

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Tempat dan Waktu Penelitian

3.1.1 Tempat

Lokasi yang dipilih dalam melakukan penelitian ini yaitu perkebunan *strawberry* Ciwidey, Bandung. Sesuai dengan kunjungan yang dilakukan peneliti, sepanjang jalan Ciwidey pengunjung akan disugahi pemandangan perkebunan dan pertanian, hal itu membuat Ciwidey banyak destinasi agrowisata yang menjadi daya tarik wisatawan. Kawasan Ciwidey berada di Kabupaten Bandung atau sekitar 60 km dari pusat Kota Bandung.

Wilayah Ciwidey terkenal sebagai sentra perkebunan yang selalu menjadi objek liburan menarik. Salah satunya wisata perkebunan buah *strawberry* yang wisatawan dapat memetik sendiri buahnya langsung dari kebun *strawberry* tersebut. Memetik sendiri buah *strawberry* di Ciwidey akan dikenakan harga sekitar 60 – 80 ribu rupiah per kilo dihari biasa, dan 100 – 120 ribu per kilo pada *high season*. Selain dapat menikmati pemandangan perkebunan, memetik buah *strawberry*, wisatawan juga dapat membeli berbagai olahan dari buah *strawberry*.



Gambar III.1: Perkebunan Strawberry di Jalan Ciwidey
 Sumber: Hasil Observasi Peneliti, 26-04-2019

Alasan pemilihan lokasi tersebut disebabkan saat peneliti melakukan kunjungan ke Ciwidey, agrowisata yang paling banyak dikunjungi oleh wisatawan yaitu wisata kebun *strawberry*, karena para wisatawan ingin mendapatkan pengalaman memetik sendiri buah *strawberry* dan kriteria wisatawan kebun *strawberry* cocok untuk penelitian ini.

3.1.2 Waktu

Adapun penelitian ini peneliti lakukan dalam rentang waktu antara bulan Februari 2019 – Agustus 2019.

3.2 Metode Penelitian

Metode penelitan yang digunakan pada penelitian ini adalah metode kuantitatif. Variabel yang diteliti pada penelitian ini yaitu variabel independen dan variabel dependen. Penelitian ini melakukan pengujian hipotesis-hipotesis dan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Adapun variabel independen yaitu *customer experience*, *customer expectation* dan *destination*

image. Sedangkan untuk variabel dependen adalah *revisit intention*. Kemudian variabel *intervening*-nya yaitu *customer satisfaction*.

Uji hipotesis pada penelitian ini menggunakan *Structural Equation Modelling* (SEM). Lalu dalam penelitian ini peneliti menggunakan desain penelitian *exploratory* atau eksploratif.

3.3 Variabel Penelitian dan Pengukurannya

Penelitian ini menggunakan tiga variabel independen, antara lain *customer experience* sebagai variabel bebas X1, *customer expectation* sebagai variabel bebas X2, *destination image* sebagai variabel bebas X3, variabel *intervening* yaitu *customer satisfaction* sebagai variabel *intervening* Y, kemudian variabel dependen yaitu *revisit intention* sebagai variabel terikat Z.

3.3.1 Variabel Independen

Dalam penelitian ini ada tiga variabel independen yaitu *customer experience* sebagai variabel bebas X1, *customer expectation* sebagai variabel bebas X2, dan *destination image* sebagai variabel bebas X3.

3.3.2 Variabel Dependen

Adapun dalam penelitian ini, variabel dependennya yaitu *revisit intention* sebagai Z.

3.4 Sampling

3.4.1 Populasi

Dalam penelitian ini yang menjadi target populasi adalah wisatawan yang berkunjung ke kebun *strawberry* Ciwidey, Bandung. Ukuran populasi dalam

penelitian ini adalah populasi tak terhingga (*infinite population*), karena jumlah populasi pengunjung di kebun *strawberry* Ciwidey Bandung tersebut tidak diketahui secara pasti oleh peneliti dan cenderung tidak terbatas.

3.4.1 Sampel

Sampling yang digunakan pada penelitian ini adalah *purposive sampling*.

Karakteristik sampel yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah:

- a. Wisatawan yang pernah mengunjungi kebun *strawberry* di Ciwidey.
- b. Berusia 18-65 tahun

Peneliti akan menggunakan sampel sebanyak 200 responden. Dalam penelitian ini, yang dapat dijadikan responden adalah wisatawan nusantara yang mengunjungi kebun *strawberry* Ciwidey, Bandung. Kebun *strawberry* Ciwidey dipilih sebagai lokasi pengambilan sampel karena merupakan Kawasan Agrowisata yang cukup terkenal di Jawa Barat, sehingga peneliti menganggap lokasi tersebut tepat untuk dijadikan tempat pengambilan sampel.

Tabel III.1
Responden Penelitian yang Relevan

Sumber	Lokasi	Jumlah Sampel	Karakteristik Sampel	Teknik Analisis Data
(Mahasuweerachai dan Qu, 2009)	Oklahoma, USA	783	<i>Online Survey</i>	SEM
(Rahman et al., 2017)	Dhaka, Bangladesh	210	Pengunjung <i>Restaurant</i>	SEM
(Canny, 2014)	Jakarta, Indonesia	213	Pengunjung <i>Restaurant</i>	SEM
(Huang dan Hsu, 2009)	Hong-kong	200	<i>Telephone Interviews</i>	SEM

Sumber	Lokasi	Jumlah Sampel	Karakteristik Sampel	Teknik Analisis Data
(Dewi dan Laksmidewi, 2015)	Jakarta, Indonesia	125	Pengunjung Museum	SEM
(Wibowo <i>et al.</i> , 2017)	Jakarta, Indonesia	-	Pengunjung Tempat Wisata	SEM
(Nasser <i>et al.</i> , 2012)	Yaman	118	Akademik Universitas	SEM
(Lee <i>et al.</i> , 2011)	Korea	500	Pengunjung Tempat Wisata	SEM

Sumber: Diolah oleh Peneliti (2019)

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan data primer. Data primer tersebut diperoleh melalui pengumpulan data berupa kuesioner yang dibagikan kepada 200 responden yang ada di kebun *strawberry* Ciwidey Bandung untuk memperoleh informasi tentang variabel-variabel yang diteliti dalam penelitian ini.

3.6 Indikator Variabel

Tabel III.2
Indikator Tiap Variabel

No	Variabel	Sumber	Indikator Asli	Indikator Adaptasi
1	<i>Customer Experience</i>	(Kim, Ritchie, & McCormick, 2012)	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Pleasurable feelings that excite oneself.</i> 2. <i>Arousal of feelings that heighten and/or invigorate oneself</i> 3. <i>A feeling of connection and group identity with travel partners and/or local people</i> 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Perasaan senang saat mengunjungi kebun <i>strawberry</i> di Ciwidey, Bandung. 2. Mendapatkan gairah perasaan yang meningkat saat mengunjungi kebun <i>strawberry</i> di Ciwidey, Bandung. 3. Perasaan berkoneksi dengan teman perjalanan ke kebun <i>strawberry</i> di Ciwidey, Bandung.

	<i>Customer Experience</i>	(Kim, Ritchie, & McCormick, 2012)	<ol style="list-style-type: none"> 4. <i>Information, facts, or experiences known by an individual</i> 5. <i>A physical involvement with the tourism experience</i> 	<ol style="list-style-type: none"> 4. Pengalaman yang didapatkan oleh diri sendiri pada kebun <i>strawberry</i> di Ciwidey, Bandung. 5. Adanya keterlibatan fisik dengan pengalaman berkunjung ke kebun <i>strawberry</i> di Ciwidey, Bandung.
2	<i>Customer Expectation</i>	(Lee, Jeon, dan Kim, 2011)	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>I expect to see very beautiful scenery from the tour.</i> 2. <i>I hope to see historical and cultural legacy from the tour.</i> 3. <i>I hope to see comfortable and safe city environments from the tour.</i> 4. <i>I expect to see various souvenirs from the tour.</i> 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Harapan untuk melihat pemandangan yang sangat indah di kebun <i>strawberry</i> di Ciwidey, Bandung. 2. Harapan untuk melihat budaya kebun <i>strawberry</i> di Ciwidey, Bandung. 3. Harapan untuk mendapatkan kenyamanan lingkungan pada kebun <i>strawberry</i> di Ciwidey, Bandung. 4. Harapan untuk melihat berbagai souvenir dari kebun <i>strawberry</i> di Ciwidey, Bandung.
3	<i>Destination Image</i>	(Khalid dan Soliman, 2017)	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>The CFD event has a photogenic city landscape</i> 2. <i>The buildings that I see in the CFD event are different from the buildings elsewhere</i> 3. <i>Many interesting spots in the CFD events to visit</i> 4. <i>Visiting the CFD events is really an adventure</i> 5. <i>The CFD events are the best place for selfie</i> 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kebun <i>strawberry</i> di Ciwidey, Bandung merupakan tempat berfoto yang indah. 2. Pemandangan yang ada di kebun <i>strawberry</i> di Ciwidey, Bandung berbeda dengan pemandangan yang lain. 3. Banyak spot-spot menarik di kebun <i>strawberry</i> di Ciwidey, Bandung. 4. Mengunjungi kebun <i>strawberry</i> di Ciwidey, Bandung benar-benar sebuah petualangan 5. Kebun <i>strawberry</i> di Ciwidey, Bandung merupakan tempat terbaik untuk selfie.

4	<i>Customer Satisfaction</i>	(Suhud dan Wibowo, 2018)	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>I think I made the correct decision to attend this restaurant.</i> 2. <i>I was pleased to dine in at this restaurant.</i> 3. <i>The overall feeling I got from this restaurant was satisfying.</i> 4. <i>The overall feeling I got from this restaurant put me in a good mood.</i> 5. <i>I really enjoyed myself at this restaurant.</i> 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Keputusan yang benar untuk mendatangi kebun <i>strawberry</i> di Ciwidey, Bandung. 2. Berkunjung ke kebun <i>strawberry</i> di Ciwidey, Bandung membuat senang. 3. Perasaan keseluruhan yang didapat dari kebun <i>strawberry</i> di Ciwidey, Bandung memuaskan. 4. Perasaan yang didapatkan dari kebun <i>strawberry</i> di Ciwidey, Bandung ini membuat nyaman suasana hati. 5. Bisa menikmati diri sendiri di kebun <i>strawberry</i> di Ciwidey, Bandung.
5	<i>Revisit Intention</i>	(Suhud dan Wibowo, 2018)	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>I would recommend this restaurant to my friends or others</i> 2. <i>I would like to come back to this restaurant in the future</i> 3. <i>I would say positive things about this restaurant to others</i> 4. <i>I would more frequently visit this restaurant</i> 5. <i>I would consider dining in this restaurant</i> 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kebun <i>strawberry</i> di Ciwidey, Bandung patut di rekomendasikan kepada yang lainnya. 2. Kebun <i>strawberry</i> di Ciwidey, Bandung, patut dikunjungi kembali. 3. Banyak hal yang baik tentang kebun <i>strawberry</i> di Ciwidey, Bandung. 4. Kebun <i>strawberry</i> di Ciwidey, Bandung, patut dikunjungi berulang kali 5. Banyak hal baru pada kebun <i>strawberry</i> di Ciwidey, Bandung, yang patut dicoba.

Sumber: Diolah oleh Peneliti (2019)

3.7 Skala Pengukuran

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan penyebaran kuesioner skala Kategori Genap keseluruh responden untuk mengetahui variabel – variabel yang

berpengaruh terhadap *Satisfaction* dan *Revisit Intention* di kebun *strawberry* Ciwidey. Peneliti menggunakan skala kategori genap pilihan 6 (enam), agar responden tidak memberikan pilihan pada kategori tengah atau netral yang dapat membuat peneliti tidak mendapatkan informasi (Sukardi, 2015).

Tabel III.3
Skala Kategori Genap Pilihan 6 (Enam)

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

Sumber: (Sukardi, 2015)

3.8 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dan pengolahan penelitian ini menggunakan SEM (*Structural Equation Modeling*) dengan perangkat lunak yang digunakan yaitu AMOS dan SPSS.

3.9 Uji Instrumen

3.9.1 Uji Validitas

Pengujian validitas digunakan untuk mengukur benar atau tidaknya dari setiap pertanyaan dari kuisioner penelitian. Untuk mengetahui korelasi dalam validitas, maka peneliti menggunakan analisis faktor (*factor analysis*) yang merupakan metode *multivariate* yang digunakan untuk menganalisis setiap variabel yang diduga memiliki hubungan.

Peneliti juga menggunakan EFA (*Exploratory Factor Analysis*) yang digunakan untuk *statistic multivariate*, yang secara efektif mendapatkan informasi dari data yang besar dan saling terkait. Uji validitas pada penelitian ini menggunakan nilai KMO. Nilai KMO dianggap *valid* apabila nilainya $\geq 0,5$ dan *factor loading* $\geq 0,7$. Terakhir menggunakan CFA (*Confirmatory Factor Analysis*) yang berguna untuk mengkonfirmasi setiap indikator yang paling dominan.

3.9.2 Uji Reliabilitas

Setelah uji validitas, peneliti melakukan uji reliabilitas. Reliabilitas menurut Hair Jr *et al.* (2010) adalah tingkat di mana variabel yang diamati mengukur nilai "benar" dan "bebas dari kesalahan", ini kebalikan dari kesalahan pengukuran. Menurut Priyatno (2010) reliabilitas suatu variabel dikatakan baik jika memiliki nilai *cronbach's alpha* > 0.60 . Pada penelitian ini, perhitungam reliabilitas dalam menggunakan rumus alpha:

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

r_{11} = Reliabilitas Instrumen

σb^2 = Jumlah Varian Butir

K = Banyaknya Butir Pertanyaan

σ^2 = Jumlah Varian Total

3.9.3 Uji Hipotesis

Dalam menguji hipotesis, peneliti menggunakan SEM dengan perangkat lunak AMOS. Untuk menentukan apakah model SEM dapat dikatakan sesuai atau tidak, ada 3 (tiga) bagian (Sanusi, 2011):

1. *Absolute Fit Indices*

Berfungsi dalam mengukur kecocokan model *fit* secara keseluruhan, baik model struktural maupun pengukuran. Adapun alat ukur pada *Absolute fit Indices*, yaitu:

a. *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* diharapkan menerima hipotesis nol dengan signifikan *probability* $\geq 0,05$.

b. GFI (*Goodness of fit index*)

Indexs ini menghitung proporsi dari varian dalam matriks kovarian sampel. Nilai yang tinggi dalam indeks ini menunjukkan *fit* yang lebih baik, terestimasi dengan rentang nilai antara nol hingga satu. Semakin mendekati satu nilai GFI ($\geq 0,90$) maka semakin baik model tersebut.

c. CMIN/DF

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

d. TLI (*Truck Lewis Index*)

Nilai yang diharapkan sebagai acuan untuk diterimanya sebuah model adalah sebesar $\geq 0,95$ dan nilai yang mendekati 0,1 menunjukkan *very good fit*.

e. CFI (*comrative Fit Index*)

Indeks ini tidak dipengaruhi oleh ukuran sampel karena itu sangat baik untuk mengukur tingkat penerimaan sebuah model. Besaran CFI berada pada rentang 0-1, dimana nilai CFI yang diharapkan adalah sebesar $\geq 0,95$, semakin mendekati satu menunjukkan *very good fit*.

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

Indeks ini dapat digunakan untuk mengkompetensi statistik *chi-square* dalam sampel yang besar. Nilai RMSEA $\leq 0,08$ merupakan indeks untuk menyatakan model dapat diterima.

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

Kriteria AGFI merupakan penyesuaian dari GFI terhadap *degree of freedom*, nilai AGFI $\geq 0,90$ direkomendasi bagi di terimannya model.

Tabel III.4
Goodness of Fit Indices

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

<i>Goodness of Fit Indices</i>	<i>Cut-off Value</i>
CFI	$\geq 0,95$
AGFI	$\geq 0,90$

Sumber: (Sanusi, 2011)

2. *Incremental Fit Indices*

Berfungsi membandingkan model yang diusulkan dengan model dasar yang digunakan oleh peneliti.

3. *Parsimony Fit Indices*

Berfungsi membandingkan model yang kompleks dengan yang sederhana, dan untuk melakukan *adjustment* terhadap pengukuran *fit*.

Hasil uji hipotesis hubungan antara variabel ditunjukkan dari nilai *standardized total effects*. (Holmes-Smith, 2012) menginterpretasi *standardize total effects* sebagai berikut:

- a. *Effects* $< 0,2$: Lemah
- b. *Effects* 0,2-0,3 : Efek ringan
- c. *Effects* 0,3-0,5 : Cukup kuat
- d. *Effects* 0,5-0,8 : Kuat
- e. *Effects* $>0,80$: Sangat kuat

Setelah membentuk sebuah *fit model* maka akan dianalisis apakah model tersebut memiliki kriteria tertentu yang dapat memberikan hasil sesuai hipotesis penelitian ini yaitu, *t-values* pada kolom C.R. (*Critical Ratio*) dan *p-value* pada kolom P menunjukkan perhitungan signifikan ($P= ***$ yang berarti *p-value* mendekati angka 0) C.R $>1,96$ atau *p-value* $<0,05$ mengindikasikan perhitungan signifikan pada level 0,05 (Holmes-Smith, 2012).