

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Tempat dan Waktu Penelitian

1. Tempat

Penelitian dilakukan di Keraton Ngayogyakarta Hadiningrat atau Keraton Yogyakarta yang berlokasi di Jl. Rotowijayan Blok No.1, Panembaha, Kraton, Kota Yogyakarta, Daerah Istimewa Yogyakarta. Tempat ini dipilih karena ketertarikan Peneliti pada Keraton Yogyakarta yang merupakan salah wisata budaya jawa yang paling bersejarah, namun terdapat masalah pada jumlah kunjungan yang semakin berkurang dalam beberapa tahun terakhir. Jumlah tersebut peneliti dapatkan dari situs statistik pariwisata kota Yogyakarta.

2. Waktu Penelitian

Penelitian di Keraton Yogyakarta dilakukan dari bulan Januari 2019 sampai bulan Juli 2019. Waktu tersebut merupakan waktu yang tepat untuk melaksanakan penelitian karena jadwal perkuliahan Peneliti sudah tidak padat, sehingga akan mempermudah peneliti untuk mencurahkan perhatian dalam melakukan penelitian.

B. Metode Penelitian

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode penelitian kuantitatif. Menurut Sugiyono (2013) penelitian kuantitatif adalah penelitian yang bersifat deskriptif dan cenderung menggunakan analisis pendekatan induktif.

Sedangkan desain penelitian yang digunakan adalah deskriptif dan kausal. Menurut Malhotra (2009), riset deskriptif adalah suatu jenis riset konklusif yang mempunyai tujuan utama menguraikan suatu karakteristik. Sedangkan riset kausal bertujuan untuk mendapatkan bukti hubungan sebab-akibat antara variabel independen terhadap variabel dependen.

Tujuan dari penelitian deskriptif adalah untuk mengetahui dan menjelaskan karakteristik variabel yang diteliti dalam suatu situasi yaitu untuk memperoleh deskripsi dari variabel *place attachment*, *perceived value*, *service quality*, kepuasan wisatawan dan niat berkunjung ulang. Sedangkan penelitian kausal bertujuan untuk mengetahui pengaruh *place attachment*, *perceived value*, *service quality*, kepuasan wisatawan dan niat berkunjung ulang.

Metode yang digunakan dalam peneliti ini adalah metode survei dengan menggunakan instrumen berupa kuesioner. Menurut Malhotra (2009), metode survei adalah kuesioner yang terstruktur yang diberikan ke responden yang dirancang untuk mendapatkan informasi spesifik. Alasan peneliti menggunakan penelitian survei adalah untuk mengetahui seberapa penting pengaruh *place attachment*, *perceived value*, *service quality* dan kepuasan wisatawan terhadap niat berkunjung ulang ke Keraton Yogyakarta.

C. Populasi dan Sampling

1. Populasi

Menurut Sugiyono (2013), populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek dan subjek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh penelitian untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi pada penelitian ini mengacu pada wisatawan Keraton Yogyakarta yang sudah pernah berkunjung ke Keraton Yogyakarta. Jenis populasi yang akan diteliti adalah populasi *infinite*, yaitu objek dengan ukuran yang tidak terhingga (*infinite*), yang karakteristiknya dikaji atau diuji melalui sampling karena peneliti tidak mengetahui jumlah pasti wisatawan yang pernah mengunjungi Keraton Yogyakarta.

2. Sampel

Menurut (Sugiyono, 2013) sampel adalah suatu bagian dari jumlah dan karakteristik dari populasi. Metode *sampling* yang digunakan pada penelitian ini adalah *accidental sampling* dengan alasan kemudahan peneliti dalam mencari responden. *Accidental sampling* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu konsumen yang secara kebetulan / insidental bertemu dengan peneliti dapat dijadikan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data (Sugiyono, 2013). Jadi, peneliti memilih seseorang untuk menjadi responden secara kebetulan saat bertemu dengan peneliti di lokasi penelitian untuk dijadikan sampel oleh peneliti. Batasan *accidental sampling* ini adalah wisatawan yang sudah pernah mengunjungi Keraton Yogyakarta.

Menurut Hair, Black, dan Babin (2010), terdapat beberapa hal yang dapat digunakan sebagai pedoman dalam menentukan ukuran sampel dalam analisis *structural equation modeling* (SEM), yaitu:

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

Maka pengambilan sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini akan disesuaikan berdasarkan teori Hair et al. (2010) diatas menyarankan pada poin pertama ketentuan ukuran sampel 100 – 200 untuk teknik estimasi maximum likelihood (ML), hal ini telah memenuhi kriteria jumlah minimal sampel.

Berdasarkan penelitian terdahulu sampel yang digunakan berkisar antara 100-300, sehingga sampel yang akan digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini adalah 200 sampel.

Tabel III. 1 Kajian Penelitian Terdahulu

No.	Sumber	Lokasi	Jumlah Responden	Teknik Pemilihan Responden	Teknik Analisis Data
1.	Veasna et al. (2013)	Taiwan	398	<i>Convenience Sampling & A Self-Administered</i>	<i>Confirmatory Factor Analysis (CFA) & Structural</i>

				<i>Questionnaire Method</i>	<i>Equation Modeling (SEM)</i>
2.	Ramkissoon et al. (2013)	Australia	452	<i>A Self-Completed Questionnaire</i>	<i>Exploratory Factor Analysis (EFA)</i>
3.	Suhud dan Wibowo (2016)	Jakarta	200	<i>A Self-Completed Questionnaire</i>	<i>Factor Analysis & Structural Equation Model (SEM)</i>
4.	Sardar Donighi dan Yousefi (2016)	Iran	384	<i>Simple Random Sampling</i>	<i>Structural Equation Model (SEM)</i>
5.	Mareno, Prado-Gasco, Hervas, Nunez-Pomar dan Sanz (2015)	Spain	493	<i>Convenience Sampling</i>	<i>Structural Equation Model (SEM)</i>
6.	Deng et al. (2013)	Taiwan	412	<i>Convenience Sampling</i>	<i>Confirmatory Factor Analysis (CFA)</i>
7.	Hussain, Al Nasser dan Hussain (2015)	Dubai	253	<i>A Self-Administered Questionnaire</i>	<i>Structural Equation Model (SEM)</i>
8.	Perovic et al. (2018)	Montenegro	740	<i>A Self-Completed Questionnaire</i>	<i>Structural Equation Model (SEM)</i>
9.	Jeon (2013)	Gwangju Metropolitan City	350	<i>Self-Administered Survey Method</i>	<i>Regression Analyses</i>

Sumber: Data diolah peneliti (2019)

D. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini digunakan dua sumber data yaitu data primer dan data sekunder. Menurut Malhotra (2009) data primer adalah data yang dibuat oleh peneliti bermaksud khusus untuk menyelesaikan masalah riset. Data primer dalam penelitian ini dikumpulkan dengan menggunakan kuesioner yang

diberikan kepada responden untuk memperoleh informasi tentang variable-variabel yang diteliti dalam penelitian ini.

Menurut Malhotra (2009) data sekunder adalah data yang dikumpulkan untuk maksud selain menyelesaikan masalah yang dihadapi. Data sekunder yang peneliti dapatkan berasal dari data administrasi Badan Statistik Pariwisata Yogyakarta dan beberapa portal berita serta situs lainnya yang digunakan dalam pencarian referensi teori maupun jurnal.

Metode yang digunakan untuk pengumpulan data pada penelitian ini adalah metode survei dan metode observasi pada objek wisata Keraton Yogyakarta. Menurut Malhotra (2009) metode survei adalah kuesioner yang terstruktur yang diberikan kepada responden yang dirancang untuk mendapatkan informasi spesifik. Tujuannya untuk memperoleh informasi berdasarkan pertanyaan-pertanyaan yang diajukan ke responden. Sedangkan menurut Malhotra (2009) metode observasi adalah perekam pola perilaku orang, objek dan peristiwa dengan cara yang sistematis untuk memperoleh informasi mengenai fenomena yang sedang diteliti.

Prosedur pengumpulan datanya ialah peneliti mendatangi responden yang pernah mengunjungi Keraton Yogyakarta. Kemudian peneliti menanyakan kepada calon responden tersebut mengenai informasi yang berkaitan dengan kriteria responden penelitian ini. Apabila sesuai, peneliti meminta kesediaan calon responden tersebut untuk mengisi kuesioner.

1. Variabel Dependen

Menurut Malhotra (2009) variabel terikat atau variabel dependen adalah variabel yang mengukur pengaruh variabel independen terhadap unit uji. Dalam penelitian ini diketahui variabel dependen adalah niat berkunjung ulang (*revisit intention*). Niat berkunjung ulang akan muncul apabila terdapat kepuasan dari wisatawan. Sehingga tingginya kepuasan pada wisatawan akan memungkinkan wisatawan untuk memiliki niat berkunjung ulang pada suatu destinasi.

Berikut operasional variabel dan indikator adaptasi yang digunakan dalam penelitian ini:

a. Niat Berkunjung Ulang

Tabel III. 2 Operasionalisasi Variabel

Konsep	Dimensi	Indikator Original	Indikator Adaptasi	Sumber
Niat Berkunjung Ulang (Z) <ul style="list-style-type: none"> Adalah niat wisatawan untuk mengunjungi kembali suatu destinasi. 	<i>Transactional intention</i>	1. <i>I would revisit Sydney for vacation</i> 2. <i>Australia is the country of my primary choice for a vacation in the future</i> 3. <i>I would rather visit the city of Sydney, compared to other cities in Australia</i>	1. Saya akan mengunjungi kembali Keraton Yogyakarta untuk berlibur 2. Keraton Yogyakarta adalah wisata pilihan saya untuk liburan di masa depan 3. Saya lebih suka mengunjungi Keraton Yogyakarta dibandingkan tempat wisata lainnya.	(Herstanti et al., 2014)
	<i>Intention to</i>	1. <i>I would</i>	1. Saya akan	(Herstanti

	<i>recommend</i>	<i>recommend Sydney to my friends as a destination for vacation</i> 2. <i>I would tell positive things about my experience during my vacation in Sydney</i> 3. <i>I would recommend Sydney, to my relatives as a destination for vacation</i>	merekomendasikan Keraton Yogyakarta kepada teman-teman saya 2. Saya akan menceritakan hal-hal positif tentang pengalaman saya selama berlibur di Keraton Yogyakarta 3. Saya akan merekomendasikan Keraton Yogyakarta kepada kerabat saya sebagai tujuan liburan	et al., 2014)
--	------------------	---	---	---------------

Sumber: Data Diolah Peneliti (2019)

2. Variabel Independen

Menurut Malhotra (2009) variabel bebas atau variabel independen adalah variabel alternative yang dimanipulasi (yaitu tingkat variabel-variabel ini diubah-ubah oleh peneliti) dan efeknya diukur serta dibandingkan. Variabel independen dalam penelitian ini terdiri dari *place attachment*, *perceived value*, *service quality* dan kepuasan wisatawan (*tourist satisfaction*).

Berikut operasional variabel dan indikator adaptasi yang digunakan dalam penelitian ini:

a. *Place Attachment*

Tabel III. 3 Operasionalisasi Variabel

Konsep	Dimensi	Indikator Original	Indikator Adaptasi	Sumber
<p><i>Place Attachment</i> (X1)</p> <ul style="list-style-type: none"> Adalah keterikatan emosional yang positif antara individu dengan suatu tempat. 	<i>Place Dependence</i>	<ol style="list-style-type: none"> <i>For the activities I enjoy the most, the settings and facilities provided by this National Park are the best</i> <i>I enjoy visiting this National Park and its environment more than any other parks</i> 	<ol style="list-style-type: none"> Pengaturan dan fasilitas yang disediakan oleh Keraton Yogyakarta ini adalah yang terbaik Saya sangat menikmati ketika mengunjungi Keraton Yogyakarta dan lingkungannya lebih dari tempat wisata lainnya 	(Ramkissoon et al., 2013)
	<i>Place Identity</i>	<ol style="list-style-type: none"> <i>I identify strongly with this park</i> 	<ol style="list-style-type: none"> Saya sangat mengenal Keraton Yogyakarta 	(Ramkissoon et al., 2013)
	<i>Place Affect</i>	<ol style="list-style-type: none"> <i>I am very attached to this park</i> <i>I feel a strong sense of belonging to this National park and its settings/facilities</i> <i>This National Park means a lot to me</i> 	<ol style="list-style-type: none"> Saya sangat terikat dengan Keraton Yogyakarta Saya merasakan rasa memiliki yang kuat terhadap Keraton Yogyakarta terkait dengan pengaturan / fasilitas yang tersedia 	(Ramkissoon et al., 2013)

			3. Keraton Yogyakarta ini sangat berarti bagi saya	
	Place Social Bonding	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Many of my friend/family prefer this National Park over many other parks</i> 2. <i>My friends/family would be disappointed if I were to start visiting other settings and facilities</i> 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Teman / keluarga saya lebih menyukai Keraton Yogyakarta dibanding objek wisata lainnya 2. Jika saya tidak mengunjungi Keraton Yogyakarta, teman / keluarga saya akan kecewa 	(Ramkissoon et al., 2013)

Sumber: Data Diolah Peneliti (2019)

b. *Perceived Value*

Tabel III. 4 Operasionalisasi Variabel

Konsep	Dimensi	Indikator Original	Indikator Adaptasi	Sumber
<p><i>Perceived Value</i> (X2)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Adalah evaluasi pelanggan terhadap layanan yang sudah diterimanya dengan biaya yang sudah dikeluarkannya a. 	Transactional Value	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Attractions in Sydney gives a good impression for me</i> 2. <i>I had the pleasure of visiting the attractions that fit my chosen</i> 3. <i>I feel gain additional knowledge through trips in Sydney</i> 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pagelaran seni di Keraton Yogyakarta memberi kesan yang baik bagi saya 2. Saya mengunjungi Keraton Yogyakarta karena keinginan saya sendiri 	(Herstanti et al., 2014)

		<p>4. <i>I feel a new experience unforgettable journey through Sydney travel</i></p> <p>5. <i>I feel unique attractions in Sydney, not owned other destination</i></p> <p>6. <i>I gain valuable experience I can tell you after your tour</i></p>	<p>3. Saya merasa mendapat pengetahuan tambahan melalui perjalanan di Keraton Yogyakarta</p> <p>4. Saya merasakan pengalaman baru perjalanan yang tak terlupakan melalui perjalanan Keraton Yogyakarta</p> <p>5. Saya menyaksikan atraksi yang unik di Keraton Yogyakarta, yang tidak saya temukan di tempat wisata lainnya</p> <p>6. Saya mendapatkan pengalaman berharga yang bisa saya sampaikan kepada orang lain setelah melakukan perjalanan di Keraton Yogyakarta</p>	
--	--	---	--	--

	Acquisition Value	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>I get the services of attractions in Sydney worth the money that I spend</i> 2. <i>The price I paid to get into attractions in Sydney is quite fair</i> 3. <i>I feel travel benefits in accordance with the price I paid</i> 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Saya mendapatkan layanan dari Keraton Yogyakarta senilai dengan uang yang saya keluarkan 2. Harga tiket masuk ke Keraton Yogyakarta sesuai dengan perkiraan saya 3. Saya merasakan manfaat perjalanan di Keraton Yogyakarta sesuai dengan harga yang saya bayarkan 	(Herstanti et al., 2014)
--	--------------------------	--	---	--------------------------

Sumber: Data Diolah Peneliti (2019)

c. Service Quality

Tabel III. 5 Operasionalisasi Variabel

Konsep	Dimensi	Indikator Original	Indikator Adaptasi	Sumber
<i>Service Quality</i> (X3) <ul style="list-style-type: none"> • Adalah penilaian dari pelanggan dengan cara membandingkan 	Tangibles	1. <i>The physical facilities at low-cost airline companies will be visually appealing</i>	1. Fasilitas di Keraton Yogyakarta menarik secara visual	(C.-H. S. Liu & Lee, 2016)

<p>n pelayanan yang diterimanya dengan pelayanan yang diharapkannya.</p>	<p>Reliability</p>	<p>1. <i>When a customer has a problem, low-cost airline companies will show a sincere interest in solving it</i></p> <p>2. <i>When excellent low-cost airline companies will never be too busy to respond to customers request</i></p>	<p>1. Ketika saya memiliki masalah, petugas Keraton Yogyakarta tanggap untuk menyelesaikannya</p> <p>2. Petugas Keraton Yogyakarta mau meluangkan waktu untuk menanggapi permintaan pengunjung</p>	<p>(C.-H. S. Liu & Lee, 2016)</p>
	<p>Responsiveness</p>	<p>1. <i>Employees of low-cost airline companies will always be willing to help customer</i></p>	<p>1. Petugas Keraton Yogyakarta selalu bersedia membantu saya</p>	<p>(C.-H. S. Liu & Lee, 2016)</p>
	<p>Assurance</p>	<p>1. <i>Employees of low-cost airline companies will have the knowledge to answer customers question</i></p> <p>2. <i>Employees of low-cost airline companies will be</i></p>	<p>1. Petugas Keraton Yogyakarta memiliki pengetahuan yang baik untuk menjawab pertanyaan saya</p> <p>2. Petugas Keraton Yogyakarta secara konsisten bersikap sopan kepada saya</p>	<p>(C.-H. S. Liu & Lee, 2016)</p>

		<i>consistently courteous with customers</i>		
	Empathy	<ol style="list-style-type: none"> <i>The low-cost airline company understands what I need and strives to accommodate me</i> <i>Low-cost airline companies have operating hours that are convenient to all their customers</i> 	<ol style="list-style-type: none"> Keraton Yogyakarta memahami apa yang saya butuhkan dan berusaha untuk mengakomodir saya Keraton Yogyakarta memiliki jam operasional yang nyaman untuk semua pengunjung 	(C.-H. S. Liu & Lee, 2016)

Sumber: Data Diolah Peneliti (2019)

d. Kepuasan Wisatawan

Tabel III. 6 Operasionalisasi Variabel

Konsep	Dimensi	Indikator Original	Indikator Adaptasi	Sumber
Kepuasan Wisatawan (Y) <ul style="list-style-type: none"> Adalah tingkat kesenangan wisatawan ketika layanan yang diterimanya sudah memenuhi bahkan melampaui harapannya selama melakukan perjalanan di suatu destinasi. 	<i>Local attraction</i>	<ol style="list-style-type: none"> <i>I am pleased visiting an ethnic minority (aborigines) of Australia in Sydney.</i> <i>I am satisfied visiting national park conservation in Sydney.</i> 	<ol style="list-style-type: none"> Saya senang mengunjungi Keraton Yogyakarta Saya puas mengunjungi Keraton Yogyakarta 	(Herstanti et al., 2014)

	<i>Destination icon</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>I was satisfied watching traditional music/songs in Sydney</i> 2. <i>I was satisfied trying typical food of Australia in Sydney</i> 3. <i>I was satisfied trying typical beverage of Australia in Sydney</i> 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Saya puas menonton pagelaran seni di Keraton Yogyakarta 2. Saya puas melihat lukisan-lukisan yang ada di Keraton Yogyakarta 3. Saya puas melihat benda-benda bersejarah yang ada di Keraton Yogyakarta 	(Herstanti et al., 2014)
	<i>Easiness</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>I was satisfied because when I visited Sydney, the immigration process was NOT complicated</i> 2. <i>I was satisfied because it is easy finding money changers</i> 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Saya puas proses pembelian tiket masuk Keraton Yogyakarta tidak rumit 2. Saya puas karena mudah menemukan ATM 	(Herstanti et al., 2014)
	<i>Transport</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>I was satisfied rented a bike to get around seeing sights in Sydney</i> 2. <i>I was satisfied using public</i> 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Saya puas karena akses ke Keraton Yogyakarta mudah dijangkau 2. Saya puas 	(Herstanti et al., 2014)

		<i>transport in Sydney</i>	karena transportasi ke Keraton Yogyakarta mudah	
--	--	----------------------------	---	--

Sumber: Data Diolah Peneliti (2019)

3. Variabel Intervening

Menurut Sugiyono (2013) variabel intervening adalah variabel yang secara teoritis mempengaruhi hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen menjadi hubungan yang tidak langsung dan tidak dapat diamati serta diukur. Variabel ini merupakan variabel penyela / antara yang terletak di antara variabel independen dan dependen, sehingga variabel independen tidak langsung mempengaruhi berubahnya atau timbulnya variabel dependen. Variabel intervening pada penelitian ini adalah kepuasan wisatawan (*tourist satisfaction*).

Berikut operasional variabel dan indikator adaptasi yang digunakan dalam penelitian ini:

a. Kepuasan Wisatawan

Tabel III. 7 Operasionalisasi Variabel

Konsep	Dimensi	Indikator Original	Indikator Adaptasi	Sumber
Kepuasan Wisatawan (Y) <ul style="list-style-type: none"> Adalah tingkat kesenangan wisatawan ketika layanan yang diterimanya sudah memenuhi bahkan melampaui harapannya 	<i>Local attraction</i>	<ol style="list-style-type: none"> <i>I am pleased visiting an ethnic minority (aborigines) of Australia in Sydney.</i> <i>I am satisfied visiting</i> 	<ol style="list-style-type: none"> Saya senang mengunjungi Keraton Yogyakarta Saya puas mengunjungi Keraton Yogyakarta 	(Herstanti et al., 2014)

selama melakukan perjalanan di suatu idestinas.		<i>national park conservation in Sydney.</i>		
	Destination icon	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>I was satisfied watching traditional music/songs in Sydney</i> 2. <i>I was satisfied trying typical food of Australia in Sydney</i> 3. <i>I was satisfied trying typical beverage of Australia in Sydney</i> 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Saya puas menonton pagelaran seni di Keraton Yogyakarta 2. Saya puas melihat lukisan-lukisan yang ada di Keraton Yogyakarta 3. Saya puas melihat benda-benda bersejarah yang ada di Keraton Yogyakarta 	(Herstanti et al., 2014)
	Easiness	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>I was satisfied because when I visited Sydney, the immigration process was NOT complicated</i> 2. <i>I was satisfied because it is easy finding money changers</i> 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Saya puas proses pembelian tiket masuk Keraton Yogyakarta tidak rumit 2. Saya puas karena mudah menemukan ATM 	(Herstanti et al., 2014)
	Transport	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>I was satisfied rented a bike to get around seeing sights in Sydney</i> 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Saya puas karena akses ke Keraton Yogyakarta mudah dijangkau 	(Herstanti et al., 2014)

		2. <i>I was satisfied using public transport in Sydney</i>	2. Saya puas karena transportasi ke Keraton Yogyakarta mudah	
--	--	--	--	--

Sumber: Data Diolah Peneliti (2019)

4. Skala Pengukuran

Menurut Sugiyono (2013) 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.

Pada penelitian ini peneliti menggunakan kuesioner dengan skala Likert. Menurut Sugiyono (2013), skala Likert berfungsi untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial.

Peneliti menggunakan skala Likert genap, dengan menggunakan kategori genap, misalnya 4 pilihan, 6 pilihan, atau 8 pilihan (Sukardi, 2015). Penelitian ini menggunakan skala Likert pilihan enam supaya responden tidak memberi jawaban pada kategori tengah atau netral yang dapat membuat peneliti tidak memperoleh informasi.

Tabel III. 8 Bobot Penilaian Kuisisioner

Pilihan Jawaban		Bobot Skor
Sangat Tidak Setuju	STS	1
Tidak Setuju	TS	2
Sedikit Tidak Setuju	STS	3
Sedikit Setuju	SS	4
Setuju	S	5
Sangat Setuju	SS	6

Sumber: Simamora (2008)

E. Teknik Analisis Data

1. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif adalah analisis yang digunakan untuk menggambarkan setiap jawaban yang diberikan responden pada kuesioner yang dibuat oleh peneliti (Malhotra, 2009). Contoh pendekatan teknik analisis deskriptif yaitu penyajian data melalui tabel atau grafik serta perhitungan data menggunakan frekuensi dan presentase.

2. Uji Validitas dan Reliabilitas

Menurut Hair et al. (2010) validitas adalah tingkatan derajat yang mengukur ketelitian mewakili apa yang seharusnya. Uji validitas berguna untuk mengetahui apakah ada pernyataan-pernyataan pada kuesioner yang harus dibuang atau diganti karena dianggap tidak relevan. Menurut Malhotra (2009) validitas bertujuan untuk mengkonfirmasi kolerasi yang signifikan antara kolerasi antar variabel. Untuk melihat korelasi dalam validitas maka digunakan *factor analysis*. *Factor analysis* merupakan metode multivariat yang digunakan untuk menganalisis variabel-variabel yang diduga memiliki ketertarikan satu sama lain. *Factor analysis* yang digunakan dalam penelitian ini adalah EFA (*Exploratory Factor Analysis*) dan CFA (*Confirmation Factor Analysis*)

Menurut Hair et al. (2010), validitas konvergen pada EFA tercapai apabila indikator-indikator dari sebuah variabel tertentu mengelompok pada satu komponen dengan nilai *factor loading* sebesar batasan yang telah ditentukan berdasarkan jumlah sampel penelitian. Pedoman nilai *factor loading* pada EFA

berdasarkan jumlah sampel dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel III. 9 Nilai *Loading Significant* EFA Berdasarkan Jumlah Sampel

<i>Factor Loading</i>	Jumlah Sampel
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)

Uji reliabilitas digunakan untuk menguji sejauh mana item-item instrumen dapat merefleksikan kesamaan konstruk dan untuk mengetahui konsistensi alat ukur, apakah alat ukur yang digunakan dapat diandalkan dan tetap konsisten jika pengukuran tersebut diulang (Priyanto & Dwi, 2010). Suatu kuesioner reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Pada penelitian ini pengujian reliabilitas menggunakan teknik *cronbach's alpha* (α) yang menyatakan sebuah kuesioner reliabel jika memiliki nilai alpha diatas 0,6. Reliabilitas kurang dari 0,6 kurang baik, sedangkan 0,7 dapat diterima, dan 0,8 – 1 adalah baik. Rumus *cronbach's alpha* dituliskan sebagai berikut:

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

Dimana:

r_{11} = Reliabilitas instrumen

σ_b^2 = Jumlah varians butir

k = Banyaknya butir pertanyaan

σ_t^2 = Jumlah varians total

3. Uji Hipotesis

Penelitian ini menggunakan teknik *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan menggunakan software AMOS 20. Menurut Sugiyono (2013) SEM dideskripsikan sebagai suatu analisis yang menggabungkan pendekatan analisis faktor (*factor analysis*), model struktural (*structural model*) dan analisis jalur (*path analysis*). Untuk mengolah dan menganalisis data hasil penelitian, peneliti menggunakan perangkat lunak SPSS *for windows* versi 23 dan SEM (*Structural Equation Model*) dari paket statistik AMOS versi 20. Melalui perangkat lunak SEM, tidak hanya hubungan kausalitas (langsung dan tidak langsung) pada variabel atau konstruk yang diamati dapat terdeteksi, tetapi komponen-komponen yang berkontribusi terhadap pembentukan konstruk itu sendiri dapat ditentukan besarannya. Sehingga hubungan kausalitas di antara variabel atau konstruk menjadi lebih informatif, lengkap dan akurat.

Menurut Sanusi (2011) ada tiga bagian yang dapat dilakukan untuk menentukan sebuah model SEM dapat dikatakan layak atau tidak, yaitu:

1. *Asolute Fit Indices*

Asolute fit indices adalah ukuran kecocokan model secara keseluruhan (struktural dan pengukuran) terhadap matriks korelasi dan matriks kovarians. Alat ukur yang dipakai pada *asolute fit indices* yaitu:

a. *Chi-Square* (CMIN)

Chi-Square merupakan alat ukur yang paling mendasar untuk mengukur *overall fit*. *Chi-Square* ini bersifat sangat sensitif terhadap besarnya sampel yang digunakan. Bila jumlah sampel yang digunakan cukup besar yaitu lebih dari 200 sampel, maka *chi-square* harus di dampingi oleh alat uji lainnya. 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 $p > 0,05$. Sampel yang terlalu kecil (kurang dari 50) maupun sampel yang terlalu besar akan sangat mempengaruhi *chi-square*. Oleh karena itu, penggunaan *chi-square* hanya sesuai bila ukuran sampel adalah antara 100 dan 200. Bila ukuran sampel diluar rentang itu, uji signifikansi menjadi kurang reliabel, maka pengujian ini perlu dilengkapi dengan alat uji lainnya.

b. 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.

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

Indeks ini dapat digunakan untuk mengkompetensi statistik *chi-square* dalam sampel yang besar. Nilai RMSEA menunjukkan *goodness of fit* yang dapat diharapkan bila model diestimasi dalam populasi. Nilai RMSEA yang lebih kecil atau sama dengan 0,08 merupakan indeks untuk dapat diterimanya model.

2. *Incremental Fit Indices*

Incremental Fit Indices adalah ukuran kecocokan bersifat relative yang digunakan untuk membandingkan model yang diusulkan dengan model dasar yang digunakan oleh peneliti. Alat ukur yang dipakai pada *incremental fit indices* yaitu:

a. TLI (*Tucker Lewis Index*)

Nilai yang diharapkan sebagai acuan untuk diterimanya sebuah model adalah sebesar >0.95 dan nilai yang mendekati 0.1 menunjukkan *very good fit*.

b. 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 1 mengindikasikan tingkat penerimaan model yang paling tinggi. Nilai CFI yang diharapkan adalah sebesar $\geq 0,95$. Dalam pengujian model,

indeks TLI dan CFI sangat dianjurkan untuk digunakan karena indeks-indeks ini relatif tidak sensitif terhadap besarnya sampel dan kurang dipengaruhi pula oleh kerumitan model.

3. Parsimony Fit Indices

Parsimony Fit Indices adalah perbandingan model yang kompleks dan model yang sederhana.

Dengan demikian indeks-indeks yang dapat digunakan untuk menguji kelayakan sebuah model adalah seperti yang dirangkum dalam tabel III.10 berikut ini:

Tabel III. 10 Goodness of Fit Indices

<i>Goodness of Fit Indices Cut-off Value</i>	<i>Goodness of Fit Indices Cut-off Value</i>
Probabilitas (P)	≥ 0.05
CMIN/DF	≤ 2.00
TLI	≥ 0.95
CFI	≥ 0.95
RMSEA	≤ 0.08

Sumber: Anwar Sanusi (2011)

4. Pilot Study

Sebelum melakukan penelitian, peneliti melakukan *pilot study* dengan cara menyebarkan 50 kuesioner kepada responden yang pernah berkunjung ke Keraton Yogyakarta. Peneliti menyebarkan kuesioner *pilot study* kepada wisatawan yang sedang berkunjung di Keraton Yogyakarta.

Menurut Teijlingen (2011) *pilot study* adalah sebuah percobaan penelitian dalam lingkup yang kecil guna untuk melihat hasil dari penelitian yang

nantinya akan diteliti secara besar. Berikut adalah keuntungan pelaksanaan *pilot study*:

1. Memberi peringatan lebih awal tentang dimana kemungkinan penelitian utama akan gagal.
2. Menjadi petunjuk kepada peneliti bagian mana yang akan gagal dalam penelitian besar nanti.
3. Memastikan apakah metode atau instrumen yang diusulkan atau direncanakan oleh peneliti cukup baik, sederhana, atau terlalu rumit.

Dalam penelitian ini peneliti menyebar kuesioner kepada 50 responden dan berikut adalah hasil pengolahan data yang dibantu oleh aplikasi SPSS versi 23:

a. Deskripsi Data

1) Domisili

Tabel III. 11 Domisili Responden yang Mengunjungi Keraton Yogyakarta

No	Domisili	Jumlah	Persentase
1	Yogyakarta	39	78%
2	Luar Yogyakarta	11	22%
	Total	50	100%

Sumber: Data diolah peneliti (2019)

Berdasarkan tabel di atas wisatawan yang mengunjungi Keraton Yogyakarta dominan berdomisili di Yogyakarta yaitu sebanyak 39 responden atau 78%.

2) Jenis Kelamin

Tabel III. 12 Jenis Kelamin Responden yang Mengunjungi Keraton Yogyakarta

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
1	Laki-laki	33	66%
2	Perempuan	17	34%
	Total	50	100%

Sumber: Data diolah peneliti (2019)

Berdasarkan tabel di atas wisatawan yang mengunjungi Keraton Yogyakarta dominan berjenis kelamin laki-laki yaitu sebanyak 33 responden atau 66%.

3) Usia

Tabel III. 13 Usia Responden yang Mengunjungi Keraton Yogyakarta

No	Usia	Jumlah	Persentase
1	< 18 tahun	1	2%
2	18 – 23 tahun	41	82%
3	24 – 29 tahun	7	14%
4	30 – 35 tahun	1	2%
	Total	50	100%

Sumber: Data diolah peneliti (2019)

Berdasarkan tabel di atas wisatawan yang mengunjungi Keraton Yogyakarta dominan berusia 18 – 23 tahun yaitu sebanyak 41 responden atau 82%.

4) Pendidikan Terakhir

Tabel III. 14 Pendidikan Terakhir Responden yang Mengunjungi Keraton Yogyakarta

No	Pendidikan Terakhir	Jumlah	Persentase
1	Kurang dari SLTA	1	2%
2	SLTA	38	76%
3	Diploma	3	6%
4	S-1	8	16%
	Total	50	100%

Sumber: Data diolah peneliti (2019)

Berdasarkan tabel di atas wisatawan yang mengunjungi Keraton Yogyakarta dominan pendidikan terakhirnya SLTA yaitu sebanyak 38 responden atau 76%.

5) Status Pernikahan

Tabel III. 15 Status Pernikahan Responden yang Mengunjungi Keraton Yogyakarta

No	Status Pernikahan	Jumlah	Persentase
1	Belum menikah	46	92%
2	Menikah	3	6%
3	Bercerai	1	2%
	Total	50	100%

Sumber: Data diolah peneliti (2019)

Berdasarkan tabel di atas wisatawan yang mengunjungi Keraton Yogyakarta dominan status pernikahannya belum menikah yaitu sebanyak 46 responden atau 92%.

6) Status Pekerjaan

Tabel III. 16 Status Pekerjaan Responden yang Mengunjungi Keraton Yogyakarta

No	Status Pekerjaan	Jumlah	Persentase
1	Belum bekerja	33	66%
2	Bekerja	10	20%
3	Memiliki usaha sendiri	7	14%
	Total	50	100%

Sumber: Data diolah peneliti (2019)

Berdasarkan tabel di atas wisatawan yang mengunjungi Keraton Yogyakarta dominan status pekerjaannya belum bekerja yaitu sebanyak 33 responden atau 66%.

b. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

1) Variabel Niat Berkunjung Ulang

Tabel III. 17 KMO and Bartlett's Test Variabel Niat Berkunjung Ulang

KMO and Bartlett's Test		
<i>Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.</i>		.698
<i>Bartlett's Test of Sphericity</i>	<i>Approx. Chi-Square</i>	367.320
	<i>Df</i>	15
	<i>Sig.</i>	.000

Sumber: Data diolah peneliti (2019)

KMO atau *kaiser meyer olkin measure of sampling adequacy* adalah nilai yang menunjukkan jumlah sampel layak untuk menguji ketetapan faktor analisis. Nilai tinggi KMO antara 0,5 hingga 1 menyatakan bahwa analisis faktor telah cukup, nilai di bawah 0,5 menyatakan bahwa analisis faktor mungkin tidak cukup.

Hasil KMO variabel niat berkunjung ulang berdasarkan tabel III.18 sebesar $> 0,5$ yaitu sebesar 0,617. Hal tersebut berarti analisis faktor telah mencukupi dan data yang diambil dapat difaktorkan.

Tabel III. 18 Pernyataan dan Factor Loading Variabel Niat Berkunjung Ulang

Nama	Pernyataan	Factor Loading
		1
RI38	Saya akan merekomendasikan Keraton Yogyakarta kepada teman-teman saya.	0.953
RI40	Saya akan merekomendasikan Keraton Yogyakarta kepada kerabat saya sebagai tujuan liburan.	0.926
RI39	Saya akan menceritakan hal-hal positif tentang pengalaman saya selama berlibur di Keraton Yogyakarta.	0.909
RI35	Saya akan mengunjungi kembali Keraton Yogyakarta untuk berlibur.	0.884
RI36	Keraton Yogyakarta adalah wisata pilihan saya untuk liburan di masa depan.	0.843

Nama	Pernyataan	Factor Loading
		1
RI37	Saya lebih suka mengunjungi Keraton Yogyakarta dibandingkan tempat wisata lainnya.	0.482
Cronbach's Alpha		0.913

Sumber: data diolah peneliti (2019)

Menurut teori yang telah ditulis pada bab dua niat berkunjung ulang memiliki dua dimensi sedangkan pada uji *pilot study* variabel niat berkunjung ulang tidak memiliki dimensi dan hanya terdiri dari enam indikator. Berdasarkan tabel III.8 terdapat enam pernyataan dalam variabel niat berkunjung ulang. Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *cronbach's alpha* > 0,6. *Cronbach's alpha* variabel niat berkunjung ulang di atas > 0,6 yaitu sebesar 0,913 yang berarti reliabel.

2) Variabel Kepuasan Wisatawan

Tabel III. 19 KMO and Bartlett's Test Variabel Kepuasan Wisatawan

KMO and Bartlett's Test		
<i>Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.</i>		.595
<i>Bartlett's Test of Sphericity</i>	<i>Approx. Chi-Square</i>	480.278
	<i>Df</i>	36
	<i>Sig.</i>	.000

Sumber: Data diolah peneliti (2019)

Nilai tinggi KMO antara 0,5 hingga 1 menyatakan bahwa analisis faktor telah cukup, nilai di bawah 0,5 menyatakan bahwa analisis faktor mungkin tidak cukup. Hasil KMO variabel kepuasan wisatawan berdasarkan tabel III.19 > 0,5 yaitu 0,595. Hal tersebut berarti analisis faktor telah mencukupi dan data yang diambil dapat difaktorkan.

Tabel III. 20 Pernyataan dan *Factor Loading* Variabel Kepuasan Wisatawan

Nama	Pernyataan	<i>Factor Loading</i>		
		1	2	3
TS32	Saya puas karena mudah menemukan ATM.	0.959		
TS31	Saya puas proses pembelian tiket masuk Keraton Yogyakarta tidak rumit.	0.901		
TS30	Saya puas melihat benda-benda bersejarah yang ada di Keraton Yogyakarta.	0.870		
TS29	Saya puas melihat lukisan-lukisan yang ada di Keraton Yogyakarta.	0.864		
TS28	Saya puas menonton pagelaran seni di Keraton Yogyakarta.	0.854		
	<i>Cronbach's Alpha</i>	0.943		
TS33	Saya puas karena akses ke Keraton Yogyakarta mudah dijangkau.		0.980	
TS34	Saya puas karena transportasi ke Keraton Yogyakarta mudah.		0.975	
	<i>Cronbach's Alpha</i>		0.956	
TS27	Saya puas mengunjungi Keraton Yogyakarta.			0.901
TS26	Saya senang mengunjungi Keraton Yogyakarta.			0.854
	<i>Cronbach's Alpha</i>			0.771

Sumber: Data diolah peneliti (2019)

Menurut teori yang telah ditulis pada bab dua kepuasan wisatawan memiliki empat dimensi sedangkan pada uji *pilot study* variabel kepuasan wisatawan hanya memiliki tiga dimensi.

Berdasarkan tabel III.20 terdapat sembilan pernyataan dalam variabel kepuasan wisatawan. Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *cronbach's alpha* > 0,6. *Cronbach's alpha* pada dimensi satu > 0,6 yaitu sebesar 0,943 yang berarti reliabel, dimensi

dua memiliki *cronbach's alpha* 0,956 yang berarti reliabel dan dimensi tiga memiliki *cronbach's alpha* 0,771 yang berarti reliabel.

3) Variabel *Place Attachment* (Keterikatan Tempat)

Tabel III. 21 KMO and Bartlett's Test Variabel *Place Attachment*

KMO and Bartlett's Test		
<i>Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.</i>		.617
<i>Bartlett's Test of Sphericity</i>	<i>Approx. Chi-Square</i>	593.148
	<i>Df</i>	28
	<i>Sig.</i>	.000

Sumber: Data diolah peneliti (2019)

Nilai tinggi KMO antara 0,5 hingga 1 menyatakan bahwa analisis faktor telah cukup, nilai di bawah 0,5 menyatakan bahwa analisis faktor mungkin tidak cukup. Hasil KMO variabel *place attachment* berdasarkan tabel III.21 > 0,5 yaitu 0,617. Hal tersebut berarti analisis faktor telah mencukupi dan data yang diambil dapat difaktorkan.

Tabel III. 22 Pernyataan dan *Factor Loading* Variabel *Place Attachment*

Nama	Pernyataan	<i>Factor Loading</i>	
		1	2
PA5	Saya merasakan rasa memiliki yang kuat terhadap Keraton Yogyakarta terkait dengan pengaturan / fasilitas yang tersedia.	0.962	
PA4	Saya sangat terikat dengan Keraton Yogyakarta.	0.945	
PA6	Keraton Yogyakarta ini sangat berarti bagi saya.	0.913	
PA8	Jika saya tidak mengunjungi Keraton Yogyakarta, teman / keluarga saya akan kecewa.	0.912	
PA7	Teman / keluarga saya lebih menyukai Keraton Yogyakarta dibanding objek wisata lainnya.	0.910	

Nama	Pernyataan	Factor Loading	
		1	2
PA3	Saya sangat mengenal Keraton Yogyakarta.	0.891	
Cronbach's Alpha		0.963	
PA1	Pengaturan dan fasilitas yang disediakan oleh Keraton Yogyakarta ini adalah yang terbaik.		0.990
PA2	Saya sangat menikmati ketika mengunjungi Keraton Yogyakarta dan lingkungannya lebih dari tempat wisata lainnya.		0.988
Cronbach's Alpha			0.978

Sumber: Data diolah peneliti (2019)

Menurut teori yang telah ditulis pada bab dua *place attachment* memiliki empat dimensi sedangkan pada uji *pilot study* variabel *place attachment* hanya memiliki dua dimensi.

Berdasarkan tabel III.22 terdapat delapan pernyataan dalam variabel *place attachment*. Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *cronbach's alpha* > 0,6. *Cronbach's alpha* pada dimensi satu > 0,6 yaitu sebesar 0,963 yang berarti reliabel dan dimensi dua memiliki *cronbach's alpha* sebesar 0,978 yang berarti reliabel.

4) Variabel *Perceived Value* (Nilai yang Dirasakan)

Tabel III. 23 KMO and Bartlett's Test Variabel *Perceived Value*

KMO and Bartlett's Test		
<i>Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.</i>		.727
<i>Bartlett's Test of Sphericity</i>	<i>Approx. Chi-Square</i>	477.805
	<i>Df</i>	36
	<i>Sig.</i>	.000

Sumber: Data diolah peneliti (2019)

Nilai tinggi KMO antara 0,5 hingga 1 menyatakan bahwa analisis faktor telah cukup, nilai di bawah 0,5 menyatakan bahwa analisis faktor

mungkin tidak cukup. Hasil KMO variabel *perceived value* berdasarkan tabel III.23 > 0,5 yaitu 0,727. Hal tersebut berarti analisis faktor telah mencukupi dan data yang diambil dapat difaktorkan.

Tabel III. 24 Pernyataan dan *Factor Loading* Variabel *Perceived Value*

Nama	Pernyataan	<i>Factor Loading</i>	
		1	2
PV10	Saya mengunjungi Keraton Yogyakarta karena keinginan saya sendiri.	0.897	
PV15	Saya mendapatkan layanan dari Keraton Yogyakarta senilai dengan uang yang saya keluarkan.	0.886	
PV12	Saya merasakan pengalaman baru perjalanan yang tak terlupakan melalui perjalanan Keraton Yogyakarta.	0.875	
PV11	Saya merasa mendapat pengetahuan tambahan melalui perjalanan di Keraton Yogyakarta.	0.841	
PV14	Saya mendapatkan pengalaman berharga yang bisa saya sampaikan kepada orang lain setelah melakukan perjalanan di Keraton Yogyakarta.	0.785	
	<i>Cronbach's Alpha</i>	0.890	
PV17	Saya merasakan manfaat perjalanan di Keraton Yogyakarta sesuai dengan harga yang saya bayarkan.		0.965
PV16	Harga tiket masuk ke Keraton Yogyakarta sesuai dengan perkiraan saya.		0.840
PV9	Ketika saya memiliki masalah, petugas Keraton Yogyakarta tanggap untuk menyelesaikannya.		0.819
PV13	Saya menyaksikan atraksi yang unik di Keraton Yogyakarta, yang tidak saya temukan di tempat wisata lainnya.		0.713
	<i>Cronbach's Alpha</i>		0.876

Sumber: Data diolah peneliti (2019)

Menurut teori yang telah ditulis pada bab dua *perceived value* memiliki dua dimensi dan pada uji *pilot study* variabel *perceived value* juga memiliki dua dimensi.

Berdasarkan tabel III.24 terdapat sembilan pernyataan dalam variabel *perceived value*. Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *cronbach's alpha* > 0,6. *Cronbach's alpha* pada dimensi satu > 0,6 yaitu sebesar 0,890 yang berarti reliabel dan dimensi dua memiliki *cronbach's alpha* sebesar 0,876 yang berarti reliabel.

5) Variabel *Service Quality* (Kualitas Layanan)

Tabel III. 25 KMO and Bartlett's Test Variabel Service Quality

KMO and Bartlett's Test		
<i>Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.</i>		.848
<i>Bartlett's Test of Sphericity</i>	<i>Approx. Chi-Square</i>	481.603
	<i>Df</i>	28
	<i>Sig.</i>	.000

Sumber: Data diolah peneliti (2019)

Nilai tinggi KMO antara 0,5 hingga 1 menyatakan bahwa analisis faktor telah cukup, nilai di bawah 0,5 menyatakan bahwa analisis faktor mungkin tidak cukup. Hasil KMO variabel *service quality* berdasarkan tabel III.25 > 0,5 yaitu 0,848. Hal tersebut berarti analisis faktor telah mencukupi dan data yang diambil dapat difaktorkan.

Tabel III. 26 Pernyataan dan Factor Loading Variabel Service Quality

Nama	Pernyataan	Factor Loading
		1
SQ21	Petugas Keraton Yogyakarta selalu bersedia membantu saya.	0.974
SQ23	Petugas Keraton Yogyakarta secara konsisten bersikap sopan kepada saya.	0.960
SQ22	Petugas Keraton Yogyakarta memiliki pengetahuan yang baik untuk menjawab pertanyaan saya.	0.909
SQ20	Petugas Keraton Yogyakarta mau meluangkan waktu untuk menanggapi permintaan pengunjung.	0.886
SQ19	Ketika saya memiliki masalah, petugas Keraton Yogyakarta tanggap untuk menyelesaikannya.	0.857

Nama	Pernyataan	<i>Factor Loading</i>
		1
SQ25	Keraton Yogyakarta memiliki jam operasional yang nyaman untuk semua pengunjung.	0.841
SQ18	Fasilitas di Keraton Yogyakarta menarik secara visual.	0.679
SQ24	Keraton Yogyakarta memahami apa yang saya butuhkan dan berusaha untuk mengakomodir saya.	0.660
	<i>Cronbach's Alpha</i>	0.940

Sumber: Data diolah peneliti (2019)

Menurut teori yang telah ditulis pada bab dua *service quality* memiliki lima dimensi sedangkan pada uji *pilot study* variabel *service quality* tidak memiliki dimensi dan hanya terdiri dari delapan indikator. Berdasarkan tabel III.26 terdapat delapan pernyataan dalam variabel *service quality*. Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *cronbach's alpha* > 0.60. *Cronbach's alpha* dari dimensi di atas > 0.6 yaitu sebesar 0.940 yang berarti reliabel.