

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Waktu dan Tempat Penelitian**

##### **3.1.1. Waktu Penelitian**

Rentang waktu penelitian dilakukan mulai Maret 2020 hingga Mei 2020.

##### **3.1.2. Tempat Penelitian**

Penulis memilih lokasi penelitian di Kawasan Wisata Batik Trusmi Cirebon yang beralamat di Jalan Trusmi No 148, Plered, Weru Lor, Kecamatan Weru, Kabupaten Cirebon. Pemilihan lokasi di Kawasan Wisata Batik Trusmi Cirebon didasari dengan alasan faktor kebudayaan yang sangat memikat wisatawan serta banyaknya pembaruan konten wisata di Kawasan Wisata Batik Trusmi Cirebon membuat kesan wisata menyenangkan dan tidak membosankan jika wisatawan mengulangi kunjungan kembali. Responden yang diambil sesuai kriteria yaitu wisatawan yang berada dari luar Kota Cirebon yang pernah berkunjung ke Kawasan Wisata Batik Trusmi Cirebon.

#### **3.2 Pendekatan Penelitian**

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, dimana pengertian metode kuantitatif adalah pendekatan dengan angka yang dapat menguji teori objektif dengan memeriksa hubungan antar variabel. Variabel yang terdiri dari beberapa instrumen dapat diukur dengan statistik. Menurut Sugiyono (2017), penelitian kuantitatif diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat *positivism*, digunakan untuk meneliti mengenai populasi dan sampel yang sudah ditentukan, instrumen penelitian yang digunakan dalam pengumpulan data biasanya dalam bentuk kuesioner, untuk menguji hipotesis, digunakan data kuantitatif/statistik.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, dimana pengertian metode kuantitatif adalah pendekatan dengan angka yang dapat menguji teori objektif dengan memeriksa hubungan antar variabel. Variabel yang terdiri dari beberapa instrumen dapat diukur dengan statistik

Peneliti menggunakan penelitian kuantitatif untuk mengetahui berapa besar pengaruh positif dan signifikan antar variabel dengan niat berkunjung kembali ke Kawasan Wisata Batik Trusmi Cirebon dalam bentuk pasti berupa angka. Maka, penelitian jenis kuantitatif dilakukan agar hasil yang diharapkan sesuai berdasarkan metode kuantitatif yang digunakan dalam penelitian. Variabel penelitian dibagi menjadi tiga, diantaranya adalah; variabel independen (bebas), dependen (terikat), dan *intervening* (perantara/penghubung). Adapun yang menjadi variabel independen (bebas) dalam penelitian ini adalah *destination image* (citra tujuan), dan *perceived value* (nilai yang dirasakan). Variabel yang digunakan sebagai variabel dependen (terikat) adalah *revisit intention* (niat berkunjung kembali). Sedangkan, variabel yang digunakan untuk menjadi variabel *intervening* (perantara/penghubung) adalah *satisfaction* (kepuasan) dan *memorable tourism experience* (pariwisata tak terlupakan).

Metode survei dilakukan pada penelitian ini. Survei sebagai alat penelitian pada populasi, data yang dipelajari adalah data sampel dari populasi sehingga mampu ditemukan hubungan antar variabel (Sugiyono, 2017).

### **3.3 Populasi dan Sampel**

#### **3.3.1 Populasi**

Menurut Sugiyono (2017), populasi didefinisikan sebagai wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti. Maka, yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah wisatawan di luar Cirebon yang pernah berkunjung ke Kawasan Wisata Batik Trusmi Cirebon dengan ukuran populasi yang digunakan adalah *infinite population* (populasi tak terhingga) karena wisatawan Jakarta dan sekitarnya yang pernah datang ke Kawasan Wisata Batik Trusmi tidak dapat dipastikan setiap harinya.

#### **3.3.2 Sampel**

Menurut Sekaran, Uma, dan Bougie (2017), sampel merupakan bagian dari populasi. Sampel terdiri atas sejumlah anggota yang dipilih dari populasi.

Pengambilan sampel (*sampling*) yaitu proses memilih sejumlah elemen secukupnya dari populasi, sehingga 30 penelitian terhadap sampel dan pemahaman tentang sifat atau karakteristiknya akan membuat kita dapat menggeneralisasikan sifat atau karakteristik tersebut pada elemen populasi.

Metode *purposive sampling* digunakan pada penelitian ini. Menurut Sugiyono (2017), *purposive sampling* merupakan teknik penentuan sampel dengan berbagai pertimbangan tertentu.

Dari hasil pengertian di atas, penulis menyimpulkan bahwa yang menjadi karakteristik sampel penelitian ini adalah:

- a. Wisatawan yang bertempat tinggal/domisili di luar Cirebon.
- b. Wisatawan yang pernah mengunjungi Kawasan Wisata Batik Trusmi Cirebon minimal 2 kali.
- c. Rentang usia mulai 18 hingga 65 tahun.

Menurut Sanusi (2014), cara menentukan ukuran sampel pada analisis *SEM*, dapat mengikuti pedoman berikut:

1. Untuk teknik estimasi *maximum likelihood* (ML) ukuran sampel mencakup 100-200.
2. Tergantung dari jumlah parameter yang diestimasi. Pedomannya mencakup 5-10 kali jumlah parameter.
3. Tergantung dari jumlah indikator yang digunakan dalam seluruh variabel bentukan. Jumlah sampel adalah jumlah indikator variabel bentukan, yang dikali lima sampai dengan sepuluh. Apabila terdapat 20 indikator, besarnya sampel adalah antara 100-200.
4. Peneliti dapat memilih teknik estimasi tertentu jika sampelnya terlalu besar.

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan sampel sebanyak 259 responden. Diantaranya adalah wisatawan yang berkunjung ke Kawasan Wisata Batik Trusmi Cirebon, namun tidak bertempat tinggal di Cirebon. Alasan penulis memilih Kawasan Wisata Batik Trusmi Cirebon adalah karena tempat ini sudah menjadi kunjungan wajib bagi wisatawan saat berkunjung ke Cirebon karena terdapat pusat oleh-oleh khas Cirebon. Ditambah lagi dengan kuliner dan museum khas yang menarik jika dijelajahi. Dengan pendapat ini, Kawasan Wisata Batik

Trusmi Cirebon dinyatakan tepat dijadikan sebagai lokasi tempat pengambilan sampel penelitian.

**Tabel III.1 Jumlah Responden Penelitian Terdahulu**

<b>NO</b>	<b>Penulis</b>	<b>Lokasi</b>	<b>Teknik Pengambilan Responden</b>	<b>Jumlah Responden</b>	<b>Teknis Analisis Data</b>
1	Wang <i>et al.</i> (2017)	China	<i>Convenience sampling</i>	300 turis	<i>PLS-SEM</i>
2	(Ramseook <i>et al.</i> , 2015)	Maurutius	<i>Convenience sampling</i>	370 responden	<i>Structural Equation Modeling (SEM)</i>
3	Zhang, Wu, dan Buhalis (2017)	China	<i>Convenience sampling</i>	320 turis	<i>PLS-SEM</i>
4	Chen (2016)	Taiwan	<i>Convenience sampling</i>	447 responden	<i>Structural Equation Modeling (SEM)</i>
5	Prougestaporn (2013)	Thailand	<i>multistage sampling</i>	392 Responden	<i>Structural Equation Modeling (SEM)</i>
6	Herstanti, Suhud, dan Wibowo (2014)	Sydney	<i>Convenience sampling</i>	227 Responden	<i>Structural Equation Modeling (SEM)</i>
7	Wang (2016)	Alabama USA	<i>Convenience sampling</i>	255 Responden	<i>Structural Equation Modeling (SEM)</i>

Sumber: Data diolah penulis (2020)

### 3.4 Penyusunan Instrumen

Proses pengambilan data dilakukan dengan cara membagikan kuesioner sejumlah 259 agar diisi oleh responden, dengan hal ini penulis akan mendapatkan

informasi melalui kuesioner yang dibagikan. Kuesioner dapat didefinisikan menjadi beberapa pertanyaan atau pernyataan yang diberikan peneliti terhadap responden agar dijawab sesuai dari apa yang ada di pikiran dan yang dirasakan responden (Sugiyono, 2017).

### **3.4.1. Variabel Penelitian dan Pengukurannya**

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah independen (bebas), dependen (terikat) dan *intervening* (perantara/penghubung). Yang menjadi variabel independen adalah *destination image* (citra tujuan) sebagai  $X_1$ , *perceived value* (nilai yang dirasakan) sebagai  $X_2$ . Sedangkan, variabel dependen (terikat) adalah *revisit intention* (niat berkunjung kembali) sebagai Z. Penelitian ini menggunakan variabel *intervening* sebagai perantara yaitu; *satisfaction* (kepuasan) sebagai  $Y_1$ , dan *memorable tourism experience* (wisata tak terlupakan) sebagai  $Y_2$ .

#### **3.4.1.1 Variabel Independen**

Menurut Sugiyono (2017), variabel independen diartikan sebagai variabel yang sering disebut sebagai variabel stimulus, prediktor, dan antesenden. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel bebas. Variabel ini dikatakan memengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen. Yang menjadi variabel independen pada penelitian ini adalah *destination image* (citra tujuan) sebagai  $X_1$  dan *perceived value* (nilai yang dirasakan) sebagai  $X_2$ .

#### **3.4.1.2 Variabel Dependen**

Menurut Sugiyono (2017), variabel dependen diartikan sebagai variabel output, kriteria, dan konsekuen. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Yang menjadi variabel dependen (terikat) pada penelitian ini adalah *revisit intention* (niat berkunjung kembali) yang digunakan sebagai variabel Z.

#### **3.4.1.3 Variabel *Intervening***

Variabel ini adalah variabel penyela/antara yang terletak diantara variabel independen dan dependen, sehingga variabel independen tidak langsung

memengaruhi berubahnya atau timbulnya variabel dependen. Menurut Sugiyono (2017), Variabel *intervening* (penghubung) adalah variabel penyalah yang membuat hubungan variabel independendan dependen menjadi tidak langsung. Maka, yang menjadi variabel *intervening* (perantara/penghubung) dalam penelitian ini adalah *satisfaction* (kepuasan) sebagai  $Y_1$ , dan *memorable tourism experience* (wisata tak terlupakan) sebagai  $Y_2$ .

### 3.4.2 Operasionalisasi Variabel

#### 3.4.2.1 *Destination Image*

Definisi konseptual :

*Destination image* didefinisikan sebagai citra produk wisata inti yang terkait dengan tempat wisata dan fasilitas pariwisata, yang secara langsung memenuhi kebutuhan inti wisatawan (Zhang *et al.*, 2016).

**Tabel III.2 Operasional Variabel *Destination Image***

Konsep	Sumber	Item	Indikator Adaptasi
<i>Destination Image</i> $X_1$	(Suhud & Willson, 2018)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Tourism spots in India appeal to selfie</i></li> <li>• <i>India has good service quality for tourists</i></li> <li>• <i>India is a family-oriented travel destination</i></li> <li>• <i>India has complete accommodation facilities</i></li> <li>• <i>India has a good reputation as a travel destination</i></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kawasan Wisata Batik Trusmi menarik untuk <i>selfie</i></li> <li>• Kawasan Wisata Batik Trusmi memiliki kualitas layanan yang baik untuk wisatawan</li> <li>• Kawasan Wisata Batik Trusmi merupakan tujuan perjalanan yang bagus untuk keluarga</li> <li>• Kawasan Wisata Batik Trusmi memiliki fasilitas akomodasi yang lengkap</li> <li>• Kawasan Wisata Batik Trusmi memiliki reputasi yang baik sebagai tujuan wisata</li> </ul>

Sumber: Data diolah penulis (2020)

#### 3.4.2.2 *Perceived Value*

Definisi Konseptual:

Walsh, Shiu, dan Hassan (2014) menyatakan, *perceived value* adalah penilaian keseluruhan konsumen mengenai kegunaan dari produk (atau layanan) berdasarkan persepsi tentang apa yang diberikan.

**Tabel III.3 Operasional Variabel *Perceived Value***

<b>Konsep</b>	<b>Sumber</b>	<b>Item</b>	<b>Indikator Adaptasi</b>
<b><i>Perceived Value</i></b> <b>(<math>X_2</math>)</b>	(Suhud, 2016)	<ul style="list-style-type: none"> <li>● <i>This food made me feel good</i></li> <li>● <i>The quality of the food was outstanding</i></li> <li>● <i>Food was fairly priced</i></li> <li>● <i>The restaurant offered good value for the price</i></li> <li>● <i>The overall value of dining at the restaurant was high</i></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Melakukan wisata di Kawasan Wisata Batik Trusmi membuat saya merasa senang</li> <li>● Kualitas batik di Kawasan Wisata Batik Trusmi luar biasa</li> <li>● Souvenir di Kawasan Wisata Batik Trusmi cukup murah</li> <li>● Kawasan Wisata Batik Trusmi menawarkan harga tiket yang bagus</li> <li>● Nilai keseluruhan batik di Kawasan Wisata Batik Trusmi bagus</li> </ul>

Sumber: Data diolah penulis (2020)

### 3.4.2.3 *Satisfaction*

Definisi Konseptual:

*Satisfaction* adalah tujuan akhir dari setiap bisnis dan diharapkan akan ada pembelian berulang dari munculnya nilai *satisfaction* (Ali *et al.*, 2018).

Tabel III.4 Operasional Variabel *Satisfaction*

Konsep	Sumber	Item	Indikator Adaptasi
<i>Satisfaction</i> <i>Y<sub>1</sub></i>	(Aliman <i>et al.</i> , 2014)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>I really enjoyed the visit to Langkawi</i></li> <li>• <i>I am satisfied with my decision to visit Langkawi</i></li> <li>• <i>I have positive feelings regarding Langkawi</i></li> <li>• <i>This experience is exactly what I need</i></li> <li>• <i>My choice to purchase this trip was a wise one</i></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Saya sangat menikmati kunjungan ke Kawasan Wisata Batik Trusmi</li> <li>• Saya merasa puas saat mengunjungi Kawasan Wisata Batik Trusmi</li> <li>• Saya memiliki perasaan positif tentang Kawasan Wisata Batik Trusmi</li> <li>• Pengalaman berkunjung ke Kawasan Wisata Batik Trusmi persis apa yang saya butuhkan</li> <li>• Pilihan saya untuk berkunjung ke Kawasan Wisata Batik Trusmi adalah pilihan yang bijaksana</li> </ul>

Sumber: Data diolah penulis (2020)

#### 3.4.2.4 Memorable Tourism Experience

Definisi Konseptual:

Menurut Otto and Ritchie dalam Chang *et al.* (2016), “*tourist experience is defined as the subjective mental state felt by participants during a service encounter*”. *Memorable tourism experience* didefinisikan sebagai kondisi mental subjektif yang dirasakan oleh wisatawan selama pertemuan layanan.

Tabel III.5 Operasional Variabel *Memorable Tourism Experience*

Konsep	Sumber	Item	Indikator Adaptasi
<i>Memorable Tourism Experience</i> Y <sub>2</sub>	(Kim, 2017)  (Prougestaporn & Batra, 2018)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>I had a chance to closely experience the local culture of a destination area</i></li> <li>• <i>I had a captivating experience from amenities in Bangkok.</i></li> <li>• <i>I rated amenities in Bangkok as better amenities as compared to similar tourist destinations</i></li> <li>• <i>I gained a lot of new knowledge and experiences from using accessibility system in Bangkok.</i></li> <li>• <i>I had a wonderful experience from using accessibility system in Bangkok</i></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Saya memiliki kesempatan untuk merasakan budaya lokal Cirebon melalui Kawasan Wisata Batik Trusmi</li> <li>• Saya memiliki pengalaman yang menyenangkan dari fasilitas yang ada di Kawasan Wisata Batik Trusmi</li> <li>• Saya menilai fasilitas di Kawasan Wisata Batik Trusmi lebih baik dibandingkan dengan tujuan lain di Cirebon</li> <li>• Saya memperoleh banyak pengetahuan dan pengalaman baru setelah berkunjung ke Kawasan Wisata Batik Trusmi</li> <li>• Saya memiliki pengalaman yang luar biasa setelah berkunjung ke Kawasan Wisata Batik Trusmi</li> </ul>

Sumber: Data diolah penulis (2020)

#### 3.4.2.5 *Revisit Intention*

Definisi Konseptual:

Menurut Chen and Tsai dalam Harun (2018), “*revisit intention is defined as the behaviour of tourists to repeat patronage to a destination*” yang berarti niat mengunjungi kembali didefinisikan sebagai perilaku wisatawan untuk mengulangi kunjungan kepada tujuan.

Tabel III.6 Operasional Variabel *Revisit Intention*

Konsep	Sumber	Item	Indikator Adaptasi
<i>Revisit Intention</i> Z	(Herstanti <i>et al.</i> , 2014)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>I would revisit Sydney for vacation</i></li> <li>• <i>I would visit the same attractions (which I've visited), if I was on vacation back to Sydney</i></li> <li>• <i>I would rather visit the city of Sydney, compared to other cities in Australia</i></li> <li>• <i>I would recommend Sydney to my friends as a destination for vacation</i></li> <li>• <i>I would tell positive things about my experience during my vacation in Sydney</i></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Saya akan mengunjungi Kawasan Wisata Batik Trusmi lagi untuk berlibur</li> <li>• Saya akan mengunjungi Kawasan Wisata Batik Trusmi jika saya sedang berlibur ke Cirebon</li> <li>• Saya lebih suka mengunjungi Kawasan Wisata Batik Trusmi dibandingkan dengan tujuan lain yang ada di Cirebon</li> <li>• Saya akan merekomendasikan Kawasan Wisata Batik Trusmi kepada teman-teman saya sebagai tujuan liburan</li> <li>• Saya akan menceritakan hal-hal positif tentang pengalaman saya selama liburan di Kawasan Wisata Batik Trusmi</li> </ul>

Sumber: Data diolah penulis (2020)

Kategori pilihan yang diambil adalah pilihan 6, karena fungsi dari skala *likert* genap adalah responden tidak memiliki jawaban di tengah atau netral, sehingga peneliti tidak kesulitan mendapatkan informasi dari jawaban responden. Skala *likert* genap adalah yang paling direkomendasikan dalam penelitian.

Tabel III.7 Pengukuran Skala *Likert* Genap

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

Sumber: Sukardi (2015)

**Tabel III. 8 Banyaknya Ukuran Sampel**

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

Sumber: Hair, Joseph, Bush, Robert, Ortinau, dan David (2010)

### 3.5 Teknik Pengumpulan Data

Data primer adalah teknik yang digunakan dalam beberapa penelitian. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan data primer. Data primer menurut Sugiyono (2017), disebut sebagai data yang diperoleh secara langsung dari hasil wawancara, observasi dan kuesioner yang disebarakan kepada sejumlah sampel responden yang sesuai dengan target sasaran dan dianggap mewakili seluruh populasi yang dalam penelitian. Penelitian ini mengambil data langsung kepada orang yang sudah pernah mengunjungi Kawasan Wisata Batik Trusmi melalui kuesioner daring yang hasilnya akan diolah peneliti.

### 3.6 Teknik Analisis Data

Pada penelitian ini digunakan metode analisis deskriptif. Pengertian metode analisis deskriptif adalah statistik yang dianalisis dengan cara memberikan keterangan yang bersifat deskriptif atau menggambarkan mengenai data yang sudah ada tanpa merubah bentuk dan maksud (Sugiyono, 2017). Adapun data yang akan dianalisis terdiri dari profil data dan profil responden seperti usia, jenis kelamin, domisili, pendidikan, status pernikahan, dan pekerjaan.

Metode analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah *SEM (Structural Equation Modeling)* atau Permodelan Persamaan Struktural. *SEM* didefinisikan sebagai gabungan dari analisis yang menggunakan pendekatan analisis faktor (*factor analysis*), model struktural (*structural model*), dan analisis jalur (*path*

*analysis*) (Sugiyono, 2017). *SEM (Structural equation Modelling)* diolah dengan menggunakan *software* (perangkat lunak) *AMOS* dan *SPSS*.

*SEM* digunakan untuk mengetahui secara detail komponen yang terdapat pada hubungan antar variabel yang biasanya merupakan hubungan sebab akibat. Terdapat empat kelebihan yang dimiliki teknik analisis *structural equation model* yang tidak dimiliki oleh teknik analisis lainnya, yaitu tidak perlu khawatir akan kesalahan pengukuran karena terdapat model koreksi, sehingga peneliti mampu mengetahui letak kesalahan pada saat menganalisis data. Modifikasi dalam *SEM* bisa dilakukan untuk mendukung teori, hal ini tentu dilakukan dengan cara dan metode yang sudah ditentukan. Pada analisis *SEM*, ketidaknormalan distribusi bisa diatasi, dan sifat pengujiannya komprehensif.

### **3.6.1. Uji Validitas**

Validitas menurut Sugiyono (2017) menunjukkan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek dengan data yang dikumpulkan oleh peneliti. Untuk mencari validitas sebuah item, kita mengkorelasikan skor item dengan total item-item tersebut. Sedangkan, faktor analisis yang digunakan untuk melihat korelasi validitas. Maka, penelitian ini menggunakan *Exploratory Factor Analysis (EFA)*. Menurut Usman dan Sobari (2013) analisis faktor dapat didefinisikan sebagai mereduksi variabel dengan cara kerjanya mengumpulkan variabel yang berkorelasi ke dalam satu atau beberapa faktor, di mana antara satu faktor dengan faktor yang lain saling bebas atau tidak berkorelasi.

Menurut Sugiyono (2017), terdapat pula *Confirmatory Factor Analysis (CFA)* yang digunakan sebagai metode yang mengkonfirmasi indikator-indikator yang paling dominan dalam suatu konstruk. Teknik yang digunakan dalam uji validitas adalah *KMO* dengan *SPSS* versi 22 *KMO* digunakan untuk menilai tepat atau tidaknya beberapa faktor diuji menggunakan *pilot study*. Nilai *KMO* >0,5 dianggap valid.

### **3.6.2. Uji Reliabilitas**

Menurut Sugiyono (2017), uji reliabilitas adalah sejauh mana hasil pengukuran dengan menggunakan objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama. Uji reliabilitas dilakukan secara bersama-sama terhadap seluruh pernyataan.

Reliabilitas kurang dari 0,6 dapat dikatakan kurang baik, sedangkan 0,7 dapat diterima dan 0,8 dapat dikatakan baik (Sekaran, Uma, & Bougie, 2017). Indikator reliabilitas dilihat jika alpha atau r hitung:

- 0,8-1,0= Reliabilitas baik
- 0,6-0,799 = Reliabilitas diterima
- kurang dari 0,6= Reliabilitas kurang baik

. Uji reliabilitas pada kuesioner dilakukan dengan menggunakan metode *Cronbach Alpha* dengan rumus berikut:

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

Keterangan:

$r_{11}$ : Reliabilitas instrumen

$\sigma_b^2$ : Jumlah varians butir

K: Banyaknya butir pertanyaan

$\sigma^2$ : Jumlah varians total

Berikut adalah table hasil uji validasi menggunakan *EFA (Exploratory Factor Analysis)* dan uji reliabilitas (*Cronbach's Alpha*) dengan perangkat lunak *SPSS*.

**Tabel III.9 Uji Reliabilitas Variabel *Destination Image***

<i>Destination Image</i>	<i>Component</i>		<i>Cronbach's Alpha</i>
	1	2	
DI5 Kawasan Wisata Batik Trusmi memiliki reputasi yang baik sebagai tujuan wisata	0.856		0.603
DI3 Kawasan Wisata Batik Trusmi merupakan tujuan perjalanan yang bagus untuk keluarga	0.763		
DI4 Kawasan Wisata Batik Trusmi memiliki fasilitas akomodasi yang lengkap		0.859	
DI2 Kawasan Wisata Batik Trusmi memiliki kualitas layanan yang baik untuk wisatawan		0.753	

Sumber: Data diolah penulis (2020)

Hasilnya, variabel ini memiliki dua dimensi dan dinyatakan valid. Namun, nilai *cronbach's alpha* di atas 0,60 yaitu sebesar 0.603 yang berarti diterima.

**Tabel III.10 Uji Reliabilitas Variabel *Perceived Value***

<i>Perceived Value</i>	<i>Factor Loading</i>	<i>Cronbach's Alpha</i>
PV1 Melakukan wisata di Kawasan Wisata Batik Trusmi membuat saya merasa senang	0.661	0.722
PV2 Kualitas batik di Kawasan Wisata Batik Trusmi luar biasa	0.800	
PV4 Kawasan Wisata Batik Trusmi menawarkan harga tiket yang bagus	0.579	
PV5 Nilai keseluruhan batik di Kawasan Wisata Batik Trusmi bagus	0.750	

Sumber: Data diolah penulis (2020)

Hasilnya, variabel ini memiliki satu dimensi dan dinyatakan valid. Nilai *cronbach's alpha* di atas 0,60 yaitu sebesar 0.722 yang berarti diterima.

**Tabel III.11 Uji Reliabilitas Variabel *Satisfaction***

<i>Satisfaction</i>	<i>Factor Loading</i>	<i>Cronbach's Alpha</i>
Sf2 Saya puas dengan keputusan saya untuk mengunjungi Kawasan Wisata Batik Trusmi	0.847	0.802
Sf1 Saya sangat menikmati kunjungan ke Kawasan Wisata Batik Trusmi	0.813	
Sf4 Saya memiliki perasaan positif tentang Kawasan Wisata Batik Trusmi	0.792	
Sf5 Pengalaman berkunjung ke Kawasan Wisata Batik Trusmi persis apa yang saya butuhkan	0.668	
Sf3 Pilihan saya untuk berkunjung ke Kawasan Wisata Batik Trusmi adalah pilihan yang bijaksana	0.647	

Sumber: Data diolah penulis (2020)

Hasilnya, variabel ini memiliki dua dimensi dan dinyatakan valid, dan nilai *cronbach's alpha* di atas 0,60 yaitu sebesar 0.802 yang berarti baik.

**Tabel III.12 Uji Reliabilitas Variabel *Memorable Tourism Experience***

<i>Memorable Tourism Experience</i>	<i>Factor Loading</i>		<i>Cronbach's Alpha</i>
	1	2	
MTE5 Saya memiliki kesempatan untuk secara dekat merasakan budaya lokal Cirebon melalui Kawasan Wisata Batik Trusmi	0.821		0.641
MTE3 Saya memperoleh banyak pengetahuan dan pengalaman baru setelah berkunjung ke Kawasan Wisata Batik Trusmi	0.803		
MTE2 Saya menilai fasilitas di Kawasan Wisata Batik Trusmi lebih baik dibandingkan dengan tujuan lain di Cirebon			
MTE1 Saya memiliki pengalaman yang menyenangkan dari fasilitas yang ada di Kawasan Wisata Batik Trusmi		0.672	

Sumber: Data diolah penulis (2020)

Hasilnya, variabel ini memiliki dua dimensi dan dinyatakan valid. Nilai *cronbach's alpha* di atas 0,60 yaitu sebesar 0,641 yang berarti diterima.

**Tabel III.13 Uji Reliabilitas Variabel *Revisit Intention***

<i>Revisit Intention</i>	<i>Factor Loading</i>	<i>Cronbach's Alpha</i>
RI1 Saya akan mengunjungi Kawasan Wisata Batik Trusmi lagi untuk berlibur	0.774	0.746
RI4 Saya akan merekomendasikan Kawasan Wisata Batik Trusmi kepada teman-teman saya sebagai tujuan liburan	0.751	
RI2 Saya akan mengunjungi Kawasan Wisata Batik Trusmi jika saya sedang berlibur ke Cirebon	0.734	
RI3 Saya lebih suka mengunjungi Kawasan Wisata Batik Trusmi dibandingkan dengan tujuan lain yang ada di Cirebon	0.669	

<i>Revisit Intention</i>	<i>Factor Loading</i>	<i>Cronbach ' s Alpha</i>
RI5 Saya akan menceritakan hal-hal positif tentang pengalaman saya selama liburan di Kawasan Wisata Batik Trusmi	0.660	

Sumber: Data diolah penulis (2020)

Hasilnya, variabel ini memiliki dua dimensi dan dinyatakan valid, dan nilai *cronbach ' s alpha* di atas 0,60 yaitu sebesar 0,746 yang berarti diterima. Maka, hasil perhitungan reliabilitas dalam *pilot study* pada variabel *destination image*, *perceived value*, *satisfaction*, *memorable tourism experience* dan *revisit intention* dikatakan reliabel karena hasil perhitungan menyatakan nilai tersebut >0,60.

### 3.6.3. Uji Hipotesis

Menurut Sanusi (2014), terdapat tiga bagian untuk menentukan sebuah model *SEM* dapat dikatakan sesuai atau tidak, diantaranya adalah:

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

- a. ***Incremental Fit Measures:*** *Incremental fit measures* mencakup ukuran kecocokan yang bersifat relatif digunakan untuk membandingkan model yang diusulkan dengan model dasar yang digunakan oleh peneliti.
- b. ***Parsimony Fit Indicates:*** *Parsimony fit indices* membandingkan model yang kompleks dengan model sederhana (parsimoni atau ringkas). Alat ukur pada *absolute fit measures* adalah:

#### 1. *Chi-Square*

*Chi-Square* didefinisikan sebagai alat ukur yang paling mendasar untuk mengukur *overall fit*. Model yang diuji akan dipandang baik atau memuaskan bila nilai *chi-square* rendah. Semakin kecil nilai *chi-square* (*CMIN*) maka semakin baik model itu dan diterima berdasarkan probabilitas (*p*) dengan *cut off value* sebesar  $p \geq 0,05$ . Kekurangan dari *Chi-Square* ini adalah sifatnya yang sensitif terhadap besarnya jumlah sampel yang digunakan. Bila jumlah sampel

yang digunakan cukup besar yaitu lebih dari 200 sampel, maka nilai *chi-square* akan naik dan berpeluang untuk menolak hipotesis nol. Besar atau kecilnya sampel akan memengaruhi *chi-square*. Oleh karena itu, penggunaan *chi-square* dapat sesuai dan efektif bila ukuran sampel berkisar antara 100 hingga 200.

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

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

## **3. GFI (Goodness of Fit Index)**

*GFI* dapat mencakup nilai yang tidak memiliki acuan signifikansi. Model akan dikatakan *fit* terhadap data jika berada di rentang nilai antara mendekati 1,0 atau tidak *fit* yaitu mendekati 0. Diharapkan *GFI* mendapat nilai di atas 0,90 atau semakin mendekati angka 1, maka nilainya semakin baik sehingga dapat dikatakan model sudah *fit* dengan data.

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

Indeks ini merupakan pengembangan dari *Goodness Fit of Index (GFI)* yang telah disesuaikan dengan *ratio* dari *degree of freedom*. Nilai yang direkomendasikan adalah  $AGFI \geq 0,90$  atau mendekati 1.

## **5. CMIN/DF**

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

Ukuran *Incremental fit measures* yang digunakan biasanya yaitu:

## **6. Tucker Lewis Index (TLI)**

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

### 7. *CFI (Comparative Fit Index)*

Indeks ini tidak dipengaruhi oleh ukuran sampel karena itu sangat baik untuk mengukur tingkat penerimaan sebuah model. Besaran indeks *CFI* berada pada rentang 0-1, dimana semakin mendekati satu mengindikasikan tingkat penerimaan model yang paling tinggi. Nilai *CFI* yang diharapkan adalah sebesar  $\geq 0,95$ . Dalam pengajuan model, indeks *TLI* dan *CFI* sangat dianjurkan untuk digunakan karena indeks-indeks ini relatif tidak sensitif terhadap besarnya sampel dan kurang dipengaruhi juga oleh kerumitan model.

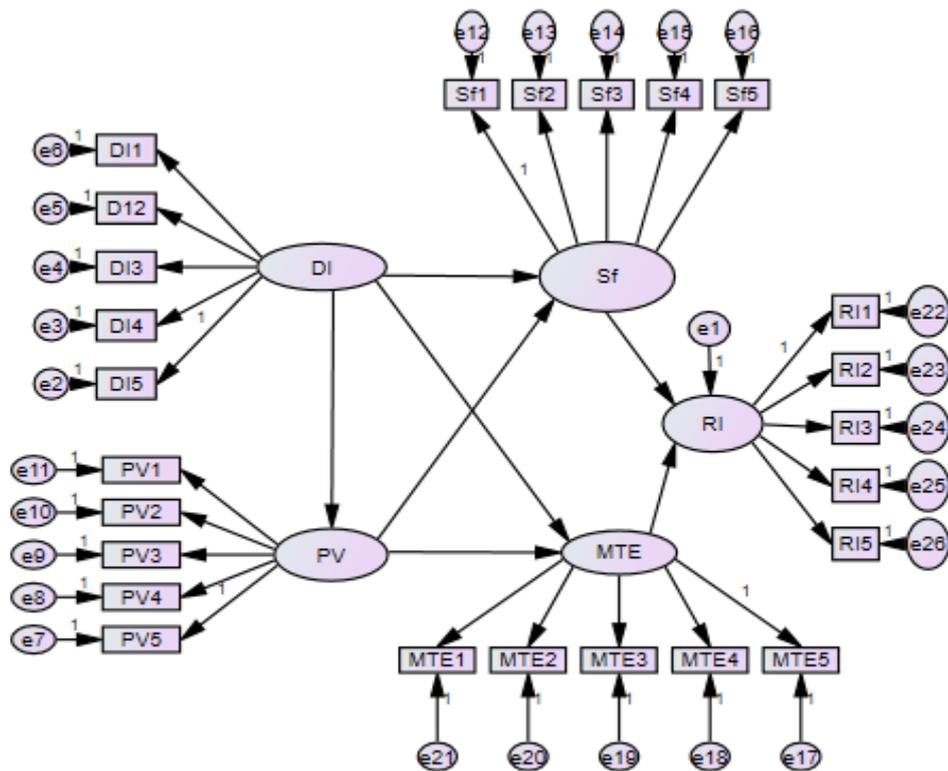
Setelah melakukan *Incremental Fit Indicates*, tahap selanjutnya adalah *Parsimonious Fit Measures*, fungsinya adalah untuk melakukan *adjustment* atau pengaturan terhadap pengukuran *fit* untuk dapat diperbandingkan antar model penelitian. Indeks yang digunakan untuk menguji kelayakan model.

**Tabel III.14 Goodness of Fit Indices**

<i>Goodness of Fit Indices</i>	<i>Cut Off-value</i>
<i>Chi-Square</i>	Diharapkan kecil
Probabilitas	$\geq 0,05$
<i>RMSEA</i>	$< 0,08$
<i>GFI</i>	$\geq 0,90$
<i>AGFI</i>	$\geq 0,90$
<i>CMIN/DF</i>	$< 2,00$
<i>TLI</i>	$\geq 0,95$
<i>CFI</i>	$> 0,95$

Sumber: Sanusi (2014)

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan lima indeks pengujian hipotesis yaitu *P*, *CMIN/DF*, *GFI*, *RMSEA*, dan *CFI*. Uji hipotesis yang dilakukan dalam penelitian ini adalah dengan melihat *standardized total effects* yang hasilnya akan mengetahui hubungan antar variabel. Setelah sudah ditemukan analisis fit model, kemudian kriteria hipotesis yang akan dianalisis adalah *t-values* pada kolom *C.R. (Critical Ratio)*  $\geq 2,00$  untuk nilai yang signifikan. Sedangkan nilai *P* (Probabilitas) yang signifikan dinyatakan  $\geq 0,05$ . Berikut ini merupakan permodelan *SEM* menggunakan *software AMOS* versi 24:



**Gambar III.1**

**Permodelan SEM**

**Sumber: Data diolah penulis (2020)**