari internet untuk dijadikan referensi</p> <p>- Sebelum saya melakukan perjalanan, saya selalu mengumpulkan informasi dari perjalanan perjalanan turis lain melalui internet</p> <p>- Internet memberi saya banyak manfaat untuk memilih tujuan wisata terbaik</p>	<p>- Saya butuh informasi dari internet sebelum saya mengunjungi intensi</p> <p>- Saya mendapat banyak tempat wisata Jember Fashion Carnaval dari internet untuk dijadikan referensi</p> <p>- Sebelum saya melakukan perjalanan, saya selalu mengumpulkan informasi dari perjalanan perjalanan turis lain melalui internet</p> <p>- Internet memberi saya banyak manfaat untuk memilih tujuan wisata terbaik</p>
Virginia Winarta and Friends (2017)	- <i>I often read reviews of other travelers via Instagram, to select destinations.</i>	- Saya sering membaca ulasan wisatawan lain melalui Instagram, untuk memilih tujuan.	- Saya sering membaca ulasan wisatawan lain melalui Instagram, untuk memilih tujuan.

	<p>- <i>I often read reviews of other travelers to make sure I choose the correct destination</i></p> <p>- <i>I often ask other travelers via Instagram to help choose destinations</i></p> <p>- <i>I often collect information from other travelers review via Instagram before travel.</i></p> <p>- <i>I often read reviews of other travelers that I did not feel worried.</i></p> <p>- <i>Another traveler reviews of Instagram makes me confident to travel</i></p>	<p>- Saya sering membaca ulasan wisatawan lain untuk memastikan saya memilih tujuan yang benar</p> <p>- Saya sering meminta wisatawan lain melalui Instagram untuk membantu memilih tujuan</p> <p>- Saya sering mengumpulkan informasi dari ulasan wisatawan lain melalui Instagram sebelum bepergian.</p> <p>- Saya sering membaca ulasan wisatawan lain yang saya tidak merasa khawatir.</p> <p>- Ulasan traveler lain dari Instagram membuat saya percaya diri untuk melakukan perjalanan</p>	<p>- Saya sering membaca ulasan wisatawan lain untuk memastikan saya memilih tujuan yang benar</p> <p>- Saya sering meminta wisatawan lain melalui Instagram untuk membantu memilih tujuan</p> <p>- Saya sering mengumpulkan informasi dari ulasan wisatawan lain melalui Instagram sebelum bepergian ke Jember Fashion Carnival.</p> <p>- Saya sering membaca ulasan wisatawan lain yang saya tidak merasa khawatir.</p> <p>- Ulasan traveler lain dari Instagram membuat saya percaya diri untuk melakukan perjalanan ke Jember Fashion Carnival</p>
Mohammad Reza Jalilvand	<p>- <i>I often read other tourists' online travel reviews to know what</i></p>	<p>- Saya sering membaca ulasan perjalanan online wisatawan lain untuk</p>	<p>- Saya sering membaca ulasan perjalanan online wisatawan lain untuk</p>

<p><i>and Friends (2012)</i></p>	<p><i>destinations make good impressions on others</i></p> <p>- <i>To make sure I choose the right destination (like Iran), I often read other tourists' online travel reviews</i></p> <p>- <i>I often consult other tourists' online travel reviews to help choose an attractive destination (like Iran)</i></p> <p>- <i>I frequently gather information from tourists' online travel reviews before I travel to a certain destination (like Iran)</i></p> <p>- <i>If I don't read tourists' online travel reviews when I travel to a destination (like Iran), I worry about my decision</i></p> <p>- <i>When I travel to a destination (like Iran), tourists' online travel reviews make me confident in traveling</i></p>	<p>mengetahui tujuan wisata membuat tayangan yang baik bagi orang lain</p> <p>- Untuk memastikan saya memilih tujuan yang tepat (seperti Iran), saya sering membaca ulasan perjalanan online wisatawan lain</p> <p>- Saya sering berkonsultasi dengan ulasan perjalanan online wisatawan lain untuk membantu memilih tujuan yang menarik (seperti Iran)</p> <p>- Saya sering mengumpulkan informasi dari ulasan perjalanan online turis sebelum saya melakukan perjalanan ke tujuan tertentu (seperti Iran)</p> <p>- Jika saya tidak membaca ulasan perjalanan online turis ketika saya bepergian ke tujuan</p>	<p>mengetahui tujuan wisata membuat tayangan yang baik bagi orang lain</p> <p>- Untuk memastikan saya memilih tujuan yang tepat (seperti Jember Fashion Carnaval), saya sering membaca ulasan perjalanan online wisatawan lain</p> <p>- Saya sering berkonsultasi dengan ulasan perjalanan online wisatawan lain untuk membantu memilih tujuan yang menarik (seperti Jember Fashion Carnaval)</p> <p>- Saya sering mengumpulkan informasi dari ulasan perjalanan online turis sebelum saya melakukan perjalanan ke tujuan tertentu (seperti Jember Fashion Carnaval)</p> <p>- Jika saya tidak membaca ulasan perjalanan online turis ketika saya bepergian ke tujuan (seperti Jember Fashion Carnaval), saya</p>
----------------------------------	--	---	--

	<i>to the destination</i>	(seperti Iran), saya khawatir tentang keputusan saya - Saat saya bepergian ke tujuan (seperti Iran), ulasan perjalanan online wisatawan membuat saya percaya diri dalam bepergian ke tujuan	khawatir tentang keputusan saya - Saat saya bepergian ke tujuan (seperti Jember Fashion Carnaval), ulasan perjalanan online wisatawan membuat saya percaya diri dalam bepergian ke tujuan
Gengeswari Krishnapillai and Kwok See Ying (2017)	<i>-Information about vocation on the Facebook is certain</i> <i>-Information about vocation on the Facebook will reduce the perceived risk in travelling to the destination</i> <i>-Information about vocation on the Facebook generated by peers is perceived to be reliable</i> <i>- Tourists' online review is an influential source of information</i>	- Informasi tentang panggilan di Facebook sudah pasti - Informasi tentang panggilan di Facebook akan mengurangi risiko yang dirasakan dalam perjalanan ke tujuan - Informasi tentang panggilan di Facebook yang dihasilkan oleh rekan-rekan dianggap dapat diandalkan - Ulasan online Wisatawan adalah sumber informasi penting menuju tujuan perjalanan	- Informasi tentang panggilan di Facebook sudah pasti - Informasi tentang panggilan di Facebook akan mengurangi risiko yang dirasakan dalam perjalanan ke Jember Fashion Carnaval - Informasi tentang panggilan di Facebook yang dihasilkan oleh rekan-rekan dianggap dapat diandalkan - Ulasan online Wisatawan adalah sumber informasi penting menuju Jember Fashion Carnaval - Ulasan perjalanan online Wisatawan adalah sumber

	<p><i>towards traveling destination</i></p> <p>- <i>Tourists' online travel review is an acceptable source of information</i></p>	<p>- Ulasan perjalanan online Wisatawan adalah sumber informasi yang dapat diterima</p>	<p>informasi yang dapat diterima</p>
<p>Meysam Fakharyan and Friends (2012)</p>	<p><i>-often read other tourists' online travel reviews to knowwhat destinations make good impressions on others</i></p> <p><i>-To make sure I choose the right destination, I often read other tourists' online travel reviews</i></p> <p><i>-I often consult other tourists' online travel reviews to help choose an attractive destination</i></p> <p><i>-I frequently gather information from tourists' online travel reviews before I travel to a certain destination</i></p>	<p>- sering membaca ulasan perjalanan online wisatawan lain untuk mengetahui apa tujuan membuat tayangan yang baik bagi orang lain</p> <p>- Untuk memastikan saya memilih tujuan yang tepat, saya sering membaca ulasan perjalanan online wisatawan lain</p> <p>- Saya sering berkonsultasi dengan ulasan perjalanan online wisatawan lain untuk membantu memilih tujuan yang menarik</p> <p>- Saya sering mengumpulkan informasi dari ulasan perjalanan online</p>	<p>- sering membaca ulasan perjalanan online wisatawan lain untuk mengetahui apa tujuan membuat tayangan yang baik bagi orang lain</p> <p>- Untuk memastikan saya memilih tujuan yang tepat, saya sering membaca ulasan perjalanan online wisatawan lain</p> <p>- Saya sering berkonsultasi dengan ulasan perjalanan online wisatawan lain untuk membantu memilih tujuan yang menarik</p> <p>- Saya sering mengumpulkan informasi dari ulasan perjalanan online turis sebelum saya melakukan perjalanan ke Jember Fashion Carnaval</p>

	<p><i>-If I don't read tourists' online travel reviews when I travel to a destination, I worry about my decision</i></p> <p><i>-When I travel to a destination, tourists' online travel reviews make me confident in travelling to the destination</i></p>	<p>online turis sebelum saya melakukan perjalanan ke tujuan tertentu</p> <p>- Jika saya tidak membaca ulasan perjalanan online wisatawan ketika saya bepergian ke tujuan, saya khawatir tentang keputusan saya</p> <p>- Saat saya bepergian ke tujuan, ulasan perjalanan online wisatawan membuat saya percaya diri dalam bepergian ke tujuan</p>	<p>- Jika saya tidak membaca ulasan perjalanan online wisatawan ketika saya bepergian ke Jember Fashion Carnaval, saya khawatir tentang keputusan saya</p> <p>- Saat saya bepergian ke tujuan, ulasan perjalanan online wisatawan membuat saya percaya diri dalam bepergian ke Jember Fashion Carnaval</p>
<p>Ginanjar Budhiraharja and Heru Kurnianto Tjahtjono (2017)</p>	<p><i>- I often read travel reviews on social media to find out tourist destinations in Yogyakarta which attract tourists in general.</i></p> <p><i>- I often read travel reviews on social media to convince myself that I chose the right destination in Yogyakarta.</i></p>	<p>- Saya sering membaca ulasan perjalanan di media sosial untuk mencari tahu tujuan wisata Yogyakarta yang menarik wisatawan pada umumnya.</p> <p>- Saya sering membaca ulasan perjalanan di media sosial untuk meyakinkan diri bahwa saya memilih tujuan yang tepat di Yogyakarta.</p>	<p>- Saya sering membaca ulasan perjalanan di media sosial untuk mencari tahu tujuan wisata Jember Fashion Carnaval yang menarik wisatawan pada umumnya.</p> <p>- Saya sering membaca ulasan perjalanan di media sosial untuk meyakinkan diri bahwa saya memilih tujuan yang tepat di Jember Fashion Carnaval.</p>

	<p>- <i>I often consult with people who've made a review of a destination in Yogyakarta should I visit in social media.</i></p> <p>- <i>I often look for information about a destination reviews in Yogyakarta should I visit before traveling to these destinations.</i></p> <p>- <i>I'm afraid to be disappointed if it does not read the reviews on social media about destinations in Yogyakarta first.</i></p> <p>- <i>I'm more confident when traveling to a destination Yogyakarta after reading the reviews on social media destinations.</i></p>	<p>- Saya sering berkonsultasi dengan orang-orang yang sudah melakukan review terhadap suatu destinasi di Yogyakarta yang harus saya kunjungi di media sosial.</p> <p>- Saya sering mencari informasi tentang ulasan tujuan di Yogyakarta yang harus saya kunjungi sebelum bepergian ke tujuan ini.</p> <p>- Saya takut kecewa jika tidak membaca ulasan di media sosial tentang destinasi di Yogyakarta terlebih dahulu.</p> <p>- Saya lebih percaya diri ketika bepergian ke tujuan Yogyakarta setelah membaca ulasan tentang tujuan media sosial.</p>	<p>- Saya sering berkonsultasi dengan orang-orang yang sudah melakukan review terhadap suatu destinasi di Jember Fashion Carnaval yang harus saya kunjungi di media sosial.</p> <p>- Saya sering mencari informasi tentang ulasan tujuan di Jember Fashion Carnaval yang harus saya kunjungi sebelum bepergian ke tujuan ini.</p> <p>- Saya takut kecewa jika tidak membaca ulasan di media sosial tentang destinasi di Jember Fashion Carnaval terlebih dahulu.</p> <p>- Saya lebih percaya diri ketika bepergian ke tujuan Jember Fashion Carnaval setelah membaca ulasan tentang tujuan media sosial.</p>
--	---	--	--

3.6.2 Citra Destinasi (*Destination Image*)

Definisi Konseptual: *Destination Image* adalah persepsi seseorang tentang produk, objek, perilaku, dan peristiwa yang didorong oleh keyakinan, perasaan, dan serangkaian tujuan yang memiliki ide dan harapan untuk tempat atau perjalanan tertentu.

Tabel III.3

Citra Destinasi (*Destination Image*)

Sumber	Indikator Asli	Indikator Terjemahan	Indikator Adaptasi
Shabnam Doosti and Friends (2016)	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Pool city is safe and secure</i> - <i>Pool city offers exciting and interesting places to visit</i> - <i>Pool city has beautiful scenery and natural attractions</i> - <i>Pool city has a pleasant climate</i> 	<ul style="list-style-type: none"> - Pool city aman dan terlindungi - Pool city menawarkan tempat menarik dan menarik untuk dikunjungi - Pool city memiliki pemandangan yang indah dan atraksi alam - Pool city memiliki iklim yang menyenangkan 	<ul style="list-style-type: none"> - Jember Fashion Carnaval aman dan terlindungi - Jember Fashion Carnaval menawarkan tempat menarik dan menarik untuk dikunjungi - Jember Fashion Carnaval memiliki pemandangan yang indah dan atraksi alam - Jember Fashion Carnaval memiliki iklim yang menyenangkan
Rangga Restu Prayogo and	<ul style="list-style-type: none"> - <i>I loved and was intrigued by the history of malioboro street</i> 	<ul style="list-style-type: none"> - Saya suka dan tertarik dengan sejarah jalan malioboro 	<ul style="list-style-type: none"> - Saya suka dan tertarik dengan sejarah Jember Fashion Carnaval

<p><i>Friends</i> (2016)</p>	<p>- <i>Javanese culture that exists in malioboro street makes me happy</i> - <i>Malioboro street has a beautiful view at night</i> - <i>I feel comfortable being in malioboro street</i></p>	<p>- Budaya Jawa yang ada di jalan malioboro membuat saya senang - Jalan Malioboro memiliki pemandangan yang indah di malam hari - Saya merasa nyaman berada di jalan malioboro</p>	<p>- Budaya Indonesia yang ada di Jember Fashion Carnaval membuat saya senang - Jember Fashion Carnaval memiliki pemandangan yang indah di malam hari - Saya merasa nyaman berada di Jember Fashion Carnaval</p>
<p>Mohammad Reza Jalilvand <i>and Friends</i> (2012)</p>	<p>-<i>Iran is safe and secure</i>^{[1][SEP]} -<i>Iran offers exciting and interesting places to visit</i>^{[1][SEP]} -<i>Iran has beautiful scenery and natural attractions</i>^{[1][SEP]} -<i>Iran has a pleasant climate</i> -<i>As a tourism destination, Iran offers good value for money</i></p>	<p>-Iran aman dan aman -Iran menawarkan tempat menarik dan menarik untuk dikunjungi -Iran memiliki pemandangan indah dan wisata alam -Iran memiliki iklim yang menyenangkan -Sebagai tujuan pariwisata, Iran menawarkan nilai terbaik untuk uang</p>	<p>- Jember Fashion Carnaval aman dan aman - Jember Fashion Carnaval menawarkan tempat menarik dan menarik untuk dikunjungi - Jember Fashion Carnaval memiliki pemandangan indah dan wisata alam - Jember Fashion Carnaval memiliki iklim yang menyenangkan -Sebagai tujuan pariwisata, Jember Fashion Carnaval menawarkan nilai terbaik untuk uang</p>

Mohammad Reza Jalilvand (2016)	<p>- <i>The destination offers historic charms</i></p> <p>- <i>The destination offers a number of cultural and festival events</i></p> <p>- <i>The destination has outstanding Scenery</i></p> <p>- <i>In and around the destination, there are great places of outdoor activities</i></p>	<p>- Tempat tujuan menawarkan pesona bersejarah</p> <p>- Tempat tujuan menawarkan sejumlah acara budaya dan festival</p> <p>- Tujuannya memiliki luar biasa Pemandangan</p> <p>- Di dalam dan di sekitar tempat tujuan, ada tempat-tempat bagus untuk aktivitas luar ruangan</p>	<p>- Jember Fashion Carnaval menawarkan pesona bersejarah</p> <p>- Jember Fashion Carnaval menawarkan sejumlah acara budaya dan festival</p> <p>- Jember Fashion Carnaval memiliki luar biasa Pemandangan</p> <p>- Di dalam dan di sekitar Jember Fashion Carnaval, ada tempat-tempat bagus untuk aktivitas luar ruangan</p>
--------------------------------	--	--	--

3.6.3 Sikap Terhadap Tujuan (*Attitude Toward Destination*)

Definisi Konseptual: *Attitude*/sikap adalah sebuah evaluasi, perasaan emosional, dan kecenderungan tindakan yang menguntungkan atau tidak menguntungkan dan bertahan lama dari seseorang terhadap suatu obyek atau gagasan.

Tabel III.4

Sikap Terhadap Tujuan (*Attitude Toward Destination*)

Sumber	Indikator Asli	Indikator Terjemahan	Indikator Adaptasi
Zarrad and Debabi (2015)	<p><i>-I think that Tunisia is very bad/very good</i></p> <p><i>-I think that Tunisia is very worthless/very valuable</i></p> <p><i>-I think that Tunisia is very unpleasant/very pleasant</i></p>	<p>-Saya pikir Tunisia sangat buruk / sangat bagus</p> <p>-Saya berpikir bahwa Tunisia sangat tidak berharga / sangat berharga</p> <p>-Saya berpikir bahwa Tunisia sangat tidak menyenangkan / sangat menyenangkan</p>	<p>-Saya pikir Jember Fashion Carnaval sangat buruk / sangat bagus</p> <p>-Saya berpikir bahwa Jember Fashion Carnaval sangat tidak berharga / sangat berharga</p> <p>-Saya berpikir bahwa Jember Fashion Carnaval sangat tidak menyenangkan / sangat menyenangkan</p>
Shabnam Doosti and Friends (2016)	<p><i>- As a tourism city, I think that Pool is: Very bad/Very good</i></p> <p><i>- Very worthless/Very valuable</i></p> <p><i>- Very unpleasant/Very pleasant</i></p> <p><i>- Very boring/Very attractive</i></p>	<p>- Sebagai kota pariwisata, saya pikir Pool adalah: Sangat buruk / Sangat bagus</p> <p>- Sangat tidak berharga / sangat berharga</p> <p>- Sangat tidak menyenangkan / Sangat menyenangkan</p>	<p>- Sebagai kota pariwisata, saya pikir Jember Fashion Carnaval adalah: Sangat buruk / Sangat bagus</p> <p>- Sangat tidak berharga / sangat berharga</p> <p>- Sangat tidak menyenangkan / Sangat menyenangkan</p>

		- Sangat membosankan / Sangat menarik	- Sangat membosankan / Sangat menarik
Virginia Winarta and Friends (2017)	<p><i>- Raja Ampat is a great attraction</i></p> <p><i>- Raja Ampat is a valuable attraction</i></p> <p><i>- Raja Ampat is a fun attraction</i></p>	<p>- Raja Ampat merupakan daya tarik yang luar biasa</p> <p>- Raja Ampat merupakan daya tarik yang berharga</p> <p>- Raja Ampat adalah atraksi yang menyenangkan</p>	<p>- Jember Fashion Carnaval merupakan daya tarik yang luar biasa</p> <p>- Jember Fashion Carnaval merupakan daya tarik yang berharga</p> <p>- Jember Fashion Carnaval adalah atraksi yang menyenangkan</p>
Mohammad Reza Jalilvand and Friends (2012)	<p><i>-I think that Iran is Very bad/Very good</i></p> <p><i>-I think that Iran is Very worthless/Very valuable^[SEP]</i></p> <p><i>-I think that Iran is Very unpleasant/Very pleasant</i></p>	<p>-Saya berpikir bahwa Iran Sangat buruk / Sangat bagus</p> <p>-Saya berpikir bahwa Iran sangat tidak berharga / sangat berharga</p> <p>-Saya pikir bahwa Iran sangat tidak menyenangkan / Sangat menyenangkan</p>	<p>-Saya berpikir bahwa Jember Fashion Carnaval Sangat buruk / Sangat bagus</p> <p>-Saya berpikir bahwa Jember Fashion Carnaval sangat tidak berharga / sangat berharga</p> <p>-Saya pikir bahwa Jember Fashion Carnaval sangat tidak menyenangkan / Sangat menyenangkan</p>

<p>Meysam Fakharyan and Friends (2012)</p>	<p>-As a tourism destination, I think that Iran is: very bad/very good</p> <p>-As a tourism destination, I think that Iran is: very worthless/very valuable</p> <p>-As a tourism destination, I think that Iran is: very unpleasant/very pleasant</p>	<p>- Sebagai tujuan pariwisata, saya pikir Iran adalah: sangat buruk / sangat bagus</p> <p>- Sebagai tujuan pariwisata, saya pikir Iran adalah: sangat tidak berharga / sangat berharga</p> <p>- Sebagai tujuan pariwisata, saya pikir Iran adalah: sangat tidak menyenangkan / sangat menyenangkan</p>	<p>- Sebagai tujuan pariwisata, saya pikir Jember Fashion Carnaval adalah: sangat buruk / sangat bagus</p> <p>- Sebagai tujuan pariwisata, saya pikir Jember Fashion Carnaval adalah: sangat tidak berharga / sangat berharga</p> <p>- Sebagai tujuan pariwisata, saya pikir Jember Fashion Carnaval adalah: sangat tidak menyenangkan / sangat menyenangkan</p>
<p>Ginanjar Budhiraharja and Heru Kurnianto Tjahtjono (2017)</p>	<p>- I felt destinations and tourist accommodation in Yogyakarta is good.</p> <p>- I feel the money I spend to travel to Yogyakarta commensurate with the experience I have gained</p>	<p>- Saya merasa destinasi dan akomodasi turis di Yogyakarta bagus.</p> <p>- Saya merasa uang yang saya keluarkan untuk bepergian ke Yogyakarta sepadan dengan pengalaman yang saya dapatkan</p> <p>- Saya selalu puas saat bepergian di Yogyakarta.</p>	<p>- Saya merasa destinasi dan akomodasi turis di Jember Fashion Carnaval bagus.</p> <p>- Saya merasa uang yang saya keluarkan untuk bepergian ke Jember Fashion Carnaval sepadan dengan pengalaman yang saya dapatkan</p>

	- <i>I am always satisfied when traveling in Yogyakarta.</i>		- Saya selalu puas saat bepergian di Jember Fashion Carnaval.
Mohammad Reza Jalilvand (2016)	<p>- <i>I think the destination is: very bad/very good</i></p> <p>- <i>I think the destination is: Very worthless/very valuable</i></p> <p>- <i>I think the destination is: Very unpleasant/very pleasant</i></p>	<p>- Saya pikir tujuannya adalah: sangat buruk / sangat bagus</p> <p>- Saya pikir tujuannya adalah: Sangat tidak berharga / sangat berharga</p> <p>- Saya pikir tujuannya adalah: Sangat tidak menyenangkan / sangat menyenangkan</p>	<p>- Saya pikir Jember Fashion Carnaval adalah: sangat buruk / sangat bagus</p> <p>- Saya pikir Jember Fashion Carnaval adalah: Sangat tidak berharga / sangat berharga</p> <p>- Saya pikir Jember Fashion Carnaval adalah: Sangat tidak menyenangkan / sangat menyenangkan</p>

3.6.4 Niat Bepergian (*Travel Intention*)

Definisi Konseptual: *Travel Intention* mewakili bagaimana seseorang bersedia mengadopsi perilaku dan seberapa besar upaya yang akan dia terapkan terhadap perilaku tersebut. Perilaku dalam niat bepergian merupakan indikasi kesiapan untuk melakukan perilaku tertentu dan diasumsikan mendahului perilaku actual.

Tabel III.5

Niat Bepergian (*Travel Intention*)

Sumber	Indikator Asli	Indikator Terjemahan	Indikator Adaptasi
Zarrad and Debabi (2015)	<ul style="list-style-type: none"> - <i>I predict I will visit Tunisia in the future</i> - <i>I would visit Tunisia rather than any other tourism destination</i> - <i>If everything goes as I think, I will plan to visit Tunisia in the future</i> 	<ul style="list-style-type: none"> - Saya memprediksi saya akan mengunjungi Tunisia di masa depan - Saya akan mengunjungi Tunisia daripada tujuan pariwisata lainnya - Jika semuanya berjalan seperti yang saya pikirkan, saya akan berencana untuk mengunjungi Tunisia di masa depan 	<ul style="list-style-type: none"> - Saya memprediksi saya akan mengunjungi Jember Fashion Carnaval di masa depan - Saya akan mengunjungi Jember Fashion Carnaval daripada tujuan pariwisata lainnya - Jika semuanya berjalan seperti yang saya pikirkan, saya akan berencana untuk mengunjungi Jember Fashion Carnaval di masa depan
Shabnam Doosti and Friends (2016)	<ul style="list-style-type: none"> - <i>I predict I will visit Pool city in the future</i> - <i>I would visit Pool city rather than any other tourism city</i> - <i>If everything goes as I think, I will plan to visit Pool city in the future</i> - <i>I recommend other</i> 	<ul style="list-style-type: none"> - Saya memprediksi saya akan mengunjungi Pool city di masa depan - Saya akan mengunjungi Pool city daripada kota pariwisata lainnya 	<ul style="list-style-type: none"> - Saya memprediksi saya akan mengunjungi Jember Fashion Carnaval di masa depan - Saya akan mengunjungi Jember Fashion Carnaval daripada kota pariwisata lainnya

	<p><i>tourists to travel Pool city</i></p>	<p>- Jika semuanya berjalan seperti yang saya pikirkan, saya akan berencana untuk mengunjungi Pool city di masa depan</p> <p>- Saya merekomendasikan turis lain untuk bepergian ke Pool city</p>	<p>- Jika semuanya berjalan seperti yang saya pikirkan, saya akan berencana untuk mengunjungi Jember Fashion Carnaval di masa depan</p> <p>- Saya merekomendasikan turis lain untuk bepergian ke Jember Fashion Carnaval</p>
<p>Rangga Restu Prayogo and Friends (2016)</p>	<p>- <i>I predict I will visit Malioboro street in the future</i></p> <p>- <i>I would visit Malioboro street rather than any other tourism destination</i></p> <p>- <i>If everything goes as I think, I will plan to visit Malioboro street in the future</i></p>	<p>- Saya memprediksi saya akan mengunjungi jalan Malioboro di masa depan</p> <p>- Saya akan mengunjungi jalan Malioboro daripada tujuan wisata lainnya</p> <p>- Jika semuanya berjalan seperti yang saya pikirkan, saya akan berencana untuk mengunjungi Malioboro di masa depan</p>	<p>- Saya memprediksi saya akan mengunjungi Jember Fashion Carnaval di masa depan</p> <p>- Saya akan mengunjungi Jember Fashion Carnaval daripada tujuan wisata lainnya</p> <p>- Jika semuanya berjalan seperti yang saya pikirkan, saya akan berencana untuk mengunjungi Jember Fashion Carnaval di masa depan</p>
<p>Virginia Winarta and</p>	<p>- <i>I plan to visit Raja Ampat in the future.</i></p> <p>- <i>I will visit the Raja</i></p>	<p>- Saya berencana mengunjungi Raja Ampat di masa depan.</p>	<p>- Saya berencana mengunjungi Jember</p>

<p><i>Friends</i> (2017)</p>	<p><i>Ampat compared to other tourist attractions.</i></p> <p><i>- If all the way I want, then I will be visiting Raja Ampat in the future</i></p>	<p>- Saya akan mengunjungi Raja Ampat dibandingkan dengan tempat wisata lainnya.</p> <p>- Jika semua yang saya inginkan, maka saya akan mengunjungi Raja Ampat di masa depan</p>	<p>Fashion Carnaval di masa depan.</p> <p>- Saya akan mengunjungi Jember Fashion Carnaval dibandingkan dengan tempat wisata lainnya.</p> <p>- Jika semua yang saya inginkan, maka saya akan mengunjungi Jember Fashion Carnaval di masa depan</p>
<p>Mohammad Reza Jalilvand and <i>Friends</i> (2012)</p>	<p><i>-I predict I will visit Iran in the future</i>^[1]_{SEP}</p> <p><i>-I would visit Iran rather than any other tourism destination</i>^[1]_{SEP}</p> <p><i>-If everything goes as I think, I will plan to visit Iran in the future</i></p>	<p>- Saya memprediksi saya akan mengunjungi Iran di masa depan</p> <p>- Saya akan mengunjungi Iran daripada tujuan wisata lainnya</p> <p>- Jika semuanya berjalan seperti yang saya pikirkan, saya akan berencana untuk mengunjungi Iran di masa depan</p>	<p>- Saya memprediksi saya akan mengunjungi Jember Fashion Carnaval di masa depan</p> <p>- Saya akan mengunjungi Jember Fashion Carnaval daripada tujuan wisata lainnya</p> <p>- Jika semuanya berjalan seperti yang saya pikirkan, saya akan berencana untuk mengunjungi Jember Fashion Carnaval di masa depan</p>

<p>Gengeswari Krishnapillai and Kwok See Ying (2017)</p>	<p><i>-I am willing to travel and tour within Malaysia</i></p> <p><i>-I am committed to travel and tour within Malaysia</i></p> <p><i>-I am keen with the vocation within Malaysia</i></p> <p><i>-There is high possibility that I would travel and tour within Malaysia</i></p>	<p>- Saya bersedia melakukan perjalanan dan tur di Malaysia</p> <p>- Saya berkomitmen untuk melakukan perjalanan dan tur di Malaysia</p> <p>- Saya tertarik dengan panggilan di Malaysia</p> <p>- Ada kemungkinan besar bahwa saya akan melakukan perjalanan dan tur di Malaysia</p>	<p>- Saya bersedia melakukan perjalanan dan tur di Jember Fashion Carnaval</p> <p>- Saya berkomitmen untuk melakukan perjalanan dan tur di Jember Fashion Carnaval</p> <p>- Saya tertarik dengan panggilan di Jember Fashion Carnaval</p> <p>- Ada kemungkinan besar bahwa saya akan melakukan perjalanan dan tur di Jember Fashion Carnaval</p>
<p>Meysam Fakharyan and Friends (2012)</p>	<p><i>-I predict I will visit Iran in the future</i></p> <p><i>-I would visit Iran rather than any other tourism destination</i></p> <p><i>If everything goes as I think, I will plan to visit Iran in the future</i></p>	<p>- Saya memprediksi saya akan mengunjungi Iran di masa depan</p> <p>- Saya akan mengunjungi Iran daripada tujuan wisata lainnya</p> <p>- Jika semuanya berjalan seperti yang saya pikirkan, saya akan berencana untuk</p>	<p>- Saya memprediksi saya akan mengunjungi Jember Fashion Carnaval di masa depan</p> <p>- Saya akan mengunjungi Jember Fashion Carnaval daripada tujuan wisata lainnya</p> <p>- Jika semuanya berjalan seperti yang saya pikirkan, saya akan berencana untuk</p>

		mengunjungi Iran di masa depan	mengunjungi Jember Fashion Carnaval di masa depan
Ginanjar Budhiraharja and Heru Kurnianto Tjahtjono (2017)	<p><i>- I estimate my return visit in the near future Yogyakarta.</i></p> <p><i>- I prefer visiting Yogyakarta than other destinations if the opportunity arises.</i></p> <p><i>- I usually plan to visit Yogyakarta when I ask for a tour schedule</i></p>	<p>- Saya memperkirakan kunjungan saya kembali di masa depan Yogyakarta.</p> <p>- Saya lebih suka mengunjungi Yogyakarta daripada destinasi lain jika ada kesempatan.</p> <p>- Saya biasanya berencana untuk mengunjungi Yogyakarta ketika saya meminta jadwal tur</p>	<p>- Saya memperkirakan kunjungan saya kembali di masa depan Jember Fashion Carnaval.</p> <p>- Saya lebih suka mengunjungi Jember Fashion Carnaval daripada destinasi lain jika ada kesempatan.</p> <p>- Saya biasanya berencana untuk mengunjungi Jember Fashion Carnaval ketika saya meminta jadwal tur</p>
Mohammad Reza Jalilvand (2016)	<p><i>- I predict I will visit the destination in the future</i></p> <p><i>-I would visit the destination rather than any other destinations</i></p> <p><i>- If everything goes as I think, I will plan to</i></p>	<p>- Saya memprediksi saya akan mengunjungi tujuan di masa depan</p> <p>- Saya akan mengunjungi tujuan daripada tujuan lain</p> <p>- Jika semuanya berjalan seperti yang saya pikirkan, saya akan</p>	<p>- Saya memprediksi saya akan mengunjungi Jember Fashion Carnaval di masa depan</p> <p>- Saya akan mengunjungi tujuan daripada Jember Fashion Carnaval lain</p> <p>- Jika semuanya berjalan seperti yang saya pikirkan,</p>

	<i>visit the destination in the future</i>	berencana untuk mengunjungi tujuan di masa depan	saya akan berencana untuk mengunjungi Jember Fashion Carnival di masa depan
--	--	--	---

3.7 Skala Pengukuran

Skala pengukuran adalah kesepakatan yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang pendeknya interval yang ada dalam alat ukur, sehingga alat ukur tersebut bila digunakan dalam pengukuran akan menghasilkan data kuantitatif (Sugiyono, 2015:167).

Dalam penelitian ini menggunakan kuesioner dengan skala Likert. Menurut Sugiyono (2015 :168), skala Likert berfungsi untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Menurut Sedarmayanti dan Hidayat (2011:95), skala Likert merupakan suatu metode pengukuran sikap yang banyak digunakan, karena kesederhanaannya. Skala Likert adalah sebuah skala pengukuran dengan 5 kategori respon berkisar dari “sangat tidak setuju” sampai “sangat setuju” pada umumnya dimana responden dibutuhkan untuk mengindikasikan sebuah tingkat ketidaksetujuan atau kesetujuan dengan masing-masing seri pertanyaan terhubung dengan objek stimulus (Malhotra, 2010:276).

Jawaban setiap *item* instrumen yang menggunakan skala Likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif. Instrumen penelitian yang menggunakan skala Likert dapat dibuat dalam bentuk *checklist* atau pilihan ganda (Sugiyono, 2015:169).

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan skala Likert genap, dengan menggunakan kategori genap, misalnya 4 pilihan, 6 pilihan, atau 8 pilihan (Sukardi, 2015:147). Peneliti mengambil skala Likert pilihan enam, adapun kegunaan dari skala Likert enam ini agar responden tidak memberikan pada kategori tengah atau netral yang dapat membuat peneliti tidak memperoleh informasi. Sehingga penggunaan skala Likert genap dianjurkan untuk digunakan dalam penelitian.

Tabel III.6

Pengukuran Skala Likert Genap

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

Sumber: Simamora, 2008

Tabel III.7
Banyaknya Ukuran Sampel

<i>Factor Loading</i>	Banyaknya ukuran sampel
0,30	350
0,35	250
0,40	200
0,45	150
0,50	120
0,55	100
0,60	85
0,65	70
0,70	60
0,75	50

Sumber: Hair *et al*, 2010

3.8 Teknik Analisis Data

Peneliti menggunakan SEM (*Structural Equation Modeling*) dengan perangkat lunak yang digunakan yaitu AMOS dan SPSS untuk melakukan pengolahan dan analisis data. Penggunaan SEM dalam penelitian ini dikarenakan SEM dinilai lebih akurat, dimana peneliti tidak hanya mengetahui hubungan antara variabel, namun juga mengetahui komponen-komponen pembentuk variabel dan mengetahui besarnya.

3.9 Uji Instrumen

3.9.1 Uji Validitas

Pengujian validitas digunakan untuk mengukur sejauh mana tingkat validitas suatu kuesioner. Validitas adalah tingkatan derajat yang mengukur ketelitian mewakili apa yang seharusnya, Hair *et al*. (2010).

Validitas ini digunakan untuk mengukur benar atau tidaknya tiap satu butir pertanyaan untuk responden nantinya

Untuk melihat korelasi dalam validitas maka digunakan analisis faktor (*factor analysis*). *Factor analysis* merupakan metode multivariat yang digunakan untuk menganalisis variabel-variabel yang diduga memiliki ketertarikan satu sama lain. *Exploratory factor analysis* (EFA) digunakan dalam penelitian ini. Menurut Hair *et al.* (2010), EFA dapat sangat berguna dan kuat untuk teknik statistik multivariat, yang secara efektif mendapatkan informasi dari data yang besar dan saling terkait. Selain EFA ada juga *Confirmatory factor analysis* (CFA) untuk mengkonfirmasi indikator-indikator yang paling dominan dalam suatu konstruk (Sugiyono, 2015).

Uji validitas kuesioner dalam penelitian peran *Electronic Word of Mouth* dalam memengaruhi perilaku penyuka *event* budaya untuk mengunjungi *Jember Fashion Carnaval*, dengan menggunakan program SPSS VERSI 22. Hasil uji kuesioner tersebut dilakukan melalui kegiatan *pilot study* sebagai suatu uji coba penelitian kepada 50 responden yang memiliki karakteristik yang sesuai dengan sampel penelitian. Uji coba kuesioner dilaksanakan selama 2 hari pada tanggal 16 dan 20 Juli 2018 di event budaya “Festival Lenong Oplet Robet ke – VII” yang berlokasi di Gedung Kesenian Jakarta dengan menyebar kuesioner kepada wisatawan yang berkunjung. Hasil *pilot study* ini kemudian dilakukan perhitungan korelasi antara pernyataan dengan skor total menggunakan

korelasi product moment. Jika r hitung lebih besar dari r tabel, maka item pernyataan tersebut dinyatakan valid, dan sebaliknya jika r hitung lebih kecil dari r tabel, maka item pernyataan tersebut dianggap tidak valid.

Setelah melakukan uji validitas dari 23 pernyataan dalam penelitian, didapatkan bahwa semua pernyataan (23 pernyataan) dinyatakan valid.

3.9.2 Uji Realibilitas

Menurut Hair *et al.* (2010), uji reliabilitas adalah uji untuk mengetahui sejauh mana variabel yang diamati mengukur nilai “benar” dan “bebas dari kesalahan”, uji reliabilitas adalah kebalikan dari *measurement error*. Untuk pengujian biasanya menggunakan batasan tertentu seperti 0,6. Reliabilitas kurang dari 0,6 dapat dikatakan kurang baik, sedangkan 0,7 dapat diterima dan 0,8 dapat dikatakan baik.

Uji reliabilitas pada kuesioner dilakukan dengan menggunakan metode *Cronbach Alpha*. Rumus *Cronbach Alpha* menurut Priyatno (2010) adalah:

$$r_{11} = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma b^2}{\sigma \tau^2} \right)$$

Keterangan :

r_{11} : Reliabilitas instrumen

σb^2 : Jumlah varians butir

k : Banyaknya butir pertanyaan

σ^2 : Jumlah varians total

Dalam hasil perhitungan reliabilitas semua variabel yang ada dikatakan reliabel karena hasil perhitungan menyatakan nilai tersebut $>0,60$.

3.9.3 Pengujian Hipotesis

Analisis dalam penelitian ini menggunakan SEM (*Structural Equation Modeling*) atau Permodelan persamaan struktural. SEM merupakan suatu analisis yang menggabungkan pendekatan analisis faktor (*factor analysis*), model struktural (*structural model*), dan analisis jalur (*path analysis*) (Sugiyono, 2015:323).

Menurut Sanusi (2011:186), dalam menggunakan *Structural Equation Modeling* atau SEM, terdapat tiga bagian untuk menentukan sebuah model SEM dapat dikatakan sesuai atau tidak, yaitu:

1. *Absolute Fit Measures*

Absolute Fit Measures adalah ukuran kecocokan model secara keseluruhan (model struktural dan pengukuran) terhadap matriks korelasi dan matriks kovarians.

2. *Incremental Fit Measures*

Incremental fit measures merupakan ukuran kecocokan yang bersifat relative, digunakan untuk membandingkan model yang diusulkan dengan model dasar yang digunakan oleh peneliti.

3. *Parsimony Fit Indicates*

Parsimony fit indices membandingkan model yang kompleks dengan model sederhana (parsimoni atau ringkas).

Alat ukur pada *absolute fit measures* adalah :

1. *Chi-Square*

Chi-Square merupakan alat ukur yang paling mendasar untuk mengukur *overall fit*. Model yang diuji akan dipandang baik atau memuaskan bila nilai *chi-square* rendah. Semakin kecil nilai *chi-square* (*CMIN*) maka semakin baik model itu dan diterima berdasarkan probabilitas (p) dengan *cut off value* sebesar $p > 0,05$. Kekurangan dari *Chi-Square* ini adalah sifatnya yang sensitif terhadap besarnya jumlah sampel yang digunakan. Bila jumlah sampel yang digunakan cukup besar yaitu lebih dari 200 sampel, maka nilai *chi-square* akan naik dan berpeluang untuk menolak hipotesis nol. Besar atau kecilnya sampel akan mempengaruhi *chi-square*. Oleh karena itu penggunaan *chi-square* dapat sesuai dan efektif bila ukuran sampel berkisar antara 100 hingga 200.

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

RMSEA adalah satu alat ukur yang wajib digunakan dalam uji kecocokan model. Indeks ini dapat digunakan untuk mengkompetensi statistik *chi-square* dalam sampel yang besar. Nilai RMSEA dapat dikatakan baik apabila $\leq 0,08$ maka direkomendasikan sebagai pedoman untuk menyatakan model dapat diterima.

3. *GFI (Goodness of Fit Index)*

GFI merupakan nilai yang tidak memiliki acuan signifikansi. Model akan dikatakan fit terhadap data jika berada di rentang nilai antara mendekati 1,0 atau tidak fit yaitu mendekati 0. Diharapkan GFI

mendapat nilai diatas 0,90 sehingga dapat dikatakan model sudah fit dengan data.

4. *AGFI (Adjusted Goodness-of-Fit Index)*

Indeks ini merupakan pengembangan dari *Goodness Fit Of Index* (GFI) yang telah disesuaikan dengan *ratio* dari *degree of freedom*. Nilai yang direkomendasikan adalah $AGFI \geq 0,90$ semakin besar nilai AGFI maka semakin baik kesesuaian yang dimiliki model.

5. *CMIN/DF*

CMIN/DF dihasilkan dari statistik *chi-square* (CMIN) dibagi dengan *Degree of Freedom* (DF) yang merupakan salah satu indikator untuk mengukur tingkat fit sebuah model. CMIN/DF yang diharapkan adalah sebesar $\leq 2,00$ yang menunjukkan adanya penerimaan dari model.

Ukuran *Incremental fit measures* yang digunakan biasanya yaitu:

6. *Tucker Lewis Index (TLI)*

TLI adalah nilai yang membandingkan model yang sedang diuji dengan *baseline* modelnya. Nilai $TLI \geq 0,95$ direkomendasikan untuk menerima sebuah model yang diuji.

7. *CFI (Comparative Fit Index)*

Indeks ini tidak dipengaruhi oleh ukuran sampel karena itu sangat baik untuk mengukur tingkat penerimaan sebuah model. Besaran indeks CFI berada pada rentang 0-1, dimana semakin mendekati satu mengindikasikan tingkat penerimaan model yang paling tinggi. Nilai

CFI yang diharapkan adalah sebesar $\geq 0,95$. Dalam pengajuan model, indeks TLI dan CFI sangat dianjurkan untuk digunakan karena indeks-indeks ini relatif tidak sensitif terhadap besarnya sampel dan kurang dipengaruhi juga oleh kerumitan model.

Setelah melakukan *Incremental Fit Indicates*, selanjutnya adalah *Parsimonious Fit Measures*, fungsinya adalah untuk melakukan *adjustment* terhadap pengukuran *fit* untuk dapat diperbandingkan antar model penelitian.

Dengan demikian, indeks-indeks yang dapat digunakan untuk menguji kelayakan sebuah model adalah seperti yang dirangkum pada tabel di bawah ini:

Tabel III.8

Goodness of Fit Indices

<i>Goodness of Fit Indices</i>	<i>Cut-Off Value</i>
<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: Anwar Sanusi, 2011

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan lima indeks pengujian hipotesis yaitu *P*, *CMIN/DF*, *GFI*, *RMSEA*, dan *CFI*.