

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

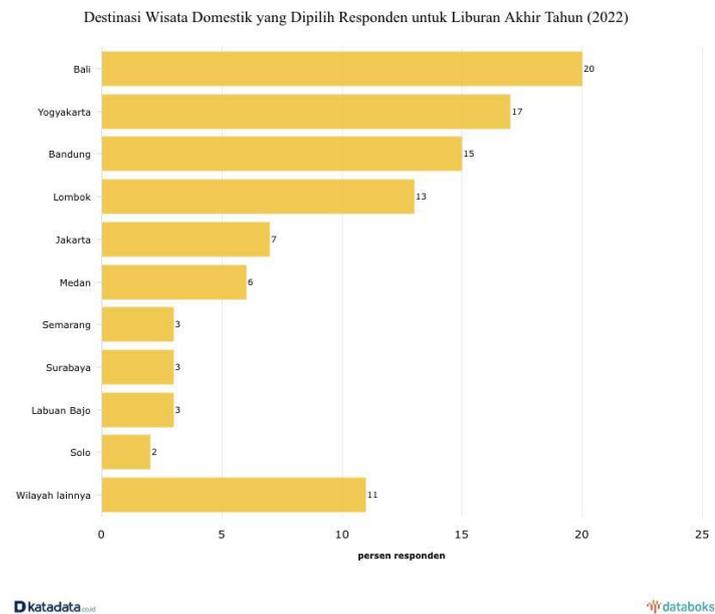
Creswell (2014 dalam Sugiyono 2020) mengatakan bahwa bentuk pengumpulan, pengolahan, dan interpretasi data yang dikumpulkan peneliti adalah tujuan dari metode penelitian, selain itu konsep metode penelitian sering merujuk pada strategi atau rencana yang dibuat oleh seorang peneliti untuk mengumpulkan data. Pengertian lain mengenai metode penelitian ialah gambaran sebagai metode ilmiah mengumpulkan data untuk tujuan dan manfaat tertentu (Sugiyono, 2020). Metode ilmiah, tujuan, data dan manfaat tertentu adalah 4 (empat) kata kunci yang harus diperhatikan dalam menyusun metode penelitian.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan menggunakan teknik analisis deskriptif dan eksploratif. Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan datanya menggunakan instrumen penelitian, analisis datanya bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan untuk menggambarkan dan menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2020). Deskriptif merupakan metode yang digunakan untuk mendeskripsikan dan menganalisis data yang telah diperoleh (Sugiyono, 2020). Sedangkan eksploratif merupakan metode untuk mengeksplorasi dan memahami makna individu atau kelompok dalam menanggapi masalah sosial atau manusia Creswell (2014 dalam Sugiyono 2020).

3.2 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian dilakukan di Kota Bandung, dikarenakan Kota Bandung memiliki sarana dan prasarana yang dihitung cukup lengkap untuk menunjang kebutuhan wisatawan yang datang. Selain itu Kota Bandung juga memiliki banyak atraksi wisata yang diminati karenanya kota ini menjadi salah satu tujuan wisata domestik untuk liburan akhir tahun 2022, menurut survey yang dilakukan melalui

aplikasi Populix terhadap 1.010 responden pada tanggal 9 hingga 11 November 2022



Gambar 3. 1 Destinasi wisata domestik yang dipilih responden untuk liburan akhir tahun 2022

Berdasarkan gambar di atas menunjukkan bahwa Kota Bandung menempati urutan ketiga tujuan wisata domestik yang paling banyak diminati dengan memperoleh nilai 15% dari total responden, sehingga dapat disimpulkan bahwa kota Bandung menjadi salah satu tujuan wisata favorit masyarakat Indonesia. Kemudian tujuan dari penelitian ini ialah untuk mengetahui apa saja aktivitas wisata yang sering dilakukan wisatawan dan juga apa saja jenis pengeluaran mereka saat melakukan kegiatan wisata.

3.3 Populasi, Teknik Sampling dan Sampel

3.3.1 Populasi

Menurut (Sugiyono, 2020) terdapat perbedaan mengenai populasi dan sampel dalam penelitian kualitatif dan kuantitatif. Pengertian populasi dalam penelitian kuantitatif digambarkan sebagai area generalisasi yang terdiri dari subjek atau objek dengan atribut dan karakteristik tertentu yang dipilih oleh peneliti untuk diteliti yang selanjutnya akan menghasilkan kesimpulan. Populasi dalam penelitian ini ialah wisatawan yang berkunjung ke Kota Bandung, seperti data yang diperoleh;

Tabel 3. 1 Jumlah Kunjungan Wisatawan ke Kota Bandung

Jumlah Kunjungan Wisata Ke Kota Bandung			
Tahun	Wisatawan Mancanegara	Wisatawan Domestik	Jumlah Wistawan
2020	30.210	3.214.390	3.244.600
2021	37.417	3.704.263	3.741.680

Sumber : BPS Provinsi Jawa Barat (2023) dan Diolah Peneliti (2023)

Berdasarkan tabel di atas populasi yang akan diteliti pada penelitian ini ialah jumlah kunjungan dari wisatawan domestik pada tahun 2021 yaitu berjumlah 3.704.263 orang.

3.3.2 Teknik Sampling

Teknik sampling merupakan teknik pengambilan sampel, dalam menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian terdapat 2 (dua) teknik sampling diantaranya *Probability Sampling* dan *Nonprobability Sampling* (Sugiyono, 2020). Penelitian ini menggunakan teknik *Nonprobability Sampling* yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel, lalu penelitian ini memilih *Purposive Sampling* yang mana teknik pengumpulan sampelnya dengan pertimbangan tertentu, yaitu dengan karakteristik atau ciri-ciri tertentu yang masuk ke dalam kriteria. Kriteria pada penelitian ini ialah wisatawan yang pernah melakukan perjalanan wisata ke Kota Bandung minimal 1 kali kunjungan, berdomisili di JABODETABEK dan berusia diatas 17 tahun.

3.3.3 Sampel

Sampel menurut Sujarweni (2015) menggambarkan karakteristik yang dimiliki oleh populasi yang dipakai untuk penelitian sehingga dapat mewakili untuk mengukur sesuatu yang seharusnya diukur. Sampel dalam penelitian ini ialah wisatawan domestik yang berdomisili di JABODETABEK dari umur 17 tahun, maka peneliti memakai teori yang dipaparkan oleh Hair et al., (2010) yaitu dengan melakukan perkalian dengan jumlah indikator yang ada dengan angka 5 (tingkat signifikansi 5%) atau 10 (tingkat signifikansi 10%). Perkalian dengan angka 5

nantinya akan menghasilkan jumlah sampel minimum yang harus didapatkan dan dengan angka 10 akan menghasilkan jumlah sampel maksimum yang didapatkan.

Penelitian ini terdapat 38 indikator yaitu 27 indikator aktivitas wisata menurut (Buhalis, 2000; Martí et al., 2021; Vu et al., 2018, Vu et al., 2020) dan 11 indikator *spending behavior* menurut (Fandeli, 2002; Mynařiková & Pošta, 2022; Nurhidayati & Fandeli, 2011; Nuryanti, 1999) sehingga diperoleh perhitungan:

$$\begin{aligned} \text{Jumlah sampel minimum} &= \text{Total indikator} \times 5 \\ &= 38 \times 5 \\ &= 190 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Jumlah sampel maksimum} &= \text{Total indikator} \times 10 \\ &= 38 \times 10 \\ &= 190 \end{aligned}$$

Menurut perhitungan di atas jumlah sampel minimum yang dibutuhkan dalam penelitian ini sebanyak 190 responden, tetapi jika jumlah sample semakin besar maka dapat dikatakan bahwa mencerminkan populasi tersebut. Secara statistika apabila jumlah sampel yang besar diinginkan akan memberikan hasil yang bagus akan tetapi meskipun jumlah sampel yang kecil jika didapatkan secara acak maka mencerminkan populasi yang akurat (Hajar, 1996).

3.4 Metode Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan data sekunder dan data primer. Menurut Moehar (2002) data sekunder merupakan data yang diperoleh dari berbagai studi literatur seperti buku, jurnal ataupun laporan yang sesuai dengan penelitian, kemudian data primer adalah data yang didapatkan dari sumber utama atau dari subjek penelitian, hasil yang diperoleh pada data primer melalui penyebaran kuesioner. Berikut merupakan metode pengumpulan data pada penelitian ini;

3.4.1 Studi literatur/Studi Pustaka

Studi literatur atau studi pustaka merupakan metode pengumpulan data dari berbagai macam informasi seperti dari jurnal, buku, jurnal ataupun referensi bacaan lainnya yang relevan dengan permasalahan dan tujuan penelitian (Daniel & Warsiah, 2009). Kata kunci yang dijadikan referensi penelitian dalam mencari referensi atau jurnal yang berkaitan dalam penelitian ini yaitu *urban tourism* (wisata perkotaan), wisatawan perkotaan, aktivitas wisata, *spending behavior* (perilaku

belanja), analisis faktor konfirmatori, analisis kluster hirarki dan pendekatan kuantitatif.

3.4.2 Kuesioner

Kuesioner merupakan instrumen yang dipakai untuk mengumpulkan data responden mengenai opininya sehingga menghasilkan data primer. Menurut Pujihastuti (2010) berbagai bidang sosial seperti pemasara, sumber daya manusia dan berperilaku menggunakan kuesioner sebagai instrumen penelitian ilmiah. Penyebaran kuesioner dilakukan guna untuk mengumpulkan data yang dibutuhkan pada analisis penelitian yang meliputi aktivitas wisata dan juga *spending behavior* (perilaku belanja) saat wisatawan melakukan perjalanan wisata di Kota Bandung.

3.5 Operasional Variabel

Penelitian ini menggunakan variabel aktivitas yang dikemukakan oleh Buhalis (2000) mengenai *Six A's Framework* bahwa aktivitas adalah suatu kegiatan yang memberikan pengalaman bagi wisatawan yang berada di destinasi wisata, juga menggunakan variabel *spending behavior* (perilaku belanja) yang dikemukakan oleh Sulaksono (2017) merupakan perilaku belanja mengacu pada perilaku individu atau kelompok yang membelanjakan uang secara langsung untuk membeli produk atau jasa, dan ada proses pengambilan keputusan yang terlibat dalam persiapan dan penentuan kegiatan ini. Selain itu pengertian lain dari *spending behavior* (perilaku belanja).

Tabel 3. 2 Operasional Variabel

No	Variabel	Variabel Konstruk	Variabel Indikator	Skala	No Item
1.	Aktivitas Wisata (Buhalis, 2000; Martí et al., 2021; Vu et al., 2018, Vu et al., 2020)	<i>Sightseeing & Recreation</i> (Jalan-jalan & Rekreasi)	Kebun Binatang	Ordinal	SR1
			Wisata Alam	Ordinal	SR2
			Hutan Kota	Ordinal	SR3
			Situs Bersejarah	Ordinal	SR4
		<i>Shopping</i> (belanja)	Toko Oleh-oleh	Ordinal	SP1
			Mall	Ordinal	SP2
			Pasar	Ordinal	SP3
			Butik/Outlet Pakaian	Ordinal	SP4
		<i>Culinary</i> (kuliner)	Rumah Makan	Ordinal	CL1
			Restoran Cepat Saji	Ordinal	CL2
Kedai Kopi	Ordinal		CL3		

			Kafe	Ordinal	CL4	
		<i>Nightlife</i> (kehidupan malam)	Bar	Ordinal	NL1	
			Lounge	Ordinal	NL2	
			Klub Malam	Ordinal	NL3	
			Pasar Malam	Ordinal	NL4	
		<i>Art & Entertainment</i> (Seni & Hiburan)	Galeri Seni	Ordinal	AE1	
			Museum	Ordinal	AE2	
			Bioskop	Ordinal	AE3	
			Ruang Konser	Ordinal	AE4	
			Taman Hiburan	Ordinal	AE5	
		<i>Education & Professional</i> (Pendidikan & Profesional)	Ekowisata	Ordinal	EP1	
			Pusat Konservasi	Ordinal	EP2	
			Pusat Budaya	Ordinal	EP3	
			Kampung Wisata Kreatif	Ordinal	EP4	
		<i>Event</i> (Even)	Festival	Ordinal	EV1	
			Pameran	Ordinal	EV2	
2.	<i>Spending Behavior</i> (Perilaku Belanja) (Sulaksono, 2017); Nurhidayati & Fandeli, 2011; Mynaříková & Pošta, 2022; Nuryanti, 1999; Fandeli, 2002)	<i>Durable Goods</i> (Barang tahan lama)	Barang-barang Elektronik	Ordinal	DG1	
				Pakaian	Ordinal	DG2
				Barang-barang antik	Ordinal	DG3
			<i>Semidurable Goods</i> (Barang semi tahan lama)	Kerajinan tangan/Cenderamata	Ordinal	SG1
				Kosmetik dan Aksesoris	Ordinal	SG2
			<i>Non-Durable Goods</i> (Barang tidak tahan lama)	Tiket hiburan/Pertunjukan	Ordinal	NG1
				Makanan untuk dikonsumsi	Ordinal	NG2
				Makanan untuk oleh-oleh	Ordinal	NG3
			<i>Services</i> (Jasa)	Akomodai	Ordinal	S1
				Tour Guide	Ordinal	S2
				Transportasi	Ordinal	S3

3.6 Instrumen Penelitian

Kuesioner penelitian yang digunakan pada penelitian ini dibagi menjadi 2 (dua) bagian yaitu pertama untuk mengetahui profil responden dan apa saja aktivitas wisata yang dilakukan wisatawan saat berkunjung ke Kota Bandung serta bagian kedua untuk mengetahui *spending behavior* (perilaku belanja) saat

wisatawan melakukan perjalanan wisata. Pengumpulan data didapatkan melalui kuesioner disebar kepada wisatawan domestik yang berdomisili di JABODETABEK sebagai responden. Penyebaran kuesioner dalam bentuk *google form* dilakukan secara daring atau dalam jaringan melalui berbagai media sosial seperti whatsapp, Twitter, Instagram, Facebook, Line dan platform lainnya. Daftar pertanyaan yang disebar menggunakan pertanyaan yang berkaitan dengan kriteria responden, yang mana akan mendapatkan data yang sesuai dengan tujuan penelitian. Berikut merupakan tolak ukur skala yang digunakan pada penelitian ini;

Tabel 3. 3 Keterangan Skala

Skala	Deskripsi
1	Tidak Pernah
2	Jarang
3	Kadang-kadang
4	Sering
5	Selalu

Keterangan:

- Tidak pernah : Setiap kegiatan yang digambarkan pada pertanyaan sama sekali tidak pernah dilakukan
- Jarang : Setiap kegiatan yang digambarkan pada pertanyaan itu lebih banyak tidak dilakukan daripada dilakukan
- Kadang-kadang : Setiap kegiatan yang digambarkan pada pertanyaan kadang-kadang dilakukan
- Sering : Setiap kegiatan yang digambarkan pada pertanyaan lebih banyak dilakukan daripada tidak dilakukan
- Selalu : Setiap kegiatan yang digambarkan pada pertanyaan pasti dilakukan

3.6.1 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui apakah instrumen dapat mengukur variabel penelitian secara tepat. Menurut (Sugiyono, 2009) instrumen dinyatakan valid artinyaS alat ukur yang gunakan untuk memperoleh data itu valid atau apa yang seharusnya diukur dapat menggunakan data tersebut.

Uji validitas dalam penelitian menggunakan teknik analisis Koefisien Korelasi *Produk-Moment* Pearson (*Pearson Product-Moment Corelation Coeficient*) dengan rumus sebagai berikut:

Restu Intan Melati, 2023

KLASIFIKASI WISATAWAN PERKOTAAN BERDASARKAN AKTIVITAS DAN SPENDING BEHAVIOR DI KOTA BANDUNG

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

$$r_{xy} = \frac{n \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{(n \sum X^2 - (\sum X)^2)(n \sum Y^2 - (\sum Y)^2)}}$$

Keterangan:

- r_{xy} = Koefisien korelasi *r pearson*
 X = Skor suatu item
 Y = Skor total
 n = Jumlah responden
 $\sum X$ = Jumlah skor dalam distribusi X
 $\sum Y$ = Jumlah skor dalam distribusi Y
 $\sum XY$ = Jumlah kali distribusi X dan distribusi Y
 $\sum X^2$ = Jumlah kuadrat dalam skor distribusi X
 $\sum Y^2$ = Jumlah kuadrat dalam skor distribusi Y

Penentuan valid atau tidaknya suatu instrumen yang diuji dapat dilihat melalui nilai r_{hitung} . Item dinyatakan valid apabila nilai $r_{hitung} \geq r_{tabel}$, sehingga apabila $r_{hitung} \leq r_{tabel}$ maka item pernyataan dianggap tidak valid. Uji validitas dilakukan menggunakan program IBM SPSS versi 25, yang aan dilaukan terhadap 30 responden sehingga nilai r_{tabel} yang digunakan sebesar 0,361 sesuai dengan rumus $df = n - 2$, $df = 30 - 2 = 28$.

Tabel 3. 4 Hasil Uji Validitas

No Item	Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Aktivitas Wisata				
SR1	Saya mengunjungi Kebun Binatang saat berwisata di Kota Bandung	0.865	0,361	Valid
SR2	Saya mengunjungi Destinasi Wisata Alam saat berwisata di Kota Bandung	0.924	0,361	Valid
SR3	Saya mengunjungi Hutan Kota saat berwisata di Kota Bandung	0.860	0,361	Valid
SR4	Saya mengunjungi Situs Bersejarah saat berwisata di Kota Bandung	0.596	0,361	Valid
SP1	Saya berbelanja di Toko Oleh-oleh saat berwisata di Kota Bandung	0.672	0,361	Valid

SP2	Saya berbelanja di Mall saat berwisata di Kota Bandung	0.719	0,361	Valid
SP3	Saya berbelanja di Pasar saat berwisata di Kota Bandung	0.699	0,361	Valid
SP4	Saya berbelanja di Butik/Outlet Pakaian saat berwisata di Kota Bandung	0.742	0,361	Valid
CL1	Saya mengunjungi Rumah Makan saat berwisata di Kota Bandung	0.550	0,361	Valid
CL2	Saya mengunjungi Restoran Cepat Saji saat berwisata di Kota Bandung	0.762	0,361	Valid
CL3	Saya mengunjungi Kedai Kopi saat berwisata di Kota Bandung	0.662	0,361	Valid
CL4	Saya mengunjungi Kafe saat berwisata di Kota Bandung	0.772	0,361	Valid
NL1	Saya mengunjungi Bar saat berwisata di Kota Bandung	0.405	0,361	Valid
NL2	Saya mengunjungi Lounge saat berwisata di Kota Bandung	0.567	0,361	Valid
NL3	Saya mengunjungi Klub Malam saat berwisata di Kota Bandung	0.591	0,361	Valid
NL4	Saya mengunjungi Pasar Malam saat berwisata di Kota Bandung	0.874	0,361	Valid
AE1	Saya mengunjungi Galeri Seni saat berwisata di Kota Bandung	0.591	0,361	Valid
AE2	Saya mengunjungi Museum saat berwisata di Kota Bandung	0.524	0,361	Valid
AE3	Saya mengunjungi Bioskop saat berwisata di Kota Bandung	0.689	0,361	Valid
AE4	Saya mengunjungi Acara Konser saat berwisata di Kota Bandung	0.760	0,361	Valid
AE5	Saya mengunjungi Taman Hiburan saat berwisata di Kota Bandung	0.760	0,361	Valid
EP1	Saya mengunjungi Ekowisata saat berwisata di Kota Bandung	0.707	0,361	Valid
EP2	Saya mengunjungi Pusat Konservasi saat berwisata di Kota Bandung	.0707	0,361	Valid
EP3	Saya mengunjungi Pusat Budaya saat berwisata di Kota Bandung	0.849	0,361	Valid

EP4	Saya mengunjungi Kampung Wisata Kreatif saat berwisata di Kota Bandung	0.849	0,361	Valid
EV1	Saya mengunjungi/mengikuti Festival saat berwisata di Kota Bandung	0.737	0,361	Valid
EV2	Saya mengunjungi/mengikuti Pameran saat berwisata di Kota Bandung	0.705	0,361	Valid
<i>Spending Behavior</i>				
DG1	Saya membeli Barang Elektronik saat berwisata di Kota Bandung	0.746	0,361	Valid
DG2	Saya membeli Pakaian, Sepatu dan Tas saat berwisata di Kota Bandung	0.741	0,361	Valid
DG3	Saya membeli Barang Antik saat berwisata di Kota Bandung	0.691	0,361	Valid
SG1	Saya membeli Kerajinan Tangan/Cenderamata saat berwisata di Kota Bandung	0.909	0,361	Valid
SG2	Saya membeli Kosmetik dan Aksesoris saat berwisata di Kota Bandung	0.980	0,361	Valid
NG1	Saya membeli Tiket Hiburan/Pertunjukan saat berwisata di Kota Bandung	0.911	0,361	Valid
NG2	Saya membeli Makanan untuk dikonsumsi saat berwisata di Kota Bandung	0.911	0,361	Valid
NG3	Saya membeli Makanan untuk oleh-oleh saat berwisata di Kota Bandung	0.594	0,361	Valid
S1	Saya menginap di Hotel/Resort/Vila saat berwisata di Kota Bandung	0.690	0,361	Valid
S2	Saya menyewa <i>Tour Guide</i> atau Pemandu Wisata saat berwisata di Kota Bandung	0.522	0,361	Valid
S3	Saya menyewa Moda Transportasi saat berwisata di Kota Bandung	0.600	0,361	Valid

Sumber: Diolah Peneliti (2023)

Berdasarkan hasil uji validitas pada tabel di atas dapat diketahui bahwa setiap item pada variabel memiliki r_{hitung} yang lebih besar dari r_{tabel} . Sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh item valid dan dapat digunakan pada penelitian selanjutnya.

3.6.2 Uji Reliabilitas

Setelah dilakukan uji validitas, kemudian dilakukan uji reliabilitas terhadap 38 item yang dinyatakan valid. Menurut (Sugiyono, 2011) uji reliabilitas digunakan untuk menilai tingkat akurasi, tingkat ketepatan dan konsistensi pengumpul data dalam mengungkapkan gejala tertentu, yang mana jika pengukuran dilakukan sebanyak tiga kali atau lebih namun hasilnya akan tetap sama.

Uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis *Cronbach Alpha* dengan rumus sebagai berikut:

$$r = \left(\frac{k}{(k-1)} \right) - \left(1 - \frac{\sum si^2}{sx^2} \right)$$

Keterangan:

r = Koefisien reliabilitas

k = Banyaknya butir item

1 = Bilangan konstan

$\sum si^2$ = Jumlah varian butir item

sx^2 = Varian total

Menurut Ghozali (2009) jika nilai *Cronbach Alpha* lebih besar dari 0,6 maka instrumen ditanyakan reliabel, namu jika kurang dari 0,6 maka instrumen tidak reliabel. Uji reliabilitas dilakukan menggunakan program IBM SPSS versi 25 terhadap 38 item. Kemudian jika uji reliabilitas telah dihitung, untuk menginterpretasikan tingkat keeratan dari instrumen maka menggunakan kriteria Arikunto (2008) yaitu sebagai berikut:

Tabel 3. 5 Interpretasi nilai r

Besarnya r	Interpretasi
0,00 sampai dengan 0,20	Sangat rendah
0,20 sampai dengan 0,40	Rendah
0,40 sampai dengan 0,60	Cukup kuat
0,60 sampai dengan 0,80	Kuat
0,80 sampai dengan 1,00	Sangat kuat

Sumber: Arikunto (2008)

Pengujian reliabilitas dilakukan pada variabel aktivitas dan *spending behavior*, hasil dari pengujian reliabilitas diantaranya:

Tabel 3. 6 Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	Total Item	$C\alpha$ hitung	$C\alpha$ hitung	Kesimpulan
1	Aktivitas Wisata	27	0,750	0,60	Reliabel
2	<i>Spending Behavior</i>	11	0,722	0,60	Reliabel

Sumber: Diolah Peneliti (2023)

Berdasarkan hasil uji reliabilitas pada tabel di atas dapat diketahui bahwa setiap variabel penelitian memiliki nilai *Cronbach Alpha* lebih besar dari 0,6 sehingga dapat dikatakan bahwa instrumen yang digunakan dalam penelitian sudah reliabel dan juga tingkat keerratan dari instrumen berada pada tingkat kuat karena memiliki nilai 0,750 dan 0,722.

3.7 Teknik Analisis Data

Data yang didapatkan melalui penyebaran kuesioner selanjutnya dilakukan diproses kemudian disusun secara sistematis dengan menjalankan analisis sehingga dapat mudah dipahami. Adapun teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif untuk menggambarkan pengalaman dari responden, analisis faktor konfirmatori untuk menyesuaikan dan mengevaluasi faktor-faktor yang ada dalam membentuk aktivitas wisata dan *spending behavior* (perilaku belanja) wisatawan di Kota Bandung, analisis kluster untuk mengelompokkan wisatawan berdasarkan aktivitas wisata dan *spending behavior* (perilaku belanja).

3.7.1 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk mengetahui gambaran pengalaman responden saat melakukan kunjungan wisata. Setiap item pertanyaan pada kuesioner memiliki 5 (lima) jawaban dengan nilai yang berbeda, berikut adalah interpretasi dari pembobotan nilai pada skala yang digunakan;

Tabel 3.7 Interpretasi Nilai Skala

Interpretasi	Nilai
Selalu	5
Sering	4
Kadang-kadang	3
Jarang	2
Tidak Pernah	1

Tabel 3.7 menunjukkan interpretasi nilai dari jawaban pada setiap item kuesioner yang digunakan. Pemberian interpretasi ini akan memudahkan responden pada saat menjawab pertanyaan pada kuesioner. Analisis deskriptif digunakan untuk mencari tahu preferensi responden domisili JABODETABEK saat melakukan perjalanan wisata ke Kota Bandung.

3.7.2 Analisis Eksploratif

Analisis eksplorasi adalah pendekatan untuk mengeksplorasi dan memahami makna individu atau kelompok dalam menanggapi masalah sosial atau manusia, atau juga dilakukan untuk mendapatkan informasi mendasar tentang suatu permasalahan yang belum pernah atau masih jarang diteliti, yakni mengenai aktivitas wisata berdasarkan kegiatannya dan juga *spending behavior* (perilaku belanja) berdasarkan ketahanan barangnya.

3.7.3 Analisis Faktor Konfirmatori

Menurut Wijaya (2010) mengatakan ditemukan 2 (dua) pendekatan yang dapat digunakan dalam analisis faktor yaitu: Analisis Faktor Eksploratori atau *Exploratory Factor Analysis* (EFA) yaitu mengeksplorasi indikator atau variabel baru yang belum dapat ditentukan sebelum analisis dilakukan dan Analisis Faktor Konfirmatori atau *Confirmatory Factor Analysis* (CFA) yaitu untuk mengkonfirmasi kesesuaian faktor.

Confirmatory Factor Analysis (Analisis Faktor Konfirmatori) merupakan metode yang digunakan untuk menguji seberapa baik variabel yang diukur dan dapat mewakili *construct* atau faktor yang terbentuk sebelumnya. Dalam analisis faktor konfirmatori terdapat 2 variabel dalam penelitian analisis faktor konfirmatori, yaitu variabel indikator dan variabel konstruk atau laten. Variabel

indikator merupakan variabel yang bisa diukur atau diamati secara langsung sedangkan variabel konstruk merupakan variabel yang tidak bisa diukur atau diamati secara langsung (Ghozali, 2003).

Dalam penelitian ini *Confirmatory Factor Analysis* (CFA) digunakan untuk mengkonfirmasi apakah pengukuran yang dibangun sesuai dengan data lapangan. Menurut Brown (2006) analisis faktor konfirmatori adalah salah satu dari perluasan analisis faktor eksplanatori. Peneliti harus memilih jumlah indikator dan hubungan antara indikator dan konstruk berdasarkan landasan teori untuk analisis faktor konfirmatori. Sebaliknya pada analisis faktor eksplanatori, peneliti mencari beberapa indikasi yang digabungkan untuk membentuk faktor umum dalam analisis faktor penjelas tanpa menggunakan dasar teori sebelumnya.

Model umum analisis faktor konfirmatori adalah :

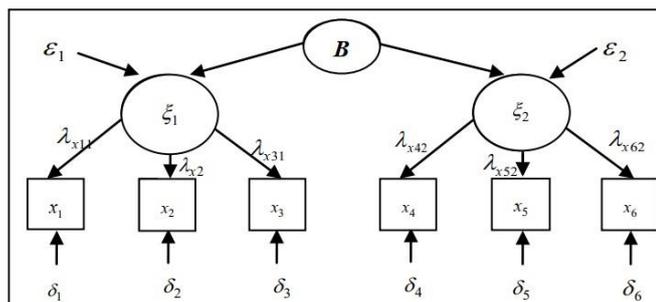
$$X = \lambda_n \xi \delta$$

Keterangan :

- X = variabel indikator
- λ_n = faktor loading antara indikator dan konstruk
- ξ = variable konstruk
- δ = galat pengukuran yang berhubungan dengan X

Menurut Hair et al., (2010) analisis faktor konfirmatori dibedakan menjadi dua yakni *First Order Confirmatory Factor Analysis* dan *Second Order Confirmatory Factor Analysis*, penelitian ini menggunakan Analisis Faktor Konfirmatori dengan pendekatan *Second Order Confirmatory Factor Analysis*.

Second Order Confirmatory Factor Analysis digunakan ketika variabel laten tidak dapat diukur secara langsung melalui variabel indikator, *first order confirmatory factor analysis* tidak dapat digunakan. Sehingga *second order confirmatory factor analysis* digunakan. Menurut Efendi & Purnomo (2012) ketika mengalami kesulitan dalam pengukuran variabel laten melalui variabel indikator secara langsung, *second order confirmatory factor analysis* digunakan. Ada beberapa indikasi dari variabel laten ini yang tidak dapat diukur secara langsung dan membutuhkan indikator tambahan untuk dapat diukur. Berikut merupakan model dari *Second Order Confirmatory Factor Analysis* ialah:



Gambar 3.2 Second Order Model Confirmatory Factor Analysis

1. Uji Asumsi

a. Uji Normalitas

Uji normalitas univariate dan multivariate data dapat dilakukan dengan mengamati nilai kritis hasil pengujian *assessment of normality* dari aplikasi IBM SPSS AMOS dengan metode Skewness dan Kurtosis dengan melihat *Critical Ratio* (cr). Nilai cr harus berada pada rentang seperti yang tertera pada tabel 3.7 jika berada di bawah atau di atas dapat dikategorikan distribusi data tidak normal, oleh karenanya untuk kasus yang tidak memenuhi asumsi tersebut tidak diikutsertakan dalam analisis selanjutnya.

Tabel 3.8 Syarat Signifikansi

Score	Cut of value Critical ratio
1%	$\geq 2,56$
5%	$\geq 1,96$
10%	$\geq 1,645$

Asumsi normalitas multivariate diamati pada baris terakhir *assessment of normality* dengan melihat c.r yang diperoleh dari rumus:

$$c.r = \frac{\text{koefisienkurtosis}}{\text{standard errornya}} = \frac{\text{koefisienkurtosis}}{\sqrt{8p(p+2)/N}}$$

Keterangan :

P = Jumlah Indikator

N = Ukuran sample

b. Uji Outlier

Outlier adalah pengamatan yang menyimpang secara signifikan dari pengamatan lain karena karakteristiknya yang khas. Mereka dapat berupa nilai ekstrem untuk satu variabel (*univariate outliers*) atau sekelompok variabel

(*multivariate outliers*) (Hair et al., 2010). *Multivariate outlier* dilakukan dengan menggunakan metode *Mahalanobis Distance* pada tingkat $p < 0,001$. Nilai *mahalanobis distance* didapatkan dengan menggunakan rumus excel CHIINV.

2. Uji Validitas

Derajat keterandalan dan keakuratan alat ukur yang digunakan dikenal dengan validitas. Bila suatu alat ukur dikatakan valid, berarti alat tersebut reliabel atau mampu mengukur apa yang perlu diukur (Sugiyono, 2011). Menurut Wijanto (2008) Validitas variabel mengacu pada apakah variabel itu mengukur apa yang dimaksudkan untuk diukur. Pengembangan dukungan untuk bukti semacam itu dimungkinkan meskipun validitasnya tidak pernah dapat dibuktikan. Meskipun validitas tidak akan pernah dapat dibuktikan, tetapi dukungan ke arah pembuktian tersebut dapat dikembangkan.

Uji validitas dilakukan dengan menggunakan Model CFA (*Confirmatory Factor Analysis Model*), yaitu model pengukuran yang menggambarkan suatu variabel laten yang diukur oleh satu atau lebih variabel indikator, untuk mengetahui apakah instrumen yang digunakan memenuhi persyaratan validitas (Wijanto, 2015). Variabel indikator dalam *confirmatory factor analysis* berdasarkan indikator-indikator tidak sempurna dari variabel laten atau konstruk tertentu yang mendasarinya.

Menurut (Doll et al., 1994; Rigdon & Ferguson Jr, 1991) suatu variabel yang mempunyai validitas yang baik terhadap variabel konstruk atau latennya jika:

1. Nilai t muatan faktornya (*Loading Factor*) lebih besar dari nilai kritis ($\geq 1,96$ atau untuk praktisnya ≥ 2); dan
2. Muatan faktor standarnya (*standardized loading factor*) $\geq 0,70$ atau $0,50$ sesuai jumlah sampelnya.

Pedoman faktor loading menurut Hair et al (2010):

Tabel 3.9 Faktor Loading

Faktor Loading	Jumlah Sampel
0,30	350
0,35	250
0,40	200
0,45	150
0,50	120

0,55	100
0,60	85
0,65	70
0,70	60
0,75	50

Berdasarkan tabel di atas faktor loading pada penelitian ini adalah 0,45 karena jumlah sampel yang digunakan adalah 190 responden.

1. Validitas konvergen

Validitas konvergen digunakan untuk mengukur kevalidan variabel konstruk/laten dengan variabel indikator, variabel indikator dinyatakan valid apabila nilai AVE $\geq 0,5$, dan nilai C.R harus berada diatas angka 1,96 dengan taraf signifikansi 5% dan probability harus berada di bawah angka 0,05.

2. Validitas diskriminan

Validitas diskriminan digunakan untuk menguji perbedaan antar variabel konstruk/laten. Menurut Kline (2005) korelasi antar variabel konstruk/laten tidak boleh lebih dari 0,85 yang mana jika variabel berkorelasi tinggi maka menunjukkan bahwa kurangnya validitas diskriminan

3. Uji Reliabilitas

Reliable menunjukkan data yang dapat dipercaya. Dengan kata lain, dapat atau tidaknya alat ukur tersebut memberikan hasil yang konsisten bila digunakan berulang kali dan pada waktu yang berbeda-beda, ditentukan oleh uji reliabilitasnya. Menurut Sugiyono (2011), uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui apakah alat pengumpul data menunjukkan tingkat ketepatan, tingkat keakuratan, kestabilan atau konsistensi dalam mengungkapkan gejala tertentu.

Menurut Wijanto (2015), reliabilitas adalah konsistensi suatu pengukuran. Konsistensi indikator yang tinggi dalam mengukur konstruk latennya tercermin dalam reliabilitasnya yang tinggi. *Construct Reliability* dan *variance extract measures* akan digunakan untuk mengukur reliabilitas dalam analisis faktor konfirmatori. Suatu konstruk dikatakan reliabel jika nilai *Construct Reliability* (CR) lebih besar dari $\geq 0,70$ (Wijanto, 2015). Metode lainnya adalah dengan menggunakan *Average Variance Extracted* (AVE), dimana nilai AVE adalah $\geq 0,50$. *Variance extract* mencerminkan total varian yang dijelaskan oleh variabel

laten dalam indikator. Berikut merupakan rumus penghitungan pengukuran reliabilitas menurut Wijanto (2015) :

$$\text{Construct Reliability (CR)} = \frac{(\sum \text{Std. Loading})^2}{(\sum \text{Std. Loading})^2 + \sum \varepsilon_j}$$

$$\text{Average Variance Extracted (AVE)} = \frac{\sum \text{Std. Loading}^2}{\sum \text{Std. Loading}^2 + \sum \varepsilon_j}$$

Keterangan :

- Σ : Jumlah Keseluruhan
 Std. Loading : *Standardized Loading Factor* (Muatan Faktor Standar)
 ε_j : *Measurement Error* dari tiap indikator

Menurut Hair et al., (2012) reliabelnya suatu konstruk dikatakan baik jika;

- Nilai *Construct Reliability* (CR)-nya $\geq 0,70$. Apabila nilai CR berada di kisaran angka 0,60 dan 0,70, maka reliabilitas masih termasuk dalam kategori baik; dan
- Nilai *Variance Extracted* (VE)-nya $\geq 0,50$, tetapi VE ini biasanya berupa pilihan (optional) dalam penelitian.

Penelitian ini menggunakan program IBM SPSS AMOS Versi 24 untuk menjalankan analisis faktor konfirmatori dengan tahapan sebagai berikut;

- Menyiapkan data. Data disimpan dalam format SPSS (.sav) atau excel 97 (.xls).;
- Membuka file yang telah dibuat, File > Data file & File name. Pilih lokasi tempat menyimpan data. Klik Open > OK;
- Memilih keluaran analisis. Klik View > Analysis properties > Output. Tandai (centang) antara lain : minimation history, standardized estimate, squared multiple correlation, test for normality and outlier, modification indices dan lain sebagainya;
- Gambar sesuai dengan model yang diinginkan;
- Memberi nama setiap variabel. Caranya klik kanan pada objek, pilih project properties. Ketik nama pada variable name;
- Pada variabel laten selain diberinama juga pemberian bobot. Caranya klik parameter kemudian tulis angka 1;

7. Mengambil data. Setelah model/gambar selesai, saatnya mengambil data. Caranya klik View & Variable Data Set. kemudian muncul variable data set, lakukan drag and drop sesuai dengan nama variabelnya;
8. Melakukan analisis. Klik Analyse & Calculate Estimate;
9. Menampilkan tabel ahasil analisis. Klik View &Text Output.

3.7.4 Analisis Klaster

Analisis kluster merupakan salah satu metode analisis multivariat yang bertujuan untuk mengelompokkan objek berdasarkan karakteristiknya. Analisis kluster mengkategorikan individu atau objek penelitian sehingga setiap objek yang paling mirip dengan objek lainnya ditempatkan pada kluster yang sama.

Cluster yang terbentuk dalam satu *cluster* memiliki karakteristik yang mirip (homogen), sedangkan cluster yang terbentuk antar *cluster* memiliki karakteristik yang berbeda (heterogen). Klasifikasi ini didasarkan pada variabel-variabel yang telah diamati. (Usman & Sobari, 2013). Secara garis besar metode *clustering* dibagi menjadi dua, yaitu: metode *Clustering Hirarki* dan metode *Clustering Non-Hirarki*, dan pada penelitian ini menggunakan metode *Clustering Hirarki*.

Menurut Andayani (2007) Metode hierarki adalah kumpulan cluster bersarang, juga dikenal sebagai struktur pohon atau pohon berjenjang. Ada dua jenis metode pengelompokan hierarkis; *divisive* (pembagian) dan *agglomerative* (penyatuan). Objek individual digunakan untuk memulai proses pengelompokan dalam metode *agglomerative*. Akibatnya, jumlah *cluster* sama dengan jumlah objek. Objek yang paling mirip bergabung terlebih dahulu membentuk *cluster*, begitu seterusnya hingga terbentuk cluster. Sedangkan metode *divisive* merupakan kebalikan dari metode *agglomerative*. Metode ini dimulai dengan mengelompokkan semua objek pengamatan. Kemudian objek yang memiliki perbedaan yang cukup besar akan dipisahkan menjadi kelompok-kelompok baru, demikian seterusnya hingga jumlah cluster yang terbentuk sama dengan jumlah objek yang dikelompokkan (Johnson & Wichern, 2007).

Sebelum melakukan analisis klaster ada beberapa syarat yang harus dilakukan terlebih dahulu diantaranya:

1. Pembentukan Faktor

Tahap pembentukan faktor dilakukan untuk menentukan struktur yang mendasari hubungan antar variabel awal. Tahap ini dapat dilakukan melalui analisis faktor dengan pendekatan eksploratori dan juga konfirmatori. Penelitian ini menggunakan analisis faktor konfirmatori untuk pembentukan faktor yang telah ditentukan sebelumnya, sehingga pada tahapan ini hanya mengkonfirmasi dan mengevaluasi variabel yang ada.

2. Asumsi Analisis Cluster

a. Sampel Representatif

Sampel representatif adalah keadaan ketika sampel yang diambil dapat merepresentasikan atau mewakili populasi yang ada. Asumsi sampel representatif ini dapat dilakukan menggunakan uji *Kaise Mayer Olkin* (KMO). Jika nilai uji KMO menunjukkan sebesar 0.5 sampai 1, maka sampel dikatakan telah representatif atau mewakili populasi.

b. Uji *Measure of Sampling Adequacy* (MSA)

Uji *Measure of Sampling Adequacy* (MSA) dilakukan untuk mengukur seberapa cukup sampling dari setiap variabel yang ada, jika nilai MSA lebih besar dari 0,5 maka analisis dapat dilanjutkan.

3. Membentuk Klaster

Penelitian ini menggunakan metode *average linkage* yakni metode yang didasari pada kemiripan dua klaster yaitu kesamaan rata-rata semua individu dalam satu cluster dengan semua individu pada cluster yang lainnya. Kemiripan didasarkan pada semua anggota kelompok bukan pada satu pasang anggota. Cenderung menghasilkan kelompok dengan variasi cluster kecil

4. Menentukan Jumlah Klaster

Proses agglomerasi pada akhirnya akan menyatukan semua responden menjadi satu cluster. Hanya saja dalam prosesnya dihasilkan beberapa cluster dengan masing-masing anggotanya, tergantung jumlah cluster yang dibentuk.

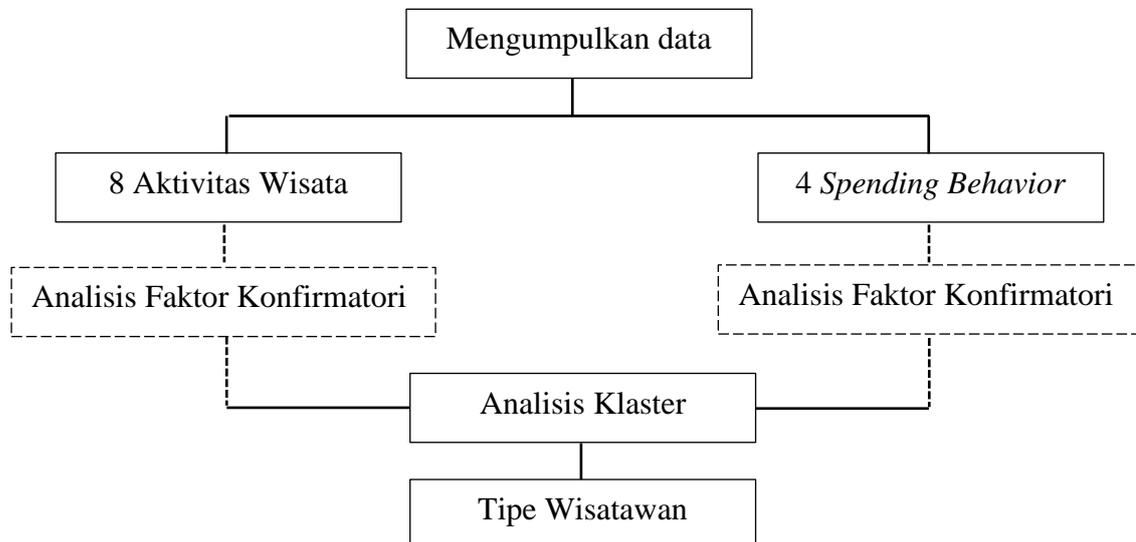
5. Menginterpretasikan Klaster

Tahapan interpretasi klaster bertujuan untuk mencari karakter dari setiap kelompok yang terbentuk. Selain itu juga dilakukan untuk menjelaskan

karakteristik dari setiap kelompok berdasarkan tujuan untuk memberi nama pada masing-masing kelompok yang telah terbentuk

6. Proses Klasifikasi

Berikut merupakan proses klasifikasi pada penelitian ini;



Bagan 3.1 Proses Klasifikasi

Sumber: Diolah Peneliti (2023)

Penelitian ini menggunakan program IBM SPSS Versi 25 untuk menjalankan analisis kluster dengan tahapan sebagai berikut;

1. Buat tabulasi data sesuai item pada variabel penelitian;
2. Pindahkan hasil tabulasi data pada *Data View*;
3. Klik menu “analyze” dan pilih sub menu “*Descriptives Statistics*” lalu “*Descriptives*” untuk menstandarisasi data yang telah didapat;
4. Masukkan ke dalam kotak “*VARIABLES*” seluruh variabel instrumen. Kemudian aktifkan bagian “*Save standardized values as variables*”. Abaikan bagian yang lain lalu tekan OK untuk menampilkan output aplikasi program SPSS;
5. Setelah mendapatkan hasil dari standarisasi kemudian klik menu “*Analyze*” lalu pilih sub menu “*Classify*” kemudian “*Hierarchical Cluster Analysis*”
6. Masukkan seluruh variabel yang telah distandardkan (*Z-score*) ke dalam bagian “*Variable(s)*”. Untuk bagian “*Label Cases by*” tidak perlu diisi karena penelitian ini menentukan kluster berdasarkan variable; sedangkan

untuk bagian “*Cluster*” pilih variable; pada bagian “*Display*” pilih keduanya yaitu Statistics dan Plots;

7. Selanjutnya klik mouse pada kotak “*Plots*”, Aktifkan pilihan “*Dendogram*”; kemudian pada bagian “*Icicle*” pilih None. Abaikan bagian yang lain lalu tekan tombol “*Continue*” untuk kembali ke menu utama;
8. Pada bagian “*Cluster Method*” pilih Between groups linkage. Kemudian buka kotak *combo Square Euclidean distance* pada “*Measure*”; dan pada “*Transform Values*” buka kotak *combo* pada pilihan Z-score. Abaikan bagian yang lain lalu tekan tombol “*Continue*” untuk kembali ke menu utama. Dari tampilan menu utama, tekan tombol OK untuk menampilkan output aplikasi program SPSS.