

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **A. Tempat dan Waktu Penelitian**

##### **1. Tempat**

Penelitian akan dilakukan di Candi Borobudur yang berlokasi di Jl. Badrawati, Kw. Candi Borobudur, Borobudur, Magelang, Jawa Tengah. Tempat ini dipilih oleh peneliti karena ketertarikan peneliti dengan Candi Borobudur. Peneliti menetapkan Candi Borobudur sebagai lokasi yang dituju karena Candi Borobudur merupakan salah satu wisata budaya Jawa yang paling bersejarah yang sesuai dengan kriteria peneliti untuk melakukan penelitian.

##### **2. Waktu Penelitian**

Penelitian ini dilakukan dari bulan Januari 2019 hingga bulan Juni 2019. Waktu tersebut diperkirakan cukup untuk melakukan studi pustaka pengambilan sampel dan data-data yang berkaitan dengan penelitian ini serta proses pengolahan data hingga didapatkan hasil dan kesimpulan dari penelitian ini.

## **B. Metode Penelitian**

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

Desain atau metode 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.

Penelitian deskriptif dilakukan untuk mengetahui dan mampu untuk menjelaskan karakteristik variabel yang diteliti dalam suatu situasi yaitu untuk memperoleh deskripsi dari variabel *Destination Image*, *Tourist Satisfaction*, *Revisit Intention* dan *Word of Mouth* (WOM). Sedangkan penelitian kausal bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Destination Image*, *Tourist Satisfaction*, *Revisit Intention* dan *Word of Mouth* (WOM). Dalam penelitian ini metode yang digunakan adalah metode survei dengan menggunakan instrumen berupa kuesioner dalam penelitian ini. Menurut Malhotra (2009), metode survei adalah kuesioner yang terstruktur yang diberikan ke responden yang dirancang untuk mendapatkan informasi spesifik. Alasan peneliti menggunakan *Destination Image*, *Tourist Satisfaction*, *Revisit Intention* dan *Word of Mouth* (WOM) ke Candi Borobudur.

## **C. Populasi dan Sampling atau Jenis dan Sumber Data**

### **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 pengunjung Candi Borobudur yang sudah pernah berkunjung ke Candi Borobudur. 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 Candi Borobudur.

### **2. Sampel**

Menurut Malhotra (2009) sampel adalah sub kelompok yang terpilih untuk berpartisipasi dalam studi. Metode sampling yang digunakan pada penelitian ini adalah *accidental sampling* dengan alasan untuk memudahkan peneliti dalam mencari responden. Sehingga peneliti dapat memilih seseorang untuk menjadi responden secara kebetulan saat bertemu dengan peneliti di lokasi penelitian untuk dijadikan sampel oleh peneliti. Batasan metode *accidental sampling* ini adalah pengunjung yang sudah pernah mengunjungi Candi Borobudur.

Menurut Hair, Black, and Babin (2010), terdapat beberapa hal yang dapat digunakan sebagai pedoman untuk 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.

Dalam penelitian ini pengambilan sampel yang digunakan oleh peneliti 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 kajian pada penelitian terdahulu dapat dilihat bahwa penelitian terdahulu juga menggunakan sampel yang berkisar antara 100-300 sehingga peneliti akan menggunakan sampel yaitu dengan jumlah 200 sampel.

Tabel III. 1 Ringkasan Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Lokasi	Jumlah Responden	Teknik Pengambilan Data	Teknik Analisis Data
1	Palau-Saumell et al. (2016)	Mexico and Spain	1206 questionnaires	A convenience sampling	Confirmatory Factor Analysis (CFA)
2	Zhang et al. (2018)	China	261 Valid Questionnaires	Convenient Sampling	Descriptive Statistical
3	Artuger and Cetinsoz (2017b)	Turkey	385 Arab Tourists	survey method	Confirmatory Factor Analysis (CFA)
4	Wibowo and Sazali (2016)	Indonesia	200 Respondents	Purposive Sampling	SEM (Structural Equation Model)
5	Pantouw, P., & Pangemanan, S. S. (2014).	Sulawesi	100 respondent	saturate sampling	multiple linear regression analysis
6	Papadimitriou et al. (2018)	Yunani	1125 respondent	random sampling	factor analysis by using principal component
7	Pratminingsih et al. (2014)	Bandung	268 visitors	convenience sampling.	A multiple regression analysis
8	Aliman, Hashim, Wahid, and Harudin (2016b)	Malaysia	482 tourists	convenience sampling	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Descriptive statistic</li> <li>2. factor analysis</li> <li>3. multiple regressions</li> </ol>
9	Chou (2017)	Taiwan	586 questionnaires	convenience sampling	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Regression Analysis</li> <li>2. Path Analysis</li> </ol>
10	Samsudin (2016)	Manado	100 tourist		Multiple Linear Regression Analysis
11	Stylos, Bellou, Andronikidis, and Vassiliadis (2017)	Yunani	2526 questionnaires	a self-administered questionnaire	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. analysis (MVA)</li> <li>2. confirmatory factor analysis (CFA)</li> </ol>
12	Herstanti et al. (2014)	Australia	227 participants	Online survey	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. exploratory factor analysis</li> <li>2. confirmatory factor analysis.</li> </ol>
13	Khuong and Phuong (2017)	Vietnam	1673 respondent	convenience sampling	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Analysis (EFA) and Reliability Test</li> <li>2. Multiple Regression and Path Analysis</li> </ol>

14	Alizadeh et al. (2013)	Iran	412 respondent	questionnaire instruments.	SEM (Structural Equation Model)
----	------------------------	------	----------------	----------------------------	---------------------------------

**Sumber:** Data diolah Peneliti (2019)

#### **D. Teknik Pengumpulan Data**

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 Magelang dan beberapa portal berita serta situs lainnya yang digunakan dalam pencarian referensi teori maupun jurnal.

Pada penelitian ini metode yang digunakan untuk pengumpulan data adalah metode survei dan metode observasi pada Candi Borobudur. 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 data adalah peneliti mendatangi responden yang pernah mengunjungi Candi Borobudur. 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. Pada penelitian ini diketahui variabel dependen adalah niat berkunjung ulang. Niat berkunjung ulang akan muncul apabila terdapat kepuasan dari pengunjung. Sehingga tingginya kepuasan pada pengunjung akan memungkinkan pengunjung untuk memiliki niat berkunjung kembali pada suatu destinasi.

Berikut operational variabel dan indikator adaptasi yang akan digunakan dalam penelitian dapat dilihat pada tabel berikut :

#### a. Niat Berkunjung Kembali

Tabel III. 2 Operasionalisasi Variabel

Konsep	Indikator Original	Indikator adaptasi	sumber
Niat Berkunjung Ulang (Z1) adalah bahwa niat berkunjung kembali adalah niat mengunjungi kembali datang dari niat perilaku mengacu kepada kesediaan wisatawan untuk mengunjungi destinasi yang sama atau obyek wisata lain di negara yang sama.	<b>Transactional intention</b> 1. I would revisit syney for vacation. 2. I would visit the same attraction (which I've visited), if I was on vacation back to sydney. 3. Australia is the country of my primary choice	<b>Niat Transaksional</b> 1. Saya akan mengunjungi Candi Borobudur lagi untuk berlibur. 2. Saya akan mengunjungi objek wisata yang sama (yang saya kunjungi), jika saya sedang berlibur ke Candi Borobudur. 3. Candi Borobudur	Herstanti et al. (2014)

	<p>for a vacation in the future.</p> <p>4. I would rather visit the city of sydney, compared to other cities in Australia.</p>	<p>adalah kota pilihan utama saya untuk liburan di masa depan.</p> <p>4. Saya lebih suka mengunjungi wisata Candi Borobudur, dibandingkan dengan tempat wisata lain di Magelang.</p>	
	<p><b>Intention to recommend</b></p> <p>1. I would recomend sydney to my friends as a destination for vacation.</p> <p>2. I would tell positive thing about my experience during my vacation in sydney.</p> <p>3. I would recomend sydney, to my relative as a destination for vacation</p>	<p><b>Niat untuk merekomendasi</b></p> <p>1. Saya akan merekomendasikan Candi Borobudur kepada teman saya sebagai tujuan liburan.</p> <p>2. Saya akan menceritakan hal-hal positif tentang pengalaman saya selama liburan di Candi Borobudur.</p> <p>3. Saya akan merekomendasikan Candi Borobudur kepada kerabat saya sebagai tujuan liburan</p>	

**Sumber:** Data Diolah Peneliti (2019)



## b. *Word of mouth* ( WOM )

Tabel III. 3 Operasionalisasi Variabel

Konsep	Indikator Original	Indikator adaptasi	sumber
Word of Mouth (Z2) adalah komunikasi mendorong banyak peneliti untuk mengukur WOM dalam hal frekuensi dan jumlah orang yang menerimanya yang disebabkan oleh pengalamannya dalam mengkonsumsi sebuah produk atau merek dan memperoleh kepuasan.	<p><b>WOM intensity</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. I spoke of this company much more frequently than about any other e-services company.</li> <li>2. I spoke of this company much more frequently than about companies of any other type.</li> <li>3. I spoke of this company to many individual</li> </ol>	<p><b>Intensitas Wom</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Saya berbicara tentang perusahaan ini lebih sering daripada tentang perusahaan layanan elektronik lainnya.</li> <li>2. Saya berbicara tentang perusahaan ini lebih sering daripada tentang perusahaan dari jenis lain.</li> <li>3. Saya berbicara tentang perusahaan ini kepada banyak orang</li> </ol>	Goyette et al. (2010)
	<p><b>Positive valence</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. I recommended this company</li> <li>2. I speak of this company's good sides.</li> <li>3. I am proud to say to others that I am this company's customer</li> <li>4. I strongly recommend people buy products online from this company.</li> <li>5. I mostly say positive things to others.</li> <li>6. I have spoken favourably of this company to others</li> </ol>	<p><b>Valent positif</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Saya merekomendasikan perusahaan ini.</li> <li>2. Saya berbicara tentang sisi baik perusahaan ini</li> <li>3. Saya bangga mengatakan kepada orang lain bahwa saya adalah pelanggan perusahaan ini.</li> <li>4. Saya sangat merekomendasikan orang membeli produk secara online dari perusahaan ini</li> <li>5. Saya kebanyakan mengatakan hal-hal positif kepada orang lain</li> <li>6. Saya telah berbicara positif tentang perusahaan ini kepada orang lain.</li> </ol>	

	<p><b>Negative valence</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. I mostly say negative things to other.</li> <li>2. I have spoken unflatteringly of this company to others</li> </ol>	<p><b>Valent Negative</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Saya kebanyakan mengatakan hal-hal negatif kepada orang lain.</li> <li>2. Saya telah berbicara secara tidak langsung tentang Candi Borobudur ini kepada orang lain.</li> </ol>	
	<p><b>Content.</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. I discuss the user-friendliness of its website.</li> <li>2. I discuss security of transactions and its Internet site.</li> <li>3. I discuss the prices of products offered.</li> <li>4. I discuss the variety of the products offered.</li> <li>5. I discuss the quality of the products offered</li> <li>6. I discuss ease of transactions.</li> <li>7. I speak of the rapid delivery.</li> <li>8. I speak of the company's notoriety</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Saya membahas kemudahan penggunaan situs webnya.</li> <li>2. Saya membahas keamanan transaksi dan situs Internetnya.</li> <li>3. Saya membahas harga produk yang ditawarkan.</li> <li>4. Saya membahas berbagai produk yang ditawarkan.</li> <li>5. Saya membahas kualitas produk yang ditawarkan</li> <li>6. Saya membahas kemudahan transaksi.</li> <li>7. Saya berbicara tentang pengiriman cepat.</li> <li>8. Saya berbicara tentang ketenaran perusahaan.</li> </ol>	

**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 *Destination Image*..

Berikut operational variabel dan indikator adaptasi yang akan digunakan dalam penelitian dapat dilihat pada tabel berikut :

### a. *Destination Image*

**Tabel III. 4 Operasionalisasi Variabel**

<b>Konsep</b>	<b>Indikator Original</b>	<b>Indikator Adaptasi</b>	<b>Sumber</b>
<i>Destination Image</i> (X2) adalah keputusan suatu perjalanan dari pemikiran individu berupa pengetahuan, perasaan dan persepsi menjadi keseluruhan pemikiran tujuan dari pengalaman yang didasarkan tingkat kepuasan pengunjung terhadap destinasi yang dikunjungi.	<b>Tourist Leisure and Entertainment</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Sydney has good shopping facilities.</li> <li>2. Sydney has a unique traditional market for my visit.</li> <li>3. Sydney has a pleasant evening entertainment..</li> <li>4. Sydney has attractive recreation areas.</li> </ol>	<b>Liburan dan hiburan wisatawan</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Candi Borobudur memiliki fasilitas perbelanjaan yang bagus.</li> <li>2. Candi Borobudur memiliki pasar tradisional yang unik untuk kunjungan saya.</li> <li>3. Candi Borobudur memiliki hiburan malam yang menyenangkan.</li> <li>4. Candi Borobudur memiliki area rekreasi yang menarik</li> </ol>	Herstanti et al. (2014)
	<b>Touristic Attractiveness</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Sydney has a zoo with</li> </ol>	<b>Menarik wisatawan</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Candi Borobudur memiliki kebun binatang.</li> </ol>	

	<p>typical of australian animals, e.g kangaroos</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>2. Sydney has an art of orchestra drama of cultural attractiveness</li> <li>3. Sydney has tourism icons that is beautiful.</li> <li>4. Sydney has a number of good muuseum.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>2. Candi Borobudur memiliki seni drama orkestra yang memiliki daya tarik budaya.</li> <li>3. Candi Borobudur memiliki ikon pariwisata yang indah.</li> <li>4. Candi Borobudur memiliki sejumlah muuseum yang baik.</li> </ol>	
	<p><b>Infrastructure and Accessibility</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Sydney has a good quality of infrastructure (roads).</li> <li>2. Sydney has a convenient transportation service on encounter.</li> <li>3. Sydney has a convenient transportation services.</li> <li>4. Sydney has many kinds of restaurant.</li> <li>5. Sydney has a wide range of hotel classes.</li> </ol>	<p><b>Infrastruktur dan aksesibilitas</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Candi Borobudur memiliki kualitas infrastruktur (jalan) yang bagus.</li> <li>2. Candi Borobudur memiliki layanan transportasi yang nyaman untuk pertemuan.</li> <li>3. Candi Borobudur memiliki layanan transportasi yang nyaman.</li> <li>4. Candi Borobudur memiliki banyak jenis restoran.</li> <li>5. Candi Borobudur memiliki beragam kelas hotel.</li> </ol>	
	<p><b>Environment</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Sydney has a beautiful nature.</li> <li>2. Sydney is a city that has a relax atmosphere.</li> <li>3. Sydney has a convenient transportation services.</li> <li>4. Sydney has an environment</li> </ol>	<p><b>Lingkungan hidup</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Candi borobudur memiliki sifat yang indah.</li> <li>2. Candi Borobudur adalah tempat wisata yang memiliki suasana santai.</li> <li>3. Candi Borobudur memiliki layanan transportasi yang nyaman.</li> </ol>	

	free from air pollution. 5. Sydney has a friendly weather	4. Candi Borobudur memiliki lingkungan yang bebas dari polusi udara. 5. Candi Borobudur memiliki cuaca yang bersahabat	
--	--	---	--

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 penyalur / 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 operational variabel dan indikator adaptasi yang akan digunakan dalam penelitian dapat dilihat pada tabel berikut :

#### a. Kepuasan wisatawan (*Tourist Satisfaction*).

Tabel III. 5 Operasionalisasi Variabel

Konsep	Indikator Original	Indikator adaptasi
<i>Tourist satisfaction</i> (Y) bahwa kepuasan wisatawan ( <i>Tourist Satisfaction</i> ) adalah pengalaman nyata yang berdasarkan perasaan psikologis positif dari tujuan tempat wisata.	<p><b>Local Attraction</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. I am satisfied visiting recreational park in sydney.</li> <li>2. I am satisfied visiting the opera house.</li> </ol>	<p><b>Atraksi lokal</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Saya puas mengunjungi taman rekreasi di Borobudur.</li> <li>2. Saya puas mengunjungi gedung opera.</li> </ol>
	<p><b>Borobudur Temple icons</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. I was satisfied watching traditional music in sydney.</li> </ol>	<p><b>Ikon Candi Borobudur</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Saya puas dengan objek wisata di Candi Borobudur.</li> </ol>

	<ol style="list-style-type: none"> <li>2. I was satisfied trying typical food australian in sydney.</li> <li>3. I was satisfied trying typical beverages of australian in sydney.</li> <li>4. I was pleased to see unique handicraft of australian in sydney.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>2. Saya puas menonton musik tradisional di Candi Borobudur.</li> <li>3. Saya puas mencoba makanan khas di Candi Borobudur.</li> <li>4. Saya senang melihat kerajinan tangan di Candi Borobudur.</li> </ol>
	<p><b>Easiness</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. I was satisfied because when I visited sydney.</li> <li>2. I was satisfied because it is easy finding money changers.</li> </ol>	<p><b>Kemudahan</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Saya puas mengunjungi Candi Borobudur.</li> <li>2. Saya puas karena mudah menemukan tempat menukarkan uang.</li> </ol>
	<p><b>Transport</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. I was satisfied rented a bike to get around seeing sights in sydney.</li> <li>2. I was satisfied using public transport in sydney.</li> </ol>	<p><b>Kendaraan</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Saya puas menyewa sepeda untuk berkeliling meliha-lihat pemandangan di Candi Borobudur.</li> <li>2. Saya puas menggunakan transportasi umum di Candi Borobudur.</li> </ol>

**Sumber:** Data Diolah Peneliti (2019)

#### 4. 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).

Dalam penelitian ini menggunakan kuesioner dengan skala *Likert*. Menurut Sugiyono (2015), skala *Likert* berfungsi untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan skala *Likert* genap, dengan menggunakan kategori genap, misalnya 4 pilihan, 6 pilihan, atau 8 pilihan

Sukardi (2015). 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**

<b>Kriteria Jawaban</b>	<b>Kode</b>
Sangat Tidak Setuju	1
Tidak Setuju	2
Sedikit Tidak Setuju	3
Sedikit Setuju	4
Setuju	5
Sangat Setuju	6

**Sumber:** Simamora (2008)

## **E. Teknik Analisis Data**

### **1. Analisis Deskriptif**

Menurut Malhotra (2009) analisis deskriptif adalah analisis yang dilakukan untuk menggambarkan setiap jawaban yang diberikan responden yang berasal dari kuesioner yang telah dibuat oleh peneliti. Pendekatan teknik analisis deskriptif dalam hal ini antara lain penyajian data melalui tabel atau grafik serta perhitungan data dengan menggunakan frekuensi dan penggunaan presentase.

### **2. Uji Validitas**

Dalam penelitian ini salah satu uji yang dilakukan adalah uji validitas. Menurut (Malhotra, 2009) skala validitas dapat didefinisikan sebagai sejauh

mana perbedaan skor skala yang diamati mencerminkan perbedaan sejati antara objek-objek pada karakteristik yang sedang diukur, daripada eror sistematis atau acak.

Pada saat penilaian kuesioner pengukuran validitas sangat penting dilakukan. 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*).

Uji validitas yang digunakan untuk mengetahui kelayakan butir-butir dalam suatu daftar pertanyaan dalam mendefinisikan suatu variabel. Menurut Malhotra (2009), validitas merupakan instrumen dalam kuesioner yang dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur, bukan kesalahan sistematis. Sehingga indikator-indikator tersebut dapat mencerminkan karakteristik dari variabel yang digunakan dalam penelitian.

Pengukuran validitas sangat penting dilakukan dalam penilaian kuesioner. Uji validitas dilakukan untuk mengetahui valid atau tidaknya kuesioner yang digunakan untuk penelitian. Instrumen yang reliabel belum tentu valid. 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 bila 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. 7 Nilai Loading Significant EFA Berdasarkan Jumlah Sampel**

<i>Factor Loading</i>	Jumlah Sampel
0.30	350
0.35	250
<b>0.40</b>	<b>200</b>
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. Uji Realibitas

Menurut Priyanto and Dwi (2010) uji reliabilitas dilakukan untuk menguji sejauh mana item-item instrumen dapat merefleksikan kesamaan konstruk dan juga untuk mengetahui konsistensi alat ukur, apakah alat ukur yang digunakan dapat diandalkan dan tetap konsisten jika pengukuran tersebut diulang. Suatu kuisisioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Pada penelitian ini pengujian reliabilitas menggunakan teknik *cronbach's alpha* ( $\alpha$ ) 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 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

$\sigma b^2$  = Jumlah varians butir

$k$  = Banyaknya butir pertanyaan

$\sigma^2$  = Jumlah varians total

#### 4. Uji Hipotesis

Pada penelitian ini peneliti menggunakan teknik *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan menggunakan software AMOS 22. Menurut Sugiyono (2013) SEM dideskripsikan sebagai suatu analisis yang menggabungkan pendekatan analisis faktor (*factor analysis*), model struktural (*structural model*) dan analisis jalur (*path analysis*). Metode Analisis dilakukan untuk menginterpretasikan dan menarik kesimpulan dari sejumlah data yang terkumpul. Peneliti menggunakan perangkat lunak SPSS *for windows* versi 23 dan SEM (*Structural Equation Model*) dari paket statistik AMOS versi 20 untuk mengolah dan menganalisis data hasil penelitian.

Dengan menggunakan 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 besarnya. Sehingga hubungan kausalitas di antara variabel atau konstruk menjadi lebih informatif, lengkap dan akurat.

Menurut Sanusi (2011) terdapat beberapa langkah yang dapat dilakukan untuk menguji model SEM layak atau tidak. Yang pertama adalah dengan menguji ada atau tidaknya nilai taksiran yang rusak. Nilai yang rusak bias terjadi pada bagian model pengukuran. Langkah berikutnya adalah melakukan uji kecocokan berdasarkan *fit indices*. *Fit indices* pada SEM terbagi menjadi tiga bagian yaitu:

## 1. *Absolute Fit Indices*

*Absolute Fit Indices* adalah pengujian yang paling mendasar pada SEM dengan mengukur model fit secara keseluruhan baik model structural maupun model pengukuran secara bersamaan.

Alat ukur pada *Absolute Fit Indices* biasanya 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*)

Merupakan suatu 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.

## 2. *Incremental Fit Indices*

*Incremental Fit Indices* adalah ukuran kecocokan model secara relative, digunakan untuk membandingkan model yang diusulkan dengan model dasar yang digunakan oleh peneliti.

Alat ukur pada *Incremental Fit Indices* biasanya 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 untuk melakukan adjustment terhadap pengukuran fit untuk dapat dibandingkan antar model dengan jumlah koefisien yang berbeda.

Dengan demikian indeks-indeks yang dapat digunakan untuk menguji kelayakan sebuah model adalah seperti yang dirangkum dalam tabel III. 5 berikut ini :

**Tabel III. 8 Goodness of Fit Indices**

No	<i>Goodness of Fit Indices Cut-off Value</i>	<i>Goodness of Fit Indices Cut-off Value</i>
1	Probabilitas (P)	$\geq 0.05$
2	CMIN/DF	$\leq 2.00$
3	TLI	$\geq 0.95$
4	CFI	$\geq 0.95$
5	RMSEA	$\leq 0.08$

### 4. *Pilot Study*

#### a. Deskripsi Data

Sebelum melakukan penelitian, peneliti melakukan *pilot study* dengan cara menyebarkan 50 kuesioner kepada responden yang sudah pernah melakukan kunjungan di Candi Borobudur. Peneliti menyebarkan kuesioner

*pilot study* kepada wisatawan di Candi Borobudur karena telah mengunjungi Candi Borobudur.

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. Adapun keuntungan dari pelaksanaan uji pilot ini, diantaranya adalah sebagai berikut :

1. Memberi peringatan lebih awal tentang dimana kemungkinan penelitian utama akan kegagalan.
2. Menjadi petunjuk kepada peneliti bagaimana 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.

Peneliti menyebarkan kuesioner kepada 50 responden dan berikut adalah hasil pengolahan data yang dibantu oleh aplikasi SPSS versi 23.

### a) Domisili

**Tabel III. 9 Domisili Responden yang Mengunjungi Candi Borobudur**

		Jumlah	Persentase	Pie Chart
Valid	Yogyakarta	40	80%	
	Luar Yogyakarta	10	20%	
	<b>Total</b>	<b>200</b>	<b>100%</b>	

**Sumber:** Data diolah oleh Peneliti

Dari Tabel diatas dapat dilihat bahwa 50 responden yang sudah pernah mengunjungi Candi Borobudur sebagian besar berasal dari daerah Yogyakarta dengan jumlah 40 responden atau 80%. Dan sisanya responden berasal dari luar Yogyakarta dengan berjumlah sepuluh responden atau 20% dari total responden.

### b) Jenis Kelamin

**Tabel III. 10 Jenis Kelamin Responden yang Mengunjungi Candi Borobudur**

		Jumlah	Persentase	Pie Chart
Valid	Laki-laki	33	66%	
	Perempuan	17	34%	
	<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>	

**Sumber:** Data diolah oleh Peneliti



Dari Tabel diatas dapat dilihat bahwa 50 responden yang sudah pernah mengunjungi Candi Borobudur sebagian besar adalah Laki-laki dengan jumlah 33 responden atau 66%. Dan sisanya dari responden Perempuan dengan berjumlah 17 responden atau 34% dari total responden.

### c) Usia

**Tabel III. 11 Usia Responden yang Mengunjungi Candi Borobudur**

		Jumlah	Persentase	Pie Chart
Valid	<18 tahun	1	2%	<p>Usia_Anda</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>&lt;18 tahun</li> <li>18-23 tahun</li> <li>24-29 tahun</li> <li>30-35 tahun</li> </ul>
	18-23 tahun	39	78%	
	24-29 tahun	9	18%	
	30-35 tahun	1	2%	
	<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>	

Sumber: Data diolah oleh Peneliti

Hasil penelitian menunjukkan bahwa responden yang pernah mengunjungi Candi Borobudur terdiri dari satu responden berusia kurang dari 18 tahun atau sebesar 2%. Responden berusia 18-23 tahun sebanyak 39 wisatawan atau sebesar 78%. Responden berusia 24-29 tahun sebanyak sembilan wisatawan atau sebesar 18%. Sedangkan responden berusia 30-35 tahun sebanyak satu wisatawan atau sebesar 2%. Dari total semua responden yang disebar oleh peneliti. Data usia responden yang terkumpul sebagian besar adalah responden yang berusia 18-23 tahun hal ini dikarenakan peneliti menyebarkan kuesioner *Pilot Study* pada responden yang pernah mengunjungi Candi Borobudur.

#### d) Pendidikan Terakhir

Tabel III. 12 Pendidikan Terakhir responden yang Mengunjungi Candi Borobudur

		Jumlah	Persentase	Pie Chart
Valid	SLTA	38	76%	
	Diploma	2	4%	
	S1	9	18%	
	S2/S3	1	2%	
	<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>	

Sumber: Data diolah oleh Peneliti

Dari Tabel diatas dapat dilihat bahwa sebanyak 50% responden dengan pendidikan terakhir SLTA berjumlah 38 wisatawan atau sebesar 76%. Responden dengan pendidikan terakhir Diploma berjumlah dua wisatawan atau sebesar 4%. Responden dengan pendidikan terakhir S1 berjumlah sembilan wisatawan atau sebesar 18%. Sedangkan responden dengan pendidikan terakhir S2/S3 berjumlah satu wisatawan atau sebesar 2%.

#### e) Status Pernikahan

Tabel III. 13 Status Pernikahan responden yang Mengunjungi Candi Borobudur

		Jumlah	Persentase	Pie Chart
Valid	Belum Menikah	45	90%	
	Menikah	4	8%	
	Pasangan Meninggal	1	2%	
	<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>	

Sumber: Data diolah oleh Peneliti

Dari Tabel diatas dapat dilihat bahwa responden yang pernah mengunjungi Candi Borobudur berstatus belum menikah terdapat sebanyak 45 responden atau sebesar 90%, menikah sebanyak empat responden atau sebesar 8% dan pasangan meninggal sebanyak satu responden atau sebesar 2%. Hal ini karena peneliti menyebarkan *Pilot Study* pada responden yang pernah mengunjungi Candi Borobudur.

#### f) Status Pekerjaan

**Tabel III. 14 Pekerjaan Responden yang Mengunjungi Candi Borobudur**

		Jumlah	Persentase	Pie Chart
Valid	Belum Bekerja	32	64%	<p>Status_Pekerjaan</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Belum Bekerja</li> <li>Bekerja</li> <li>Memiliki Usaha Sendiri</li> </ul>
	Bekerja	11	22%	
	Memiliki Usaha Sendiri	7	14%	
	<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>	

**Sumber:** Data diolah oleh Peneliti

Dari Tabel diatas dapat dilihat bahwa responden yang pernah mengunjungi Candi Borobudur bekerja sebagai dengan status pekerjaan belum bekerja berjumlah 32 responden atau sebesar 64%, berstatus bekerja berjumlah 11 responden atau sebesar 22%. Sedangkan berstatus memiliki usaha sendiri berjumlah tujuh responden atau sebesar 14%. Hal ini karena peneliti menyebarkan *Pilot Study* pada responden yang pernah mengunjungi Candi Borobudur.

## 1. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen.

### a. Variabel *Revisit Intention* ( Niat Berkunjung Kembali )

Tabel III. 15 Pernyataan dan *Factor Loading* Variabel *Revisit Intention*

KMO and Bartlett's Test		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		0,779
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	45,175
	df	6
	Sig.	,000

Sumber: Data diolah oleh Peneliti

Hasil KMO variabel *revisit intention* berdasarkan tabel yaitu sebesar 0.779 atau mencapai  $>0.5$ . Hal tersebut berarti analisis faktor telah mencukupi.

Tabel III. 16 Pernyataan dan *Factor Loading* Variabel *Revisit Intention*

Nama	Pernyataan	Factor Loading
		1
RI4	Saya lebih suka mengunjungi wisata Candi Borobudur, dibandingkan dengan tempat wisata lain di Magelang.	0.800
RI3	Candi Borobudur adalah kota pilihan utama saya untuk liburan di masa depan	.0778
RI1	Saya akan mengunjungi Candi Borobudur lagi untuk berlibur.	.0765
RI2	Saya lebih suka mengunjungi Candi Borobudur, dibandingkan dengan tempat wisata lain.	0.726
<b>Cronbach's Alpha</b>		<b>0.767</b>

Sumber: Data diolah oleh Peneliti

Menurut teori yang telah ditulis pada bab dua, *Revisit Intention* memiliki empat Sedangkan dalam uji pilot atau uji dalam skala kecil menunjukkan bahwa variabel *Revisit Intention* memiliki empat dimensi.

Terdapat empat pertanyaan dalam variabel *Revisit Intention* berdasarkan tabel III.17 Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Alfa Cronbach*  $>0.60$ . *Cronbach's alpha* dari dimensi satu adalah sebesar  $>0.60$  yaitu 0.767 maka dapat dinyatakan reliabel.

### b. Variabel Word of Mouth

**Tabel III. 17 Pernyataan dan Factor Loading Variabel Word of Mouth**

KMO and Bartlett's Test		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		0,755
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	179,226
	df	28
	Sig.	,000

**Sumber:** Data diolah oleh Peneliti

Hasil KMO variabel *Word of Mouth* berdasarkan tabel yaitu sebesar 0.755 atau mencapai  $>0.5$ . Hal tersebut berarti analisis faktor telah mencukupi.

**Tabel III. 18 Pernyataan dan Factor Loading Variabel Word of Mouth**

Nama	Pernyataan	Factor Loading	
		1	2
WOM7	Saya membahas kemudahan bertransaksi di Candi Borobudur.	0.845	
WOM4	Saya kebanyakan mengatakan hal-hal positif Candi Borobudur kepada orang lain.	0.813	
WOM2	Saya berbicara tentang Candi Borobudur ini kepada banyak orang.	0.778	
	<b>Cronbach's Alpha</b>	<b>0.861</b>	
WOM1	Saya lebih sering berbicara tentang Candi Borobudur daripada tempat wisata lain.		0.888
WOM5	Saya membahas berbagai produk kerajinan yang ditawarkan di Candi Borobudur.		0.834
WOM8	Saya membahas tentang ketenaran tempat wisata Candi Borobudur.		0.781
WOM6	Saya membahas kualitas produk kerajinan yang ditawarkan di Candi Borobudur.		0.621

	<b>Cronbach's Alpha</b>		<b>0.798</b>
--	-------------------------	--	--------------

**Sumber:** *Data diolah oleh Peneliti*

Menurut teori yang telah ditulis pada bab dua, *Word of Mouth* memiliki delapan dimensi. Sedangkan dalam uji pilot atau uji dalam skala kecil menunjukkan bahwa variabel *Word of Mouth* memiliki delapan dimensi.

Terdapat 6 pertanyaan dalam variabel *Word of Mouth* berdasarkan tabel III.19 Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Alfa Cronbach*  $>0.60$ . *Cronbach's alpha* dari dimensi satu adalah sebesar  $>0.60$  yaitu 0.861 maka dapat dinyatakan reliabel. Sedangkan dimensi dua adalah sebesar  $>0.60$  yaitu 0.798 maka dapat dinyatakan reliabel.

**c. Variabel Tourist Satisfaction ( Kepuasan Wisatawan )**

**Tabel III. 19 Pernyataan dan Factor Loading Variabel Tourist Satisfaction**

<b>KMO and Bartlett's Test</b>		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		0,612
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	123,163
	df	15
	Sig.	,000

**Sumber:** *Data diolah oleh Peneliti*

Nilai tinggi KMO antara 0.5 sampai 1.0 menyatakan bahwa analisis faktor telah cukup, nilai dibawah 0.5 menyatakan bahwa analisis faktor mungkin tidak cukup. Hasil KMO variabel kepuasan wisatawan berdasarkan tabel yaitu sebesar 0.612 atau mencapai  $>0.5$ . Hal tersebut berarti analisis faktor telah mencukupi.

Tabel III. 20 Pernyataan dan *Factor Loading* Variabel *Tourist Satisfaction*

Nama	Pernyataan	Factor Loading	
		1	2
TS3	Saya senang melihat kerajinan tangan di Candi Borobudur.	0.879	
TS2	Saya puas mengunjungi Candi Borobudur.	0.861	
TS4	Saya puas karena mudah menemukan tempat penukaran uang.	0.816	
TS1	Saya puas mengunjungi Candi Borobudur.	0.787	
	<b>Cronbach's Alpha</b>	<b>0.854</b>	
TS6	Saya puas menggunakan transportasi umum di Candi Borobudur.		0.853
TS5	Saya puas menyewa sepeda untuk berkeliling melihat pemandangan di Candi Borobudur.		0.841
	<b>Cronbach's Alpha</b>		<b>0.643</b>

Sumber: Data diolah oleh Peneliti

Menurut teori yang telah ditulis pada bab dua, kepuasan wisatawan memiliki enam dimensi. Sedangkan dalam uji pilot atau uji dalam skala kecil menunjukkan bahwa variabel *tourist satisfaction* memiliki enam dimensi.

Terdapat 6 pertanyaan dalam variabel kepuasan wisatawan berdasarkan tabel III.21 Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Alfa Cronbach*  $>0.60$ . *Cronbach's alpha* dari dimensi satu adalah sebesar  $>0.60$  yaitu 0.853 maka dapat dinyatakan reliabel. Sedangkan dimensi dua adalah sebesar  $<0.60$  yaitu 0.643 maka dapat dinyatakan reliabel.

**d. Variabel Destination Image ( Citra Destinasi )**

**Tabel III. 21 Pernyataan dan Factor Loading Variabel Destination Image**

KMO and Bartlett's Test		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		0,691
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	182,703
	df	28
	Sig.	,000

**Sumber:** Data diolah Peneliti (2019)

Nilai KMO antara 0.5 sampai 1.0 menyatakan bahwa analisis faktor telah cukup, sedangkan nilai dibawah 0.5 menyatakan bahwa analisis faktor mungkin tidak cukup. Hasil KMO variabel destination image berdasarkan tabel yaitu 0.691 atau sampai >0.5. Hal tersebut berarti analisis faktor telah mencukupi.

**Tabel III. 22 Pernyataan dan Factor Loading Variabel Destination Image**

Nama	Pernyataan	Factor Loading	
		1	2
DI8	Candi Borobudur memiliki lingkungan yang bebas dari polusi.	0.887	
DI1	Candi Borobudur memiliki fasilitas perbelanjaan yang bagus.	0.855	
DI7	Candi Borobudur adalah tempat wisata yang memiliki suasana santai.	0.763	
DI4	Candi Borobudur memiliki sejumlah museum yang baik.	0.743	
DI3	Candi Borobudur memiliki ikon pariwisata yang indah.	0.706	
DI2	Candi Borobudur memiliki hiburan malam yang menyenangkan.	0.591	
	<b>Cronbach's Alpha</b>	<b>0.853</b>	
DI6	Candi Borobudur memiliki layanan transportasi yang nyaman.		0.896
DI5	Candi Borobudur memiliki kualitas infrastruktur (jalan) yang bagus.		0.780
	<b>Cronbach's Alpha</b>		<b>0.693</b>

**Sumber:** Data diolah oleh Peneliti



Menurut teori yang telah di tulis pada bab dua, *Destination Image* memiliki delapan dimensi. Sedangkan dalam uji Pilot atau uji dalam skala kecil menunjukkan bahwa variabel *destination image* memiliki delapan dimensi.

Terdapat 8 pertanyaan dalam variabel *destination image* berdasarkan tabel III.23 Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Alfa Cronbach*  $>0.60$ . *Cronbach's alpha* dari dimensi satu sebesar  $>0.60$  yaitu 0.853 maka dapat dinyatakan reliabel. Sedangkan dimensi dua adalah sebesar  $>0.60$  yaitu 0.693 maka dinyatakan reliabel.