

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

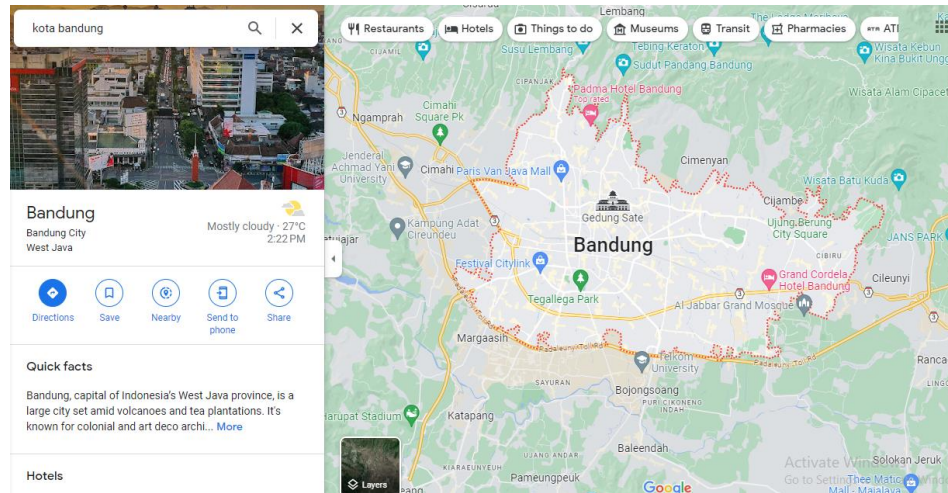
#### **3.1 Desain Penelitian**

Secara umum, menurut Kurniawan & Puspaningtyas (2016) penelitian merupakan suatu usaha yang dilakukan untuk menjawab pertanyaan dari permasalahan yang ada. Terdapat dua jenis pendekatan yang dapat dilakukan untuk memecahkan permasalahan, yaitu pendekatan kuantitatif dan kualitatif. Dalam upaya untuk memecahkan masalah yang telah dirumuskan sebelumnya, pendekatan yang cocok untuk diaplikasikan dalam penelitian ini yaitu penelitian kuantitatif.

Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang lebih menitik beratkan kepada pengukuran. Siyoto & Sodik (2015) mengungkapkan bahwa penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai penelitian yang lebih banyak menggunakan angka, mulai dari proses pengumpulan data, analisis data dan penampilan data. Penelitian kuantitatif dilakukan dengan sistematis, terencana, terstruktur, jelas dan tidak dipengaruhi oleh keadaan yang ada di lapangan. Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan deskriptif kuantitatif. Arikunto (2005) mengungkapkan bahwa penelitian deskriptif tidak dimaksudkan untuk menguji hipotesis tertentu, tetapi hanya menggambarkan apa adanya tentang suatu variabel. Maka dapat disimpulkan bahwa penelitian deskriptif kuantitatif dalam penelitian ini adalah untuk melihat, meninjau dan menggambarkan keadaan masyarakat di lapangan dengan angka yang diteliti seperti apa adanya dan menarik kesimpulan tentang hal tersebut sesuai fenomena yang tampak pada saat penelitian dilakukan.

#### **3.2 Lokasi Penelitian**

Lokasi penelitian ini dilakukan di kawasan Kota Bandung. Kota Bandung merupakan ibu kota Provinsi Jawa Barat yang terletak pada 107°36' bujur timur dan 6°55' lintang selatan. Secara administratif, Kota Bandung berbatasan dengan beberapa daerah, diantaranya di sebelah utara berbatasan dengan Kabupaten Bandung dan Kabupaten Bandung Barat. Sebelah barat berbatasan dengan Kota Cimahi, sebelah timur dan selatan berbatasan dengan Kabupaten Bandung. Kota Bandung menjadi salah satu kota tujuan wisata bagi para wisatawan.



**Gambar 3.1 Lokasi Penelitian**

*Sumber: Google Maps*

Kota Bandung memiliki 30 kecamatan di dalamnya, antara lain Kecamatan Bandung Kulon, Kecamatan Babakan Ciparay, Kecamatan Bojongloa Kaler, Kecamatan Bojongloa Kidul, Kecamatan Astananyar, Kecamatan Regol, Kecamatan Lengkong, Kecamatan Bandung Kidul, Kecamatan Buah Batu, Kecamatan Rancasari, Kecamatan Gedebage, Kecamatan Cibiru, Kecamatan Panyileukan, Kecamatan Ujungberung, Kecamatan Cinambo, Kecamatan Arcamanik, Kecamatan Antapani, Kecamatan Mandalajati, Kecamatan Kiaracondong, Kecamatan Batununggal, Kecamatan Sumur Bandung, Kecamatan Andir, Kecamatan Cicendo, Kecamatan Bandung Wetan, Kecamatan Cibeunying Kidul, Kecamatan Cibeunying Kaler, Kecamatan Coblong, Kecamatan Sukasari, Kecamatan Sukajadi dan Kecamatan Cidadap.

Kota Bandung yang sejak dahulu dikenal sebagai kota wisata, banyak sekali menarik wisatawan asing maupun mancanegara untuk menghabiskan waktu dan berwisata di Kota Bandung. Keindahan alam dan budaya yang ada di Kota Bandung dikenal sebagai daya tarik yang banyak digemari oleh wisatawan. Selain itu, banyaknya inovasi yang dikembangkan menjadikan Kota Bandung sebagai kota kreatif. Banyaknya inovasi yang dikembangkan menjadikan pariwisata di Kota Bandung menjadi berkembang dengan cepat serta menjadikan Kota Bandung sebagai kota yang tidak bosan untuk dikunjungi.

Aulia Jasmine Maharani, 2023

**ANALISIS FAKTOR MOTIVASI WISATAWAN DALAM MELAKUKAN CAFÉ HOPPING KETIKA BERWISATA DI KOTA BANDUNG**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

### 3.3 Populasi dan Sampel

#### 3.3.1 Populasi

Populasi merupakan suatu kesatuan individu dan subjek pada wilayah yang akan diteliti. Populasi dibedakan menjadi dua, yaitu populasi finit dan populasi infinit. Menurut Supardi (1990) populasi finit merupakan suatu populasi yang jumlah anggota populasinya dapat diketahui secara pasti, sedangkan populasi infinit merupakan suatu populasi yang jumlah anggota populasinya tidak dapat diketahui secara pasti.

**Tabel 3.1 Jumlah Kunjungan Wisatawan**

Wisatawan	2020	2021	2022
Wisatawan Lokal	3.214.390	4.973.649	6.546.960
Wisatawan Mancanegara	30.210	33.961	37.285
Jumlah	3.244.600	5.007.610	6.584.245

*Sumber: Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung (2023)*

Berdasarkan data yang diperoleh dari *website* Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung (2023), jumlah wisatawan yang datang berkunjung ke Bandung baik wisatawan lokal maupun mancanegara meningkat setiap tahunnya. Meningkatnya jumlah wisatawan yang berkunjung ke Kota Bandung tiap tahunnya dipengaruhi oleh semakin berkembangnya industri kreatif yang ada di Kota Bandung mulai dari destinasi, seni hingga kuliner. Belum terdapatnya jumlah pasti untuk kunjungan pengunjung ke *café-café* yang ada di Kota Bandung, maka jumlah populasi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu jumlah kunjungan wisatawan ke Kota Bandung pada tahun 2022.

#### 3.3.2 Sampel

Somantri dalam Sinaga (2014) mengemukakan bahwa sampel merupakan sebagian kecil dari populasi yang ditentukan dengan teknik tertentu sehingga sampel tersebut dapat mewakili populasinya. Arikunto (2013) pun mengungkapkan bahwa sampel yaitu bagian dari populasi yang digunakan sebagai sumber data dan dianggap dapat mewakili seluruh populasi.

Dalam suatu penelitian, sampel ditentukan dengan teknik tertentu. Pada penelitian ini, penentuan sampel penelitian akan diambil dengan menggunakan teknik non-probability sampling dengan jenis purposive sampling. Purposive

Aulia Jasmine Maharani, 2023

**ANALISIS FAKTOR MOTIVASI WISATAWAN DALAM MELAKUKAN CAFÉ HOPPING KETIKA BERWISATA DI KOTA BANDUNG**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

sampling merupakan satuan sampling yang dipilih berdasarkan pertimbangan tertentu seperti karakteristik yang telah ditentukan. Besaran sampel yang dibutuhkan pada penelitian ini akan diukur secara matematis dengan menggunakan rumus slovin.

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

n = jumlah sampel yang dicari

N = jumlah populasi

e = margin error yang ditoleransi

Rumus Slovin digunakan ketika peneliti tidak mengetahui seberapa besar porsi ideal sampel yang digunakan untuk mewakili populasi. Penelitian ini mengambil batas toleransi kesalahan sebesar 10% dan tingkat akurasi sebesar 90%. Karena populasi penelitian ini didasarkan kepada jumlah wisatawan yang pernah mengunjungi Kota Bandung pada tahun 2022, maka jumlah minimal sampel yang harus dipenuhi pada penelitian ini berdasarkan pada Rumus Slovin yaitu:

$$n = \frac{6.584.245}{1+(6.584.245)(0,1)^2}$$

$$n = \frac{6.584.245}{1+(6.584.245)(0,01)}$$

$$n = \frac{6.584.245}{65.843}$$

n = 99,99 dibulatkan menjadi 100

Berdasarkan perhitungan yang dilakukan, maka diketahui jumlah sampel minimal yang akan digunakan dalam penelitian ini yaitu **100 wisatawan** yang pernah melakukan kegiatan *café hopping* ketika berwisata di Kota Bandung.

### 3.4 Operasional Variabel

Menurut Sugiyono (2010) operasional variabel adalah sebuah nilai yang berasal dari objek ataupun kegiatan yang memiliki variasi tertentu yang selanjutnya ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari, dikaji serta ditarik kesimpulannya. Sedangkan untuk operasional variabel yang digunakan dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 3.2 Operasional Variabel

Variable	Sub Variabel	Indikator	Skala	No Item	
Faktor Pendorong Motivasi Wisatawan  Teori Ryan dalam (Pitana & Gayatri, 2005)	<i>Escape</i>	Mencari perbedaan suasana tempat tinggal dengan <i>café</i> yang dikunjungi	Ordinal	PO.1	
		Keinginan melepaskan diri dari rutinitas sehari-hari	Ordinal	PO.2	
	<i>Relaxation</i>	Bersantai dan merelaksasikan tubuh	Ordinal	PO.3	
		Menyegarkan fisik dan mental	Ordinal	PO.4	
	<i>Strengthening Family Bonds</i>	Melakukan <i>café hopping</i> bersama keluarga, pasangan ataupun teman	Ordinal	PO.5	
		Melakukan <i>café hopping</i> untuk mempererat hubungan dengan keluarga, pasangan maupun teman	Ordinal	PO.6	
		<i>Prestige</i>	Melakukan <i>café hopping</i> untuk meningkatkan status sosial	Ordinal	PO.7
			<i>Café</i> yang dikunjungi memiliki <i>image</i> mewah dan bergengsi	Ordinal	PO.8
	<i>Social Interaction</i>	Melakukan <i>café hopping</i> untuk memenuhi kebutuhan sosial media	Ordinal	PO.9	
		Memiliki keinginan untuk bertemu dengan orang baru	Ordinal	PO.10	
			Melakukan <i>café hopping</i> untuk bermain bersama teman	Ordinal	PO.11
	<i>Romance</i>	Melakukan <i>café hopping</i> dengan tujuan bersantai bersama pasangan	Ordinal	PO.12	
		Melakukan <i>café hopping</i> untuk membangun suasana positif	Ordinal	PO.13	
	<i>Educational</i>	Mengunjungi <i>café</i> dengan tujuan mengerjakan tugas atau pekerjaan	Ordinal	PO.14	
		Berkunjung untuk menambah pengetahuan mengenai kopi	Ordinal	PO.15	

	<i>Self-fulfillment</i>	Mengunjungi <i>café</i> untuk menikmati hasil usaha yang telah dilakukan	Ordinal	PO.16
		Melakukan <i>café hopping</i> untuk memenuhi hobi dan ketertarikan terhadap kopi		PO.17
	<i>Wish-fulfillment</i>	<i>Café</i> yang dikunjungi merupakan tempat yang sudah lama ingin dikunjungi	Ordinal	PO.18
		Keinginan untuk membuktikan rasa ingin tahu	Ordinal	PO.19
Faktor Penarik Motivasi Wisatawan  Teori Buhalis dalam (Nugroho & Sugiarti, 2018)	<i>Attraction</i>	<i>Café</i> yang dikunjungi memiliki tema yang menarik atau <i>instagramable</i>	Ordinal	PE.1
		Memiliki menu yang menarik	Ordinal	PE.2
	<i>Amenities</i>	Memiliki sarana dan prasarana yang lengkap	Ordinal	PE.3
		<i>Café</i> yang dituju dapat dilalui oleh kendaraan umum	Ordinal	PE.4
	<i>Accessibility</i>	<i>Café</i> yang dituju berada di lokasi yang mudah dicapai	Ordinal	PE.5
		<i>Café</i> yang dituju terletak di pusat kota	Ordinal	PE.6
	<i>Activities</i>	Terdapat spot-spot foto <i>instagramable</i>	Ordinal	PE.7
		Memiliki aktivitas lain selain hanya berfoto (seperti melukis, menghias kue)	Ordinal	PE.8
	<i>Ancillary Services</i>	Promosi yang dilakukan menarik minat untuk berkunjung	Ordinal	PE.9
		Ulasan yang diberikan konsumen baik	Ordinal	PE.10
	<i>Available Packages</i>	<i>Café</i> yang dikunjungi merupakan <i>café</i> yang <i>viral</i> di sosial media	Ordinal	PE.11
		Harga menu yang disediakan terjangkau	Ordinal	PE.12

Sumber: Diolah Peneliti (2023)

### 3.5 Instrument Penelitian

#### 3.5.1 Sumber Data

Dalam penelitian ini terdapat dua sumber data yang akan didapatkan yaitu melalui data primer dan data sekunder.

1. Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung oleh peneliti melalui penelitian secara langsung di lapangan. Data primer ini diperoleh melalui instrument penelitian yang telah disusun yang berupa kuisisioner serta pedoman observasi.

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh melalui sumber lain dan telah ada sebelumnya untuk melengkapi kebutuhan data yang dibutuhkan peneliti. Sumber data sekunder dapat berasal dari buku, jurnal ilmiah maupun data yang berasal dari sumber yang terpercaya seperti arsip daerah dan laporan perkembangan pariwisata.

#### 3.5.2 Teknik Pengumpulan Data

Terdapat tiga teknik pengumpulan data yang akan dilakukan dalam penelitian ini. Teknik-teknik yang akan dilakukan yaitu penyebaran kuesioner, wawancara dan studi literatur.

1. Penyebaran Kuesioner

Pengumpulan data kuesioner dilakukan dengan menyebarkan kuisisioner pertanyaan yang disusun berdasarkan variabel yang akan diteliti. Kuisisioner ini disebarkan kepada sejumlah sampel yang telah ditentukan sebelumnya. Kuisisioner ini akan disebarkan melalui daring ataupun secara langsung dengan pertanyaan yang bersifat tertutup.

2. Wawancara

Peneliti akan melakukan perbincangan dengan narasumber terkait dengan penelitian, dengan tujuan untuk mendapatkan informasi yang akurat. Pada penelitian ini peneliti akan melakukan wawancara kepada wisatawan yang sedang melakukan *café hopping*.

3. Studi Literatur

Teknik penelitian ini dilakukan dengan mempelajari jurnal, buku, majalah, berita atau informasi lainnya yang berhubungan dengan permasalahan yang diteliti.

### 3.5.3 Skala Likert

Skala likert adalah skala yang digunakan mengetahui dan mengukur sikap atau pendapat seseorang maupun sekelompok orang untuk menunjukkan tingkat persetujuan responden terhadap pertanyaan-pertanyaan tertutup yang telah disediakan oleh peneliti. Dalam penelitian ini digunakan skala likert dengan skala 1-5 dengan gradasi nilai terendah yaitu sangat tidak setuju hingga tertinggi yaitu sangat setuju, dengan rincian sebagai berikut:

**Tabel 3.3 Skala Likert**

Jawaban	Keterangan
1	Sangat Tidak Setuju (TST)
2	Tidak Setuju (TS)
3	Netral (N)
4	Setuju (S)
5	Sangat Setuju (ST)

## 3.6 Prosedur Penelitian

### 3.6.1 Uji Validitas

Uji validitas merupakan uji yang digunakan untuk menunjukkan sejauh mana alat ukur yang akan digunakan ketika meneliti. Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuisioner yang akan disebar. Dalam penelitian ini untuk mengukur tingkat validitas kuisioner yang akan disebar, digunakan rumus Pearson Product Momen.

$$r = \frac{N \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{(N \sum x^2 - (\sum x)^2)(N \sum y^2 - (\sum y)^2)}}$$

$r_{xy}$  = koefisien korelasi

X = skor yang diperoleh subjek dalam setiap item

Y = skor total



$\Sigma X$	= jumlah skor dalam distribusi X
$\Sigma Y$	= jumlah skor dalam distribusi Y
$\Sigma X^2$	= jumlah kuadrat masing-masing skor X
$\Sigma Y^2$	= jumlah kuadrat masing-masing skor Y
n	= jumlah sampel

Dalam penentuan valid atau tidaknya suatu item akan dilakukan uji dengan menggunakan taraf signifikansi 0.05, maka suatu item akan dianggap valid jika berkorelasi dengan skor total dan memiliki nilai r hitung > r tabel. Untuk mengetahui nilai hasil perhitungan, peneliti menggunakan program pengolahan data yaitu *software IBM SPSS 26 for windows*.

**Tabel 3.4 Hasil Uji Validitas**

No	Pernyataan	R Hitung	R Tabel	Keterangan
1	Saya melakukan <i>café hopping</i> untuk mencari suasana yang berbeda dengan tempat tinggal saya	0.498	0.312	Valid
2	Saya melakukan <i>café hopping</i> untuk melepaskan diri dari rutinitas sehari-hari saya	0.441	0.312	Valid
3	Saya melakukan <i>café hopping</i> untuk bersantai dan merelaksasikan tubuh saya	0.556	0.312	Valid
4	Saya melakukan <i>café hopping</i> untuk menyegarkan fisik dan mental saya	0.713	0.312	Valid
5	Saya melakukan <i>café hopping</i> bersama keluarga saya, pasangan ataupun teman saya	0.392	0.312	Valid
6	Saya melakukan <i>café hopping</i> untuk mempererat hubungan dengan pasangan, teman maupun keluarga	0.433	0.312	Valid
7	Saya melakukan <i>café hopping</i> untuk meningkatkan status sosial saya	0.541	0.312	Valid
8	<i>Café-café</i> yang saya datangi selalu memiliki <i>image</i> mewah dan bergengsi	0.642	0.312	Valid
9	Saya melakukan <i>café hopping</i> untuk kebutuhan sosial media yang saya miliki	0.573	0.312	Valid
10	Saya melakukan <i>café hopping</i> untuk berinteraksi dengan pengunjung lain dan mendapatkan teman baru	0.394	0.312	Valid

11	Saya melakukan <i>café hopping</i> untuk bermain	0.439	0.312	Valid
12	Saya melakukan <i>café hopping</i> dengan tujuan bersantai bersama pasangan saya	0.499	0.312	Valid
13	Saya melakukan <i>café hopping</i> untuk mencari suasana tenang dan positif	0.509	0.312	Valid
14	Saya melakukan <i>café hopping</i> untuk bermain sekaligus mengerjakan tugas/pekerjaan saya	0.509	0.312	Valid
15	Saya melakukan <i>café hopping</i> untuk menambah pengetahuan saya mengenai kopi	0.360	0.312	Valid
16	Saya melakukan <i>café hopping</i> untuk menikmati hasil usaha yang telah saya lakukan	0.465	0.312	Valid
17	Saya melakukan <i>café hopping</i> untuk memenuhi hobi dan ketertarikan saya terhadap kopi	0.360	0.312	Valid
18	<i>Café</i> yang saya datangi merupakan tempat-tempat yang sudah lama ingin saya kunjungi	0.663	0.312	Valid
19	Saya melakukan <i>café hopping</i> untuk membuktikan rasa ingin tahu saya terhadap <i>café</i> tersebut	0.623	0.312	Valid
20	Saya tertarik mendatangi <i>café-café</i> tersebut karena memiliki tema yang menarik atau <i>instagamable</i>	0.564	0.312	Valid
21	Saya tertarik mendatangi <i>café-café</i> tersebut karena memiliki menu yang menarik	0.683	0.312	Valid
22	Saya mendatangi <i>café-café</i> tersebut karena memiliki fasilitas yang lengkap (seperti toilet, mushola, tempat parkir)	0.480	0.312	Valid
23	Saya mendatangi <i>café-café</i> tersebut karena dapat dilalui oleh kendaraan umum	0.341	0.312	Valid
24	Saya hanya mendatangi <i>café-café</i> yang berada di lokasi yang mudah untuk dicapai	0.333	0.312	Valid
25	Saya hanya mendatangi <i>café-café</i> yang berada di pusat Kota Bandung	0.428	0.312	Valid

26	Saya tertarik mendatangi <i>café-café</i> tersebut karena terdapat spot-spot foto <i>instagramable</i>	0.603	0.312	Valid
27	Saya tertarik mendatangi <i>café-café</i> tersebut karena memiliki aktivitas lain selain berfoto (seperti melukis, menghias kue)	0.464	0.312	Valid
28	Saya tertarik mendatangi <i>café-café</i> tersebut karena promosi yang dilakukan menarik minat saya untuk berkunjung	0.542	0.312	Valid
29	Saya tertarik mendatangi <i>café-café</i> tersebut karena ulasan yang diberikan konsumen bersifat positif	0.455	0.312	Valid
30	<i>Café-café</i> yang saya datangi merupakan <i>café</i> yang sedang <i>viral</i> di sosial media	0.491	0.312	Valid
31	Saya tertarik mendatangi <i>café-café</i> tersebut karena harga menu yang disediakan terjangkau	0.455	0.312	Valid

Sumber: Olahan Peneliti dengan IBM SPSS26 (2023)

Telah dilakukan uji validitas dengan menyebarkan kuesioner kepada 40 sampel penelitian. Berdasarkan tabel 3.4 didapatkan hasil bahwa 31 pernyataan yang diajukan dalam kuesioner telah dinyatakan valid karena memiliki nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$ .

### 3.6.2 Uji Reabilitas

Uji reabilitas merupakan uji yang dilakukan untuk mengukur ketepatan atau konsistensi dari instrument yang akan disebarkan. Pada penelitian ini, digunakan indikator uji reliabilitas *Alpha's Cronbach*.

$$r_{11} = \left[ \frac{k}{k-1} \right] \left[ 1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right]$$

$r_{11}$  = reliabilitas instrumen

$k$  = banyak butir pertanyaan

$\sigma_t^2$  = varian total

$\sum \sigma_b^2$  = jumlah varians butir

Suatu kuisisioner dinyatakan reliabilitas jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan yang diberikan menghasilkan jawaban yang sama dari waktu ke waktu.

Aulia Jasmine Maharani, 2023

ANALISIS FAKTOR MOTIVASI WISATAWAN DALAM MELAKUKAN CAFÉ HOPPING KETIKA BERWISATA DI KOTA BANDUNG

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Untuk menilai reliabel tidaknya suatu instrument, jika nilai *Cronbach's Alpha* yang dihasilkan lebih besar dari 0,60 maka kuesioner dikatakan reliabel. Sementara jika nilai *Cronbach's Alpha* yang dihasilkan kurang dari 0,60 maka dapat dikatakan bahwa kuesioner tersebut bersifat tidak reliabel atau tidak konsisten.

**Tabel 3.5 Reability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.896	31

Sumber: Olahan Peneliti dengan IBM SPSS26 (2023)

Setelah dilakukan uji reabilitas menggunakan *IBM SPSS26 for windows*, didapatkan hasil dengan nilai 0.896 lebih dari 0,60. Berdasarkan hasil uji tersebut dapat diartikan bahwa kusioner bersifat konsisten atau reliabel serta dapat dipercaya sebagai alat pengumpul data.

### 3.6.3 Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini yaitu analisis faktor. Analisis faktor merupakan teknik analisis yang digunakan untuk mencari dan menentukan berapa dimensi yang mendasari variabel yang berkaitan satu dan lainnya. Analisis faktor merupakan sebuah teknik analisis yang tidak memiliki variabel bebas dan variabel terikat. Tujuan dilakukannya analisis faktor yaitu untuk meringkas isi informasi variabel dari jumlah besar kedalam jumlah yang lebih kecil.

Teknik yang digunakan pada penelitian ini yaitu *Confirmatory Factor Analysis (CFA)*. *Confirmatory Factor Analysis* ini merupakan metode analisis multivariat yang digunakan untuk mengkonfirmasi variabel terukur dalam mewakili suatu faktor. Metode ini cocok untuk dilakukan dalam penelitian ini, dengan tujuan mencari pengelompokan beberapa variabel menjadi jumlah yang lebih sedikit. Terdapat beberapa langkah yang dilakukan dalam melakukan analisis faktor antara lain:

1. Menentukan raktor-faktor yang akan dianalisis.
2. Menentukan hipotesis untuk signifikasi, dengan kriteria:
  - $H_0$  : variabel belum memadai untuk dilakukan uji lanjutan.
  - $H_1$  : variabel memadai untuk dilakukan uji selanjutnya.

Jika nilai Signifikansi berada  $> 0,05$ , maka  $H_0$  diterima.

Jika nilai Signifikansi berada  $< 0,05$  maka  $H_0$  ditolak.

3. Melakukan *Barlett Test of Sphericity*, merupakan proses uji statistik yang digunakan untuk menguji hipotesis yang telah ditentukan, bahwa variabel yang akan diuji antara satu dengan lainnya tidak berkorelasi. Matriks korelasi ini merupakan matriks identitas bahwa variabel hanya berkorelasi dengan dirinya sendiri, dan tidak berkorelasi dengan variabel lainnya. Untuk dinyatakan bahwa variabel hanya berkorelasi pada dirinya sendiri, pada *Bartlett Test of Sphericity* ini nilai signifikansi yang dihasilkan harus berada di bawah 0,05.
4. Uji KMO (*Kaiser Meyer Olkin*) dilakukan untuk mengetahui kelayakan sampel dari analisis faktor yang akan dilakukan. Syarat yang harus dipenuhi dalam uji KMO yaitu nilai yang dihasilkan harus berada di atas 0,5. Nilai tinggi diantara 0,5 – 1,0 dapat diartikan bahwa analisis faktor layak dilakukan dan jika nilai yang dihasilkan kurang dari 0,5 maka analisis faktor dikatakan tidak layak dilakukan.
5. Melakukan uji *Measure of Sampling Adequacy* (MSA) untuk mengukur kecukupan sampling untuk setiap variabel individual dengan ketentuan:
  - MSA = 1,0, variabel tersebut dapat diprediksi tanpa kesalahan variabel lain.
  - MSA  $> 0,5$ , variabel dapat diprediksi dan dianalisis lebih lanjut.
  - MSA  $< 0,5$ , variabel tidak dapat diprediksi dan tidak bisa untuk dilakukan analisis.
6. Melakukan penyaringan variabel dengan melihat table *Anti-Image Matrix* untuk mengetahui apakah variabel tersebut layak atau tidak untuk digunakan dalam proses analisis lebih lanjut, dengan melihat variabel yang memiliki nilai MSA  $> 0,5$ .
7. Melakukan *factoring* atau ekstraksi faktor yang merupakan proses mengekstrak satu atau lebih faktor yang telah lolos pada uji sebelumnya. Dalam melakukan *factoring*, pengujian terus diulang dengan mengeluarkan variabel yang masih memiliki nilai MSA  $< 0,5$  hingga semua variabel yang terekstraksi memiliki nilai MSA  $> 0,5$ .

8. Melakukan analisis *communalities* yang dilakukan untuk mendapatkan *table communalities*. Dalam *table communalities* terdapat nilai *initial* dan nilai *extraction*. Nilai *initial* merupakan nilai yang mencerminkan besarnya sumbangan variabel untuk membentuk faktor. Sedangkan nilai *extraction* adalah nilai yang mencerminkan besarnya nilai partisipasi yang diberikan oleh variabel terhadap faktor. Pada tahap analisis ini, nilai yang dihasilkan setiap variabel harus lebih besar dari 0,5 untuk dinyatakan bahwa variabel mampu menjelaskan faktor.
9. Melakukan analisis *Total Variance Explained* yang dilakukan untuk mencari besarnya nilai variabel yang dianalisis dengan dua analisis penjelasan, yaitu *Initial Eigenvalues* dan *Extraction Sums of Squared Loadings*. Penyederhanaan variabel dilakukan dengan cara melihat nilai *Extraction Sums of Squared* yang memiliki nilai  $> 1$  dapat dilihat sebagai faktor baru.
10. Melihat *Scree Plot*. *Scree Plot* merupakan suatu grafik yang berfungsi untuk melihat faktor-faktor baru yang terbentuk berdasarkan hasil analisis *Total Variance Explained*.
11. Melakukan uji *Component Matrix* untuk mencari nilai korelasi setiap variabel dengan faktor-faktor baru yang telah terbentuk. Nilai loading faktor yang dihasilkan pada uji *component matrix* ini belum mampu menggambarkan korelasi antara variabel dengan faktor-faktor baru yang terbentuk sehingga harus dilakukan rotasi.
12. Melakukan proses *factor rotation* atau rotasi terhadap faktor yang telah terbentuk. Terdapat beberapa metode dalam rotasi, diantaranya:
  - a. Rotasi *Orthogonal* merupakan rotasi dengan memutar sumbu sebesar  $90^\circ$ . Rotasi ini dapat dibedakan kembali menjadi 3 rotasi yaitu *Quartimax*, *Varimax* dan *Equamax*.
  - b. Rotasi *Oblique* merupakan proses rotasi dengan memutar sumbu kekanan, tetapi tidak harus memutar sumbu hingga  $90^\circ$ . Rotasi ini dibedakan menjadi *Oblimin*, *Promen* dan *Orthoblique*.

Dalam penelitian ini, rotasi yang digunakan yaitu Rotasi *Orthogonal* dengan proses *Varimax*. Rotasi *Varimax* merupakan rotasi yang membuat nilai loading faktor antara variabel dengan masing-masing faktor menjadi

maksimum. Nilai loading faktor yang mendekati 1 memiliki korelasi yang kuat dengan faktor.

13. Melakukan interpretasi faktor dengan mengelompokkan variabel dengan nilai *loading factor* yang tinggi ke dalam faktor.
14. Melakukan uji *Component Transformation Matrix* yang dilakukan untuk melihat faktor-faktor baru yang terbentuk sudah tidak memiliki korelasi antara satu dengan lainnya. Jika nilai korelasi yang dihasilkan antara faktor dan diagonal utamanya berada di atas 0,5 maka faktor-faktor baru tersebut dapat dinyatakan sudah tepat.
15. Melakukan penamaan untuk faktor baru yang terbentuk. Nama faktor ditentukan berdasarkan pada kesamaan ciri yang dimiliki oleh variabel pembentuk faktor.
16. Menentukan faktor dominan berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan. Penentuan faktor dominan dilakukan dengan melihat nilai *eigenvalue* yang dimiliki tiap-tiap faktor baru yang terbentuk. Faktor yang memiliki nilai *eigenvalues* tertinggi dinyatakan sebagai faktor dominan dalam penelitian ini.