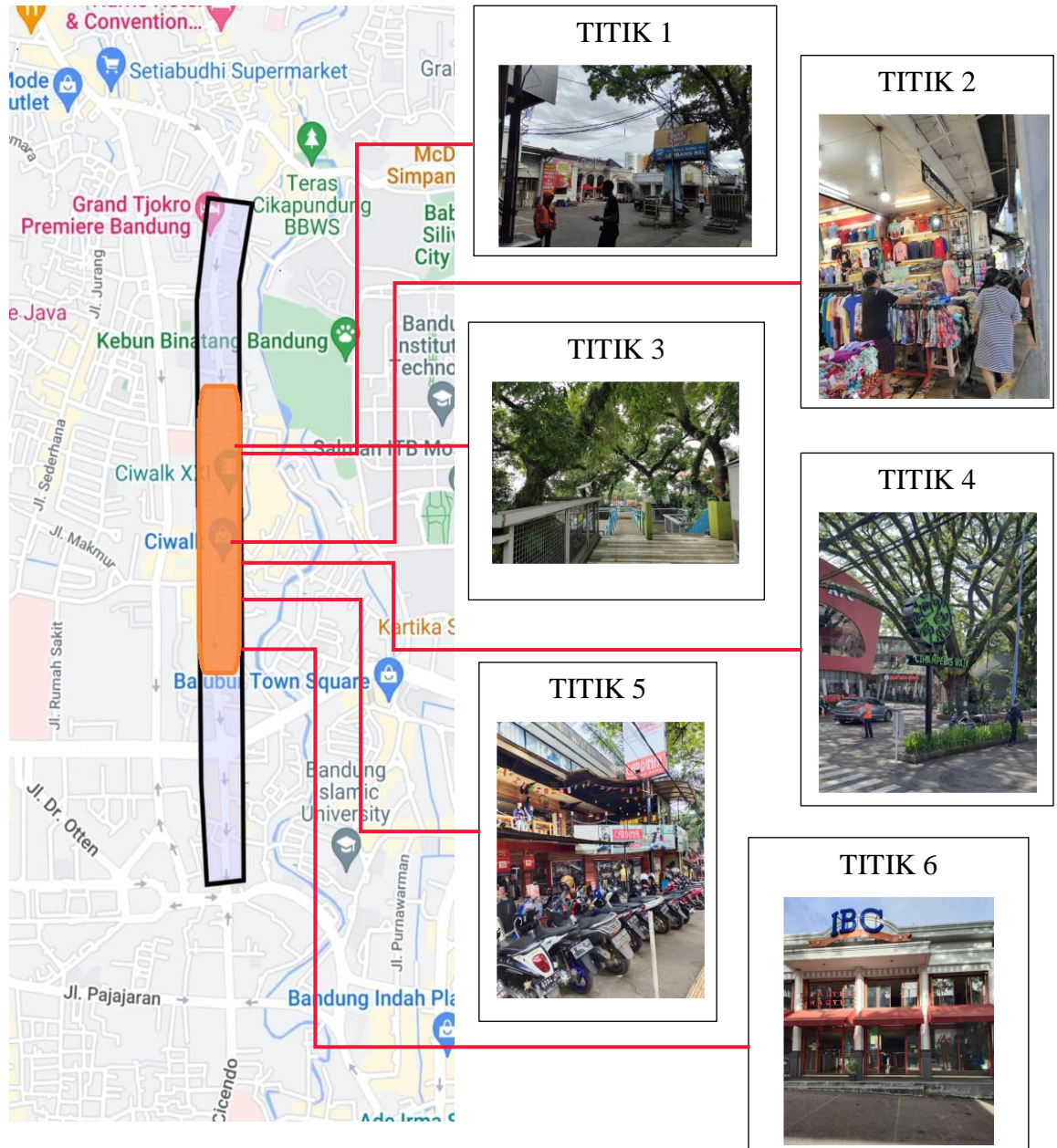


BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Lokasi Penelitian



Gambar 3.1 Lokasi Penelitian di Jl. Cihampelas

Sumber: Dokumentasi Penulis

Ayu Debora Permatasari (2023)
**PENGARUH PENGALAMAN WISATAWAN TERHADAP KEPUASAN WISATAWAN SERTA DAMPAKNYA
PADA MINAT BERKUNJUNG KEMBALI DI OBJEK WISATA BELANJA DI JALAN CIHAMPÉLAS KOTA
BANDUNG**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | ayudeborap2323@student.upi.edu

Lokasi penelitian ini berada di Jl. Cihampelas, beradministrasi di Kecamatan Coblong dan Kecamatan Tamansari namun jalan tersebut diseberangi oleh Jl. Pasteur, menjadikannya terbagi menjadi dua bagian yakni Cihampelas Atas dan Cihampelas Bawah. Cihampelas atas masih berlokasi di Kecamatan Coblong dan Kecamatan Tamansari sedangkan Cihampelas Bawah hanya berada di Kecamatan Tamansari. Dalam penelitian ini, penulis hanya meneliti Jl. Cihampelas Atas saja, dikarenakan konsentrasi pariwisata di lokasi ini lebih aktif dibandingkan dengan Cihampelas Bawah. Berdasarkan pada **Gambar 3.1**, lingkup penelitian ini hanya pada daerah yang berada di kotak *orange* saja, dikarenakan di daerah tersebut memiliki kepadatan aktivitas pariwisata. Terdapat 6 titik penelitian penyebaran kuesioner yang dilakukan oleh penulis, dari 100 kuesioner yang dibagikan terdapat 7 kuesioner yang dibagikan di Titik I, 15 kuesioner yang dibagikan di Titik II, 20 kuesioner yang dibagikan di Titik III, 35 kuesioner yang dibagikan di Titik IV, 20 kuesioner yang dibagikan di Titik V dan 3 kuesioner yang dibagikan di Titik VI.

Awal mulanya Jl. Cihampelas terkenal sebagai pusat penjualan *jeans* yang telah terkenal hingga mancanegara, bahkan Jl. Cihampelas memiliki julukan sebagai '*raja jeans*' (Herdiana, 2015). Sejak 1980-an, Jl. Cihampelas identik dengan *factory outlet*/distributor *store (distro)* yang menjual beragam pilihan *jeans*. Seiring berjalannya waktu kini Jl. Cihampelas telah berubah yang tadinya hanya tempat penjualan *jeans* saja, saat ini menjadi kawasan belanja terpadu. Untuk menunjang pengalaman berbelanja wisatawan, kawasan ini tidak hanya menyediakan *factory outlet*/distributor *store (distro)* dan toko oleh-oleh saja. Di kawasan ini terdapat pula sebuah *mall* yang terkenal bernama Cihampelas *Walk (Ciwalk)*, Hotel, *travel agent* yang dapat menopang kegiatan pariwisata. Bahkan beberapa tahun lalu, Pemerintah Kota Bandung telah meresmikan sebuah fasilitas ruang publik yang bernama Teras Cihampelas atau dikenal juga dengan nama Cihampelas *Skywalk* guna memberikan pengalaman lebih untuk wisatawan yang datang berbelanja ke Cihampelas.

Dalam penelitian ini, penulis menggaris bawahi bahwa responden yang digunakan di dalam penelitian adalah mereka yang telah mengunjungi Jl. Cihampelas sebelum dan sesudah adanya covid-19. Hal ini bertujuan untuk

menyamakan keadaan normal tanpa adanya pengaruh covid-19 yang pada saat itu membatasi pergerakan atau mobilitas masyarakat untuk bepergian dan melakukan aktivitas sehari-hari. Karena diketahui, jika dilihat dari PKL yang berjualan di Teras Cihampelas, setiap tahunnya mengalami penurunan karena para penjual merasa omset mereka berkurang setelah mereka direlokasikan ke Teras Cihampelas. Pada tahun 2017 sebanyak 192 PKL di akhir 2022 hanya sebanyak 87 PKL. Toko-toko yang berjualan di sepanjang Jl. Cihampelas pun semakin berkurang pada tahun 2010 diketahui terdapat 46 toko, namun pada 2018 diketahui hanya sebanyak 12 toko saja yang khusus berjualan jeans, padahal Jl. Cihampelas sebelumnya terkenal sebagai pusat penjualan jeans di Kota Bandung.

3.2 Metode Penelitian

Berdasarkan variabel yang diteliti, maka metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif verifikatif dengan pendekatan kuantitatif. Metode deskriptif menurut Narimawati (2008) dalam (Ramadhan, 2016) ialah metode yang digunakan untuk menggambarkan atau menguraikan hasil dari penelitian yang didapat yang dipresentasikan melalui narasi, grafik ataupun gambar yang mampu menjelaskan permasalahan yang ada sesuai dengan data yang aktual.

Narimawati (2008) dalam (Ramadhan, 2016) berpendapat bahwa metode verifikatif ialah suatu metode dalam pengujian hipotesis yang dibantu dengan alat analisis statistik dan metode verifikatif juga digunakan sebagai metode pengujian yang bertujuan untuk menguji kebenaran dari hipotesis yang ditetapkan. Pengujian hipotesis ini dilakukan melalui pengumpulan data di lapangan sehingga diketahui analisis variabel independen adalah Pengalaman Wisatawan (X), dengan variabel mediasi atau *intervening* adalah Kepuasan Wisatawan (Z) dan variabel dependen adalah Minat Berkunjung Kembali (Y). Alat analisis statistik yang digunakan dalam penelitian ini memungkinkan menjalankan data yang diperlukan melalui aplikasi *software IBM SPSS v.25 for Windows*.

Berdasarkan Sugitono (2010) pendekatan kuantitatif merupakan suatu data yang berupa angka atau disebut dengan data kuantitatif yang digunakan sehingga penelitian ini menekankan pada analisis numerik. Creswell dalam (Ramadhan,

Ayu Debora Permatasari (2023)

PENGARUH PENGALAMAN WISATAWAN TERHADAP KEPUASAN WISATAWAN SERTA DAMPAKNYA PADA MINAT BERKUNJUNG KEMBALI DI OBJEK WISATA BELANJA DI JALAN CIHAMPELAS KOTA BANDUNG

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | ayudeborap2323@student.upi.edu

2016) menyatakan bahwa penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang dapat bekerja dengan data berupa angka yang dapat berwujud bilangan (skor atau nilai, peringkat, atau frekuensi), yang dianalisis dengan menggunakan statistik untuk menjawab hipotesis penelitian yang bersifat spesifik, dan untuk melakukan prediksi bahwa suatu variabel tertentu mempengaruhi variabel yang lain. Metode penelitian ini menggunakan metode survei. Metode survei merupakan suatu metode yang sering digunakan pada penelitian kuantitatif yang memanfaatkan data atau informasi melalui penyebaran kuesioner yang dibagikan kepada responden.

3.3 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

Untuk menganalisis data maka harus menentukan populasi terlebih dahulu. Sugiyono (2013) menyebutkan Populasi dikatakan sebagai generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian diambil kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengunjung toko, restoran, biro perjalanan wisata atau travel dan hotel atau penginapan yang ada di Kawasan Objek Wisata Belanja Jl. Cihampelas.

Menurut Sugiyono (2013) sampel adalah sebagian jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Apabila populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi tersebut. Pada penelitian ini, sampel toko akan didapat dengan menggunakan *stratified random sampling* dikarenakan populasi di Kawasan Objek Wisata Belanja Cihampelas mempunyai anggota/unsur yang tidak homogen dan berstrata.

Sampel yang digunakan akan diperoleh dengan menggunakan rumus Slovin berikut ini:

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

Dimana:

n = Ukuran Sampel

N = Ukuran Populasi

Ayu Debora Permatasari (2023)

PENGARUH PENGALAMAN WISATAWAN TERHADAP KEPUASAN WISATAWAN SERTA DAMPAKNYA PADA MINAT BERKUNJUNG KEMBALI DI OBJEK WISATA BELANJA DI JALAN CIHAMPELAS KOTA BANDUNG

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | ayudeborap2323@student.upi.edu

e = Menyatakan margin error yang diperkenankan. Dalam ilmu ekonomi margin error yang diperkenankan berkisar antara 5-10%.

Populasi yang akan digunakan pada penelitian ini adalah seluruh pengunjung *factory outlet*, distro, toko cinderamata, toko sepatu dan pakaian. Dikarenakan jumlah pengunjung di Kawasan Objek Wisata Belanja Jl. Cihampelas tidak dapat dipastikan. Maka, penulis menggunakan data Jumlah Wisatawan yang mengunjungi Objek Wisata di Kota Bandung pada tahun 2019 sebanyak 2.442.250 wisatawan. Penulis menggunakan data pada tahun 2019 untuk menghindari kesalahan pengambilan data, karena pada tahun 2020 dan 2021 kunjungan wisatawan dipastikan akan sedikit dikarenakan adanya pandemik covid-19. Margin *error* yang digunakan pada penelitian ini adalah 10%.

Adapun penghitungan jumlah sampel yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{2.442.250}{1 + 2.442.250(10\%)^2}$$

$$n = \frac{2.442.250}{1 + 24.422,5}$$

$$n = \frac{2.442.250}{24.423,5}$$

$$n = 99,99$$

Sesuai dengan perhitungan di atas maka jumlah responden pada penelitian ini sebanyak 99,99 yang dibulatkan menjadi 100 responden. Pada penelitian ini, kuesioner disebarikan secara merata ke semua titik potensi yang ada di Kawasan Objek Wisata Belanja Jl. Cihampelas yakni *factory outlet* dan distro, toko tas, toko pakaian, toko sepatu, toko cinderamata, hotel, restoran, *travel*, mini market hingga pusat perbelanjaan (*mall*).

Teknik pengambilan data sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *nonprobability sampling* dengan pendekatan *accidental sampling*. Sugiyono (2017) dalam (Pitiryani, 2020) menyebutkan bahwa *nonprobability sampling* merupakan teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang atau kesempatan yang sama bagi anggota populasi yang dipilih menjadi sampel, sedangkan *accidental sampling* merupakan penentuan sampel yang ditentukan

secara kebetulan, dimana sampel ditentukan kepada siapa saja yang peneliti temui sesuai dengan kecocokannya sebagai sumber data.

Penelitian ini menggunakan kuesioner yang disebarakan kepada 100 responden, namun sebelum menyebarkan kepada 100 responden penulis melakukan pilot tes kepada 30 responden terlebih dahulu untuk dilakukan uji validitas dan uji reliabilitas dari setiap butir pertanyaan. Butir-butir pertanyaan tersebut telah ditentukan lolos uji validitas dan kemudian dilakukan uji reliabilitas pada butir-butir pertanyaan tersebut untuk mengetahui apakah butir pertanyaan tersebut lolos uji validitas tersebut. Setelah dinyatakan butir-butir pernyataan tersebut lolos uji reliabilitas dan uji validitas maka kuesioner tersebut disebarakan kepada 100 responden dengan cara penulis menyebarkan kuesioner tersebut langsung ke lapangan. Pengumpulan data sampel dalam penelitian ini dilakukan oleh penulis adalah dengan cara menyebarkan kuesioner ke pengunjung/wisatawan yang berbelanja di sepanjang Jl. Cihampelas (lokasi yang diujikan). Kuesioner disebarakan selama 21 hari (24 Februari - 16 Maret 2023) hingga ter-genapi 100 Responden. Kriteria dari responden yang mengisi kuesioner ini adalah mereka yang merupakan pengunjung/wisatawan yang terbilang *repeater visitor* di Jl. Cihampelas diutamakan bagi mereka yang telah berkunjung sebelum adanya pembangunan Teras Cihampelas/ Cihampelas *Skywalk* atau sebelum adanya Pandemi *Covid-19* kurun waktu 7 tahun terakhir. Kuesioner diisi oleh responden dengan memberikan tanda centang (√) pada butir-butir pertanyaan yang telah disusun oleh penulis. Setiap butir pertanyaan dicantumkan dengan 5 pilihan jawaban pertanyaan yakni 5= Sangat Setuju (SS); 4= Setuju (S); 3= Cukup Setuju (CS); 2= Tidak Setuju (TS) dan 1= Sangat Tidak Setuju (STS). Responden hanya diperbolehkan untuk memilih satu jawaban untuk setiap butir pertanyaan yang diberikan.

3.4 Operasional Variabel

3.4.1 Definisi Operasional Variabel

Operasional variabel merupakan suatu upaya menerjemahkan suatu konsep variabel penelitian ke dalam suatu bentuk instrumen pengukuran. Operasional variabel merupakan pedoman yang digunakan untuk menghindari kesalahpahaman

Ayu Debora Permatasari (2023)

PENGARUH PENGALAMAN WISATAWAN TERHADAP KEPUASAN WISATAWAN SERTA DAMPAKNYA PADA MINAT BERKUNJUNG KEMBALI DI OBJEK WISATA BELANJA DI JALAN CIHAMPÉLAS KOTA BANDUNG

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | ayudeborap2323@student.upi.edu

dalam menjabarkan permasalahan yang merinci mengenai konsep yang diteliti. Menurut Sugiyono (2013) variabel penelitian merupakan segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti sehingga diperoleh informasi mengenai hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya. Variabel penelitian diukur menurut kaidah atau skala yang lazim beserta dengan uji validitas dan reliabilitas dari setiap indikator dan item yang akan disusun.

Di dalam penelitian ini terdapat tiga jenis variabel yang diujikan, variabel-variabel tersebut adalah variabel Pengalaman Wisatawan sebagai variabel independen dan variabel Minat Berkunjung Kembali yang berperan sebagai variabel dependen dengan variabel Kepuasan Wisatawan sebagai variabel intervening/moderasi. Variabel-variabel tersebut adalah sebagai berikut ini:

1. Variabel Independen atau Variabel Bebas

Variabel Independen atau variabel bebas merupakan sebuah variabel yang menjadi penyebab terjadinya perubahan terhadap variabel dependen atau terikat. Dalam penelitian ini, variabel independen atau variabel bebas yang digunakan adalah Pengalaman Wisatawan (X) yang memiliki empat buah dimensi yang berupa *entertainment experience*, *education experience*, *escapism experience* dan *esthetic experience*. Variabel Pengalaman Wisatawan meliputi 8 item pertanyaan dengan indikator yang meliputi *entertainment experience*, *education experience*, *escapism experience* dan *esthetic experience*. Dalam mengukur masing-masing item pernyataan yang digunakan, penulis menggunakan skala *likert* dalam penelitian ini dengan menggunakan lima alternatif jawaban yang berupa: “5= Sangat Setuju (SS), 4= Setuju (S), 3= Cukup Setuju (CS), 2= Tidak Setuju (TS), 1= Sangat Tidak Setuju (STS)” (Sugiyono, 2013).

Tabel 3.1 Variabel Operasional Independen (X)

Variabel	Dimensi	Indikator	Item Pertanyaan	Skala	No. Item
Pengalaman Wisatawan (Pine & Gilmore, 1999) Sektor ekonomi yang	Pengalaman: <i>entertainment</i>	Fasilitas yang menarik	Fasilitas yang berada di sekitar Jl. Cihampelas sangat menarik perhatian (Cihampelas <i>Skywalk</i> , pedestrian, <i>Mall</i> , Restoran, Travel Agen, dll)	Ordinal	1

Ayu Debora Permatasari (2023)

PENGARUH PENGALAMAN WISATAWAN TERHADAP KEPUASAN WISATAWAN SERTA DAMPAKNYA PADA MINAT BERKUNJUNG KEMBALI DI OBJEK WISATA BELANJA DI JALAN CIHAMPELAS KOTA BANDUNG

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | ayudeborap2323@student.upi.edu

Variabel	Dimensi	Indikator	Item Pertanyaan	Skala	No. Item
berkembang pesat merupakan hal-hal yang berhubungan dengan pengalaman seseorang dalam mengkonsumsi suatu produk		Kegiatan yang menyenangkan	Kegiatan berbelanja di Jl. Cihampelas menyenangkan	Ordinal	2
	Pengalaman: <i>education</i>	Pengetahuan Baru	Bertambahnya wawasan saat mengunjungi Jl. Cihampelas (mengetahui model baju, jenis kain, harga barang)	Ordinal	3
		Stimulasi akan hal baru	Berbelanja di Jl. Cihampelas menstimulasi rasa penasaran saya untuk belajar hal baru	Ordinal	4
	Pengalaman: <i>escapism</i>	Perasaan Bebas/ <i>Free</i>	Dengan berbelanja, wisatawan merasa terbebas dari aktivitas sehari-hari	Ordinal	5
		Perasaan Segar/ <i>Refresh</i>	Berbelanja di Jl. Cihampelas membuat wisatawan merasa segar kembali	Ordinal	6
	Pengalaman: <i>esthetic</i>	Perasaan Nyaman	Berada lama di Jl. Cihampelas terasa nyaman	Ordinal	7
		Perasaan kagum/ Apresiasi	Jl. Cihampelas memiliki Dekorasi pertokoan/latar/setting tempat yang indah dan menarik	Ordinal	8

Sumber: Hasil Pengelolaan Data, 2023

2. Variabel Intervening atau Variabel Moderasi

Menurut Jogiyanto (2004) dalam (Pitiryani, 2020) Variabel Intervening atau Variabel Moderasi merupakan variabel yang bertujuan untuk mempengaruhi suatu fenomena yang diteliti (variabel dependen), variabel ini sering juga disebut sebagai variabel intervensi dikarenakan variabel ini digunakan untuk memediasi atau menginterpretasikan hubungan kasual antara variabel independen terhadap variabel dependen. Variabel intervening atau variabel moderasi dalam penelitian ini adalah Kepuasan Wisatawan (Z). Berdasarkan Kotler (1997) Kepuasan Wisatawan dalam penelitian ini adalah perasaan senang atau kecewa yang dimiliki seseorang yang didapat dari membandingkan hasil atau kinerja suatu produk terhadap ekspektasi terhadap produk tersebut. Penelitian ini

Ayu Debora Permatasari (2023)

PENGARUH PENGALAMAN WISATAWAN TERHADAP KEPUASAN WISATAWAN SERTA DAMPAKNYA PADA MINAT BERKUNJUNG KEMBALI DI OBJEK WISATA BELANJA DI JALAN CIHAMPELAS KOTA BANDUNG

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | ayudeborap2323@student.upi.edu

menggunakan lima dimensi kepuasan yang dikembangkan oleh Lopiyoadi & Hamdani (2006) antara lain Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Emosi, Harga dan Biaya. Dalam mengukur masing-masing item pernyataan yang digunakan, penulis menggunakan skala *likert* dalam penelitian ini dengan menggunakan lima alternatif jawaban yang berupa: “5= Sangat Setuju (SS), 4= Setuju (S), 3= Cukup Setuju (CS), 2= Tidak Setuju (TS), 1= Sangat Tidak Setuju (STS)” (Sugiyono, 2013).

Tabel 3.2 Variabel Operasional Intervening/Mediiasi (Z)

Variabel	Dimensi	Indikator	Pertanyaan	Skala	No. Item
Kepuasan Wisatawan (Lupiyoadi & Hamdani, 2006) Kepuasan merupakan rasa senang dan kecewa seseorang yang didasari dari hasil atau perbandingan kinerja produk terhadap ekspektasi dari produk tersebut	Kepuasan: Kualitas Produk	Kualitas yang baik	Barang yang dijual memiliki kualitas yang bagus	Ordinal	9
		Kualitasnya lebih baik dibandingkan dengan tempat lain	Kualitas barang yang dijual di Jl. Cihampelas lebih baik dibandingkan tempat lain	Ordinal	10
	Kepuasan: Kualitas Pelayanan	Pelayanannya bersifat efektif	Kinerja pelayan yang berada di setiap toko yang kunjungi di Jl. Cihampelas sangat cakap dan tanggap	Ordinal	11
		Memudahkan kegiatan berbelanja/ Efisien	Pelayanan yang diberikan di setiap toko di Jl. Cihampelas memudahkan dalam aktivitas berbelanja	Ordinal	12
	Kepuasan: Emosi	Rasa bangga	Tingkat kebanggaan saat menggunakan barang yang di dibeli di Jl. Cihampelas	Ordinal	13
		Rasa puas	Tingkat kepuasan karena telah membeli barang di Jl. Cihampelas	Ordinal	14
	Kepuasan: Harga	Sesuai dengan kualitas yang disediakan	Tingkat kepuasan karena telah membeli barang di Jl. Cihampelas	Ordinal	15
		Murah	Harga produk yang di jual di Jl. Cihampelas lebih murah jika dibandingkan tempat belanja lain	Ordinal	16

Ayu Debora Permatasari (2023)

PENGARUH PENGALAMAN WISATAWAN TERHADAP KEPUASAN WISATAWAN SERTA DAMPAKNYA PADA MINAT BERKUNJUNG KEMBALI DI OBJEK WISATA BELANJA DI JALAN CIHAMPELAS KOTA BANDUNG

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | ayudeborap2323@student.upi.edu

Variabel	Dimensi	Indikator	Pertanyaan	Skala	No. Item
	Kepuasan: Biaya	Tidak mengeluarkan biaya tambahan	Tidak adanya biaya tambahan selama berbelanja	Ordinal	17
		Kemudahan dalam menggunakan fasilitas saat berbelanja	Tingkat kemudahan dalam menggunakan fasilitas yang dapat mendukung kegiatan berbelanja	Ordinal	18

Sumber: Hasil Pengelolaan Data, 2023

3. Variabel Dependen atau Variabel Terikat

Variabel dependen atau variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau variabel yang mendapatkan pengaruh langsung maupun tidak langsung dari variabel independen atau variabel bebas. Dalam penelitian ini, variabel dependen atau variabel terikat yang digunakan adalah variabel Minat Berkunjung Kembali (Y). Minat Berkunjung Kembali dalam penelitian ini berdasarkan Park et al., (2019) yang menyatakan bahwa minat berkunjung kembali berfungsi sebagai indikator yang kuat dalam menentukan perilaku masa depan. Berdasarkan pada Park et al., (2019) di dalam (Fachrezy, 2021) terdapat dua dimensi dari minat berkunjung kembali yakni *intention to recommend* dan *intention to revisit*. Dalam mengukur masing-masing item pernyataan yang digunakan, penulis menggunakan skala *likert* dalam penelitian ini dengan menggunakan lima alternatif jawaban yang berupa: “5= Sangat Setuju (SS), 4= Setuju (S), 3= Cukup Setuju (CS), 2= Tidak Setuju (TS), 1= Sangat Tidak Setuju (STS)” (Sugiyono, 2013).

Tabel 3.3 Variabel Operasional Dependen (Y)

Variabel	Dimensi	Indikator	Pertanyaan	Skala	No. Item
Minat Berkunjung Kembali (Park et al., (2019) dalam Fachrezy (2021))	Minat Berkunjung Kembali: <i>Intention to Recommend</i>	Merekomendasikan kepada keluarga atau teman dekat	Tingkat kesediaan wisatawan untuk merekomendasikan Jl. Cihampelas kepada keluarga atau teman dekat	Ordinal	19
		Merekomendasikan di Media Sosial (medsos)	Tingkat kesediaan wisatawan untuk merekomendasikan Jl.	Ordinal	20

Ayu Debora Permatasari (2023)

PENGARUH PENGALAMAN WISATAWAN TERHADAP KEPUASAN WISATAWAN SERTA DAMPAKNYA PADA MINAT BERKUNJUNG KEMBALI DI OBJEK WISATA BELANJA DI JALAN CIHAMPELAS KOTA BANDUNG

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | ayudeborap2323@student.upi.edu

Variabel	Dimensi	Indikator	Pertanyaan	Skala	No. Item
Minat Berkunjung Kembali berfungsi sebagai indikator yang kuat dalam menentukan perilaku di masa depan			Cihampelas sebagai objek wisata belanja di medsos		
		Merekomendasikan sebagai tujuan wisata	Tingkat kesediaan merekomendasikan Jl. Cihampelas sebagai tujuan wisata belanja utama	Ordinal	21
	Minat Berkunjung Kembali: <i>Intention to Revisit</i>	Keinginan untuk kembali datang	Tingkat keinginan wisatawan untuk kembali mengunjungi Jl. Cihampelas	Ordinal	22
		Kesediaan untuk kembali datang	Tingkat kesediaan wisatawan untuk kembali mengunjungi Jl. Cihampelas	Ordinal	23
		Keyakinan untuk datang kembali	Tingkat keyakinan wisatawan untuk berbelanja di Jl. Cihampelas	Ordinal	24

Sumber: Hasil Pengelolaan Data, 2023

3.4.2 Instrumen Penelitian

Penelitian ini menggunakan instrumen atau alat penelitian yang berupa kuesioner. Penyebaran kuesioner dilakukan kepada 100 responden yang telah berbelanja di Objek Wisata Belanja Jl. Cihampelas pada 24 Februari- 23 Maret 2023 dengan menggunakan kuesioner yang disebar di Objek Wisata Belanja Jl. Cihampelas. Kuesioner tertutup yang dipilih dalam penelitian ini bertujuan untuk mempermudah responden untuk menjawab pertanyaan yang sudah disediakan peneliti sesuai dengan pilihan dan pendapat responden.

Kuesioner ini terdiri dalam empat bagian, yakni data Demografi, Pengalaman Wisatawan, Kepuasan Wisatawan dan Minat Berkunjung Kembali. Dalam data Demografi responden berisi mengenai berisi delapan (8) indikator seperti Jenis Kelamin, Usia, Asal Daerah, Pendidikan Terakhir, Pekerjaan, Pendapatan Per-bulan, Frekuensi Kunjungan dan Pola Kunjungan. Kuesioner yang digunakan adalah kuesioner tertutup, dimana pertanyaan yang tersedia sudah dipersiapkan jawabannya, sehingga responden hanya memilih alternatif jawaban pertanyaan yang sesuai dengan pendapatnya. Semua dari indikator penilaian dalam penelitian ini, diukur menggunakan beberapa item skala *Likert*. Menurut Sugiyono

Ayu Debora Permatasari (2023)

PENGARUH PENGALAMAN WISATAWAN TERHADAP KEPUASAN WISATAWAN SERTA DAMPAKNYA PADA MINAT BERKUNJUNG KEMBALI DI OBJEK WISATA BELANJA DI JALAN CIHAMPÉLAS KOTA BANDUNG

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | ayudeborap2323@student.upi.edu

(2010), skala *Likert* digunakan untuk mengukur sikap pendapat dan persepsi seseorang/kelompok tentang fenomena sosial. Jawaban dari setiap instrumen penelitian yang menggunakan skala *Likert* memiliki gradasi nilai dari positif sampai dengan negatif dan setiap jawaban diberikan bobot sesuai dengan urutannya yang dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 3.4 Table Skala Likert

Jawaban	Skor
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Netral	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Sumber: Sugiyono, 2010

Sebelum menyebarkan kuesioner kepada wisatawan, berdasarkan Nor (2011:130) peneliti melakukan uji coba (*pilot test*) terhadap 30 responden. *Pilot test* dilakukan untuk menilai kevalidan kuesioner yang disusun oleh peneliti sebelum benar-benar disebarakan kepada wisatawan.

3.5 Jenis dan Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data

3.5.1 Jenis dan Sumber Data

1. Data Primer

Data Primer dalam penelitian ini yaitu hasil dari jawaban responden pada kuesioner yang telah diberikan kepada wisatawan/pengunjung yang telah berbelanja di Objek Wisata Belanja Jl. Cihampelas pada 24 Februari-23 Maret 2023 dan data tersebut bersifat langsung dari wisatawan/pengunjung.

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang bersifat tidak langsung atau data yang diperoleh dari pihak ketiga. Data sekunder pada penelitian ini berasal dari teori para ahli, jurnal acuan, media online dan buku-buku yang dapat memperkuat penelitian.

Berdasarkan pengertian tersebut, peneliti pengelompokan jenis dan sumber data pada tabel di bawah ini:

Tabel 3.5 Data dan Sumber Data

Ayu Debora Permatasari (2023)

PENGARUH PENGALAMAN WISATAWAN TERHADAP KEPUASAN WISATAWAN SERTA DAMPAKNYA PADA MINAT BERKUNJUNG KEMBALI DI OBJEK WISATA BELANJA DI JALAN CIHAMPELAS KOTA BANDUNG

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | ayudeborap2323@student.upi.edu

No.	Data	Jenis Data	Sumber Data
1	Jumlah Kunjungan Wisatawan ke Objek Wisata di Kota Bandung (2017-2021)	Sekunder	BPS Provinsi Jawa Barat jabar.bps.go.id
2	Ulasan <i>Online</i> Pengunjung di Jalan Cihampelas 2022	Sekunder	Google Review
3	Objek Wisata Belanja di Kota Bandung	Sekunder	DISPARBUD Kota Bandung
4	Jumlah PKL di Teras Cihampelas tahun 2017	Sekunder	Kompas.com
5	Jumlah PKL di Teras Cihampelas tahun 2020	Sekunder	Kompas.com
6	Jumlah Toko di Jalan Cihampelas tahun 2010	Sekunder	repository.upi.edu
7	Jumlah Toko di Jl. Cihampelas tahun 2018	Sekunder	BaleBandung.com
8	Data Pengalaman Wisatawan di Jalan Cihampelas	Primer	Kuesioner
9	Data Kepuasan Wisatawan di Jalan Cihampelas	Primer	Kuesioner
10	Data Minat Berkunjung Kembali Wisatawan di Jalan Cihampelas	Primer	Kuesioner

Sumber: Hasil Pengumpulan Data, 2022

3.5.2 Teknik Pengumpulan Data

Gulo (2002:110) menyatakan pada dasarnya teknik pengumpulan data pada penelitian digunakan untuk memperoleh informasi yang diperlukan demi mencapai tujuan penelitian. Pada penelitian ini, teknik pengumpulan data yang digunakan sebagai berikut:

1. Kuesioner atau Angket

Sugiyono (2013) menyebutkan kuesioner atau angket merupakan suatu daftar yang terdiri dari rangkaian pertanyaan mengenai suatu masalah atau bidang yang akan diteliti. Kuesioner tertutup digunakan dalam penelitian guna mempermudah responden untuk menjawab pertanyaan yang telah dipersiapkan oleh peneliti. Pada penelitian ini kuesioner dibagikan secara langsung di lokasi dengan teknik sampling *accidental sampling*. Kuesioner yang dibagikan terkait butir-butir pernyataan dengan skala yang digunakan ialah skala ordinal, dengan menggunakan skala Likert sebagai skala pengukuran. Sudaryono (2014:90) mengatakan bahwa skala ordinal ialah skala yang menggunakan ranking sebagai nilai penentunya, yang diurutkan berdasarkan nilai tertinggi ke nilai terendah ataupun sebaliknya.

2. Studi Keperpustakaan dan *e-literature*

Ayu Debora Permatasari (2023)

PENGARUH PENGALAMAN WISATAWAN TERHADAP KEPUASAN WISATAWAN SERTA DAMPAKNYA PADA MINAT BERKUNJUNG KEMBALI DI OBJEK WISATA BELANJA DI JALAN CIHAMPELAS KOTA BANDUNG

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | ayudeborap2323@student.upi.edu

Studi kepustakaan atau literatur yang digunakan peneliti dari jurnal acuan yang memiliki topik serupa dan berbagai sumber informasi dari buku, artikel, *online news*, bahkan *website* yang sesuai dengan kebutuhan penelitian.

3. Observasi

Observasi dilakukan untuk mengkaji fenomena di lapangan. Peneliti melakukan pra-penelitian dengan cara mengamati secara sekilas terkait objek atau fenomena di Kota Bandung baik secara langsung maupun melalui media informasi. Hasil dari teknik ini dapat berupa dokumentasi.

4. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan suatu kegiatan atau peristiwa yang telah berlalu, dokumentasi dapat berupa tulisan, gambar atau karya-karya yang dihasilkan oleh seseorang. Dokumentasi dalam suatu penelitian merupakan pelengkap dari penggunaan metode observasi dan wawancara. Dalam hal ini, penulis melakukan penelitian dengan mengumpulkan dokumentasi yang ada baik dari hasil dokumentasi sendiri maupun dokumentasi dari berbagai sumber.

3.6 Pengujian Validitas dan Reliabilitas

Salah satu syarat dalam penelitian ialah data yang didapatkan harus akurat serta objektif. Data dalam suatu penelitian merupakan gambaran dari variabel yang diteliti yang nantinya akan digunakan sebagai alat untuk menguji suatu hipotesis dalam penelitian. Untuk mengetahui data yang diperoleh berguna dengan baik, maka perlu dilakukan pengujian validitas dan pengujian reliabilitas. Sugiyono (2013) menyatakan bahwa data valid berarti data tersebut dapat mengukur ukur secara akurat dan tepat. Instrumen yang reliabel ialah instrumen yang bila digunakan pengujian beberapa kali hasilnya tetap sama. Sedangkan Jackson (2012) berpendapat bahwa instrumen yang reliabilitas ialah konsistensi atau stabilitas dari sebuah alat ukur. Uji validitas dan Uji reliabilitas pada penelitian ini dilakukan dengan menggunakan alat bantu *software IBM SPSS v.25 for Windows (Statistical Product for Service Solution)*.

Ayu Debora Permatasari (2023)

PENGARUH PENGALAMAN WISATAWAN TERHADAP KEPUASAN WISATAWAN SERTA DAMPAKNYA PADA MINAT BERKUNJUNG KEMBALI DI OBJEK WISATA BELANJA DI JALAN CIHAMPELAS KOTA BANDUNG

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | ayudeborap2323@student.upi.edu

3.6.1 Uji Validitas

Agar dapat menjelaskan variabel yang diteliti, data yang didapatkan tentunya harus dinyatakan valid terlebih dahulu. Untuk mengetahui data valid atau tidaknya maka dilakukan uji validitas dari item pernyataan yang telah ditentukan. Hal ini dilakukan, agar kesimpulan yang didapat tidak keliru dan memberikan gambaran sesuai dengan keadaan yang sebenarnya.

Uji validitas ini dilakukan untuk menguji keakuratan dari setiap item pernyataan dalam mengukur variabel yang diteliti. Dalam penelitian ini uji validitas dilakukan dengan cara mengkorelasikan skor dari setiap butir pernyataan item yang ditujukan kepada responden dengan total skor untuk keseluruhan item. Sedangkan untuk teknik korelasi yang digunakan untuk menguji validitas dari setiap butir pernyataan dalam penelitian ini menggunakan korelasi *pearson product moment* menurut (Suharsini Arikunto, 2010) sebagai berikut.

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

(Suharsini Arikuntoro, 2010)

Keterangan:

- r_{xy} : Koefisien validitas item yang dicari
- X : Skor yang diperoleh subjek dari seluruh item
- Y : Skor total
- $\sum x$: Jumlah skor dalam distribusi X
- $\sum y$: Jumlah skor dalam jumlah Y
- $\sum x^2$: Jumlah kuadrat dalam skor distribusi X
- $\sum y^2$: Jumlah kuadrat dalam skor distribusi Y
- n : Banyaknya responden

Keputusan atau kesimpulan yang dapat diambil dari hasil uji validitas dari setiap item pernyataan merujuk pada penjelasan sebagai berikut:

- a. Jika $r_{hitung} \geq 0,232$ dari r_{tabel} , maka item pernyataan tersebut dinyatakan valid.

b. Jika $r_{hitung} < 0,232$ dari r_{tabel} , maka item pernyataan tersebut dinyatakan tidak valid.

Oleh karena itu, jika terdapat item pernyataan yang memiliki hasil korelasi $> 0,232$ dapat disisihkan atau dibuang, karena item pernyataan yang akan digunakan dalam penelitian ini hanya item yang memiliki nilai korelasi $> 0,232$. Sugiyono (2013) menyatakan bahwa semakin tinggi nilai korelasi atau mendekati nilai satu (1,00), maka semakin baik pula konsistensinya terhadap variabel yang diteliti.

Uji Validitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan Korelasi *Product Moments*. Butir-butir pertanyaan yang diberikan dikatakan valid apabila r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} . Untuk mengetahui r_{tabel} bisa dilakukan dengan menggunakan rumus: $r_{tabel} (\alpha, n-2)$ dari *product moment*. Pada Uji Validitas ini diketahui bahwa n adalah 100 responden dan α adalah 10%, maka nilai $r_{tabel} (10\%, 100-2) = 0,232$. Setiap butir pertanyaan dikatakan valid apabila $r_{hitung} > 0,232$. Berikut ini adalah hasil dari uji validitas:

Tabel 3.6 Hasil Uji Validitas Pengalaman Wisatawan (X)

Pertanyaan	r Hitung	r Tabel	Keterangan
Pertanyaan 1	0,464	0,232	VALID
Pertanyaan 2	0,780	0,232	VALID
Pertanyaan 3	0,584	0,232	VALID
Pertanyaan 4	0,638	0,232	VALID
Pertanyaan 5	0,800	0,232	VALID
Pertanyaan 6	0,791	0,232	VALID
Pertanyaan 7	0,693	0,232	VALID
Pertanyaan 8	0,598	0,232	VALID

Sumber: Hasil Pengelolaan Data, 2023

Berdasarkan pada **Tabel 3.6** diatas diketahui bahwa setiap butir variabel Pengalaman Wisatawan (X) yang ditanyakan memiliki $r_{hitung} > 0,232$ yang artinya

Ayu Debora Permatasari (2023)

PENGARUH PENGALAMAN WISATAWAN TERHADAP KEPUASAN WISATAWAN SERTA DAMPAKNYA PADA MINAT BERKUNJUNG KEMBALI DI OBJEK WISATA BELANJA DI JALAN CIHAMPELAS KOTA BANDUNG

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | ayudeborap2323@student.upi.edu

bahwa setiap butir pertanyaan yang diujikan pada variabel X telah lulus uji validitas atau dapat dikatakan valid. Artinya, setiap butir pertanyaan diatas benar-benar bisa mengukur variabel yang dimaksud. Maka dapat dikatakan bahwa instrumen kuesioner ini dapat diujikan dalam penelitian ini.

Tabel 3.7 Hasil Uji Validitas Kepuasan Wisatawan (Z)

Pertanyaan	r Hitung	r Tabel	Keterangan
Pertanyaan 1	0,768	0,232	VALID
Pertanyaan 2	0,743	0,232	VALID
Pertanyaan 3	0,658	0,232	VALID
Pertanyaan 4	0,626	0,232	VALID
Pertanyaan 5	0,780	0,232	VALID
Pertanyaan 6	0,752	0,232	VALID
Pertanyaan 7	0,832	0,232	VALID
Pertanyaan 8	0,788	0,232	VALID
Pertanyaan 9	0,232	0,232	VALID
Pertanyaan 10	0,232	0,232	VALID

Sumber: Hasil Pengelolaan Data, 2023

Berdasarkan pada **Tabel 3.7** diatas diketahui bahwa setiap butir variabel Kepuasan Wisatawan (Z) yang ditanyakan memiliki $r_{hitung} > 0,232$ yang artinya bahwa setiap butir pertanyaan yang diujikan pada variabel Z telah lulus uji validitas atau dapat dikatakan valid. Artinya, setiap butir pertanyaan diatas benar-benar bisa mengukur variabel yang dimaksud. Maka dapat dikatakan bahwa instrumen kuesioner ini dapat diujikan dalam penelitian ini.

Tabel 3.8 Hasil Uji Validitas Minat Berkunjung Kembali (Y)

Pertanyaan	r Hitung	r Tabel	Keterangan
Pertanyaan 1	0,834	0,232	VALID
Pertanyaan 2	0,834	0,232	VALID
Pertanyaan 3	0,736	0,232	VALID
Pertanyaan 4	0,850	0,232	VALID
Pertanyaan 5	0,840	0,232	VALID
Pertanyaan 6	0,830	0,232	VALID

Sumber: Hasil Pengelolaan Data, 2023

Berdasarkan pada **Tabel 3.7** diatas diketahui bahwa setiap butir variabel Minat Berkunjung Kembali (Y) yang ditanyakan memiliki $r_{hitung} > 0,232$ yang artinya bahwa setiap butir pertanyaan yang diujikan pada variabel Y telah lulus uji

Ayu Debora Permatasari (2023)

PENGARUH PENGALAMAN WISATAWAN TERHADAP KEPUASAN WISATAWAN SERTA DAMPAKNYA PADA MINAT BERKUNJUNG KEMBALI DI OBJEK WISATA BELANJA DI JALAN CIHAMPELAS KOTA BANDUNG

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | ayudeborap2323@student.upi.edu

validitas atau dapat dikatakan valid. Artinya, setiap butir pertanyaan diatas benar-benar bisa mengukur variabel yang dimaksud. Maka dapat dikatakan bahwa instrumen kuesioner ini dapat diujikan dalam penelitian ini.

3.6.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan terhadap butir pernyataan yang sudah melalui tahap pengujian validitas dan termasuk dalam kategori valid. Pengujian reliabilitas ini dilakukan dengan cara menguji coba instrumen yang kemudian dianalisis dengan menggunakan metode *Cronbach's Alpha*. Kuesioner dikatakan andal dan dapat digunakan sebagai data penelitian apabila koefisien reliabilitas bernilai positif dan lebih besar dari 0,60 (Sugiyono 2013). Untuk menghitung koefisien reliabilitas digunakan rumus *Cronbach's Alpha* sebagai berikut:

$$r_n = \left(\frac{K}{k-1} \right) + \left(1 - \frac{\sum ab^2}{a_1^2} \right)$$

(Umar, 2008)

Dimana:

- r_n : Reliabilitas instrumen
 K : Banyaknya butir pernyataan
 a_1^2 : Varians total
 $\sum ab^2$: Jumlah varian butir

Setelah dilakukan perhitungan dengan menggunakan metode *Cronbach's Alpha* kemudian nilai yang dihasilkan dibandingkan dengan tabel nilai kritisnya yang mengacu kepada ketentuan sebagai berikut:

1. Apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka variabel tersebut reliabel.
2. Apabila $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka variabel tersebut tidak reliabel.

Instrumen dapat dikatakan reliabel bila memiliki koefisien keandalan reliabilitas = 0,60.

Tabel 3.9 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Nilai Batas	Kategori
Pengalaman Wisatawan (X)	0,882	0,60	Reliabel
Kepuasan Wisatawan (Z)	0,861	0,60	Reliabel

Ayu Debora Permatasari (2023)

PENGARUH PENGALAMAN WISATAWAN TERHADAP KEPUASAN WISATAWAN SERTA DAMPAKNYA PADA MINAT BERKUNJUNG KEMBALI DI OBJEK WISATA BELANJA DI JALAN CIHAMPELAS KOTA BANDUNG

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | ayudeborap2323@student.upi.edu

Minat Berkunjung Kembali (Y)	0,894	0,60	Reliabel
------------------------------	-------	------	----------

Sumber: Hasil Pengelolaan Data, 2023

Berdasarkan Sugiyono (2013) diketahui bahwa sebuah variabel dikatakan reliabel jika nilai *Cronbach's Alpha* yang dimiliki variabel tersebut $> 0,60$. Berdasarkan pada **Tabel 3.9** diatas dapat dilihat bahwa hasil uji validitas yang dilakukan terhadap setiap variabel yang diuji memiliki nilai *Cronbach's Alpha* sebagaimana berikut ini Pengalaman Wisatawan (X) sebesar $0,822 > 0,60$, Kepuasan Wisatawan (Z) sebesar $0,861$ dan Minat Berkunjung Kembali (Z) sebesar $0,894 > 0,60$. Maka dapat disimpulkan bahwa setiap instrumen yang diujikan bersifat reliabel karena memiliki nilai *Cronbach's Alpha* $> 0,60$.

3.7 Rancangan Analisis Data

3.7.1 Teknik Analisis Data Deskriptif

Menurut Sugiyono (2016) analisis deskriptif adalah analisis yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi. Pada penelitian kali ini dilakukan pembahasan mengenai pengaruh pengalaman wisatawan terhadap kepuasan dan minat berkunjung kembali wisatawan, analisis data deskriptif yang digunakan untuk mendeskripsikan variabel-variabel penelitian diantaranya adalah:

- A. Analisis deskriptif perihal tanggapan wisatawan mengenai pengalaman berbelanja wisatawan di Jl. Cihampelas
- B. Analisis deskriptif perihal tanggapan wisatawan mengenai kepuasan wisatawan saat berbelanja di Jl. Cihampelas
- C. Analisis deskriptif perihal tanggapan wisatawan mengenai minat berkunjung kembali ke Jl. Cihampelas

Menurut Narimawati (2010) langkah-langkah yang dilakukan dalam melakukan analisis deskriptif adalah sebagai berikut:

- a. Melakukan klasifikasi alternatif jawaban dari hasil yang telah didapatkan pada setiap variabel menggunakan skala ordinal yang menggambarkan peringkat jawaban;

Ayu Debora Permatasari (2023)

PENGARUH PENGALAMAN WISATAWAN TERHADAP KEPUASAN WISATAWAN SERTA DAMPAKNYA PADA MINAT BERKUNJUNG KEMBALI DI OBJEK WISATA BELANJA DI JALAN CIHAMPÉLAS KOTA BANDUNG

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | ayudeborap2323@student.upi.edu

- b. Menghitung total skor setiap variabel dengan menjumlahkan skor dari seluruh indikator variabel;
- c. Menghitung rata-rata dari total skor setiap variabel;
- d. Menghitung besaran tingkat variabel dengan melihat jumlah total skor jawaban variabel (skor aktual) yang dibandingkan dengan skor tertinggi yang dikalikan dengan jumlah responden (skor ideal);
- e. Selanjutnya, untuk menghitung persentase skor total variabel dapat menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\% \text{ skor aktual} = \frac{\text{skor aktual}}{\text{skor ideal}} \times 100\%$$

- f. Kemudian, melakukan interpretasi dari hasil persentase skor total yang telah didapat menggunakan kriteria persentase skor tanggapan responden menurut Narimawati (2010) sebagai berikut.

Tabel 3.10 Kriteria Persentase Skor Tanggapan Responden

No	Persentase Jumlah Skor	Kriteria
1	20,00%-36,00%	Sangat Rendah
2	36,01%-52,00%	Rendah
3	52,01%-68,00%	Sedang
4	68,01%-84,00%	Tinggi
5	84,00%-100%	Sangat Tinggi

Sumber: Nariwati (2010)

Berdasarkan kriteria persentase tanggapan responden, permasalahan dari penelitian dapat diukur dari keseluruhan persentase (100%) dikurang dengan persentase tanggapan responden yang didapat. Hasil dari pengurangan tersebut adalah persentase kesenjangan yang menjadi permasalahan yang diteliti.

3.7.2 Analisis Data Verifikatif

Analisis verifikatif adalah metode penelitian yang ditujukan untuk menguji teori dan penelitian dilakukan untuk mencoba menghasilkan informasi ilmiah baru yaitu status hipotesis yang berupa kesimpulan apakah suatu hipotesis diterima atau ditolak (Sugiyono, 2016). Analisis data verifikatif dalam penelitian ini menggunakan analisis jalur dan penelitian kuantitatif dengan tujuan untuk menganalisis pengaruh langsung atau tidak langsung antara variabel terikat dengan

Ayu Debora Permatasari (2023)

PENGARUH PENGALAMAN WISATAWAN TERHADAP KEPUASAN WISATAWAN SERTA DAMPAKNYA PADA MINAT BERKUNJUNG KEMBALI DI OBJEK WISATA BELANJA DI JALAN CIHAMPELAS KOTA BANDUNG

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | ayudeborap2323@student.upi.edu

variabel bebas. Dalam penelitian ini akan diuji pengaruh Pengalaman Wisatawan (X) sebagai variabel bebas/independen terhadap Minat Berkunjung Kembali (Y) sebagai variabel terikat/dependen melalui Kepuasan Wisatawan (Z) sebagai variabel intervening atau mediasi.

5. *Method of Successive Interval (MSI)*

Data variabel yang didapatkan dalam penelitian ini yaitu data ordinal. Dikarenakan pengolahan data ini menggunakan statistik parametrik yang mensyaratkan data sekurang-kurangnya harus diukur dalam skala interval maka perlu dilakukan transformasi ke data interval menggunakan *method of successive interval* (MSI) dengan langkah-langkah sebagai berikut:

- a. Perlu diperhatikan setiap butir pernyataan yang telah ditentukan
- b. Dari setiap butir pernyataan tersebut tentukan berapa orang yang menjawab skor 1,2,3,4 dan 5 yang disebut juga dengan frekuensi.
- c. Berdasarkan frekuensi yang dihasilkan dari setiap pernyataan, maka langkah selanjutnya yaitu perhitungan proporsi (p) setiap pilihan jawaban dengan cara membagi frekuensi (f) dengan jumlah responden.
- d. Berdasarkan proporsi yang didapatkan untuk setiap pernyataan, dilakukan perhitungan proporsi kumulatif untuk setiap pilihan jawaban.
- e. Menghitung nilai batas z (tabel normal) untuk setiap pernyataan dan setiap pilihan jawaban.
- f. Menentukan nilai interval rata-rata untuk setiap pilihan jawaban melalui persamaan berikut:

$$\text{Skala Value} = \frac{(\text{Density at Lower Limit}) - (\text{Density at Upper Limit})}{(\text{Area Below Upper Limit}) - (\text{Area Below Lower Limit})}$$

- g. Tentukan nilai transformasi dengan menggunakan rumus:

$$Y = NS + K \qquad K = [1 + NS_{min}]$$
- h. Langkah selanjutnya tentukan data variabel bebas dengan variabel terikat serta akan ditentukan persamaan yang berlaku untuk pasangan-pasangan tersebut.

6. Uji Klasik

- a. Uji Asumsi Normalitas

Ayu Debora Permatasari (2023)

PENGARUH PENGALAMAN WISATAWAN TERHADAP KEPUASAN WISATAWAN SERTA DAMPAKNYA PADA MINAT BERKUNJUNG KEMBALI DI OBJEK WISATA BELANJA DI JALAN CIHAMPELAS KOTA BANDUNG

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | ayudeborap2323@student.upi.edu

Syarat pertama untuk melakukan analisis jalur adalah uji normalitas, yaitu data sampel hendaknya memenuhi persyaratan nilai residual normal. Uji normalitas bertujuan untuk dapat mengetahui variabel bebas, terikat, atau keduanya bernilai residual normal, mendekati normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah model yang memiliki nilai residual berdistribusi normal. Untuk mengetahui apakah data yang digunakan berdistribusi normal atau tidak, dapat menggunakan uji asumsi klasik normalitas Uji Skewness-Kurtosis.

b. Uji Asumsi Multikolinieritas

Asumsi Multikolinieritas adalah sebuah pengujian untuk melihat apakah terdapat korelasi atau hubungan kuat antara dua variabel bebas atau lebih dalam sebuah model analisis jalur. Terdapat 3 cara dalam melakukan uji Multikolinieritas, yaitu matriks korelasi, *tolerance*, dan *variance inflance factor*. Apabila nilai *tolerance* di atas 0,10 dan nilai VIF di bawah 10 maka tidak terjadi multikolinieritas.

c. Uji Autokorelasi

Menurut Gozali dan Ratmono (2017) uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi linear terdapat korelasi antara kesalahan pengganggu (residual) pada periode t dengan kesalahan pada periode $t-1$ (sebelumnya). Jika terjadi korelasi maka dinamakan adanya gejala autokorelasi. Gani dan Amalia (2015) menyebutkan bahwa autokorelasi berkaitan dengan pengaruh observer atau data dalam satu variabel yang saling berhubungan satu dengan yang lainnya. Besarnya nilai yang dimiliki suatu data dapat saja berhubungan atau mungkin dipengaruhi oleh data lainnya. Regresi klasik mensyaratkan bahwa tidak bolehnya terdapat gejala autokorelasi di dalam suatu penelitian. Sebab, jika terjadinya gejala autokorelasi dalam sebuah data yang diteliti maka model regresi akan menjadi menjadi buruk karena akan menghasilkan parameter yang tidak logis dan diluar akan sehat. Autokorelasi umumnya terjadi pada data yang berhubungan dengan *time series*, sebab data *time series* berkaitan dengan waktu berbeda dengan *cross section* yang tidak ada kaitannya dengan waktu.

Dalam mendeteksi adanya autokorelasi dalam suatu data penelitian, dapat menggunakan nilai Durbin-Watson, dengan kriteria sebagai berikut ini:

1. Jika $0 < d < d_L$ maka adanya autokorelasi positif
2. Jika $4 - d_L < d < 4$ maka adanya autokorelasi negatif
3. Jika $2 < d < 4 - d_U$ atau $d_U < d < 2$ maka tidak adanya autokorelasi positif maupun negatif
4. Jika $d_L \leq d \leq d_U$ atau $4 - d_U \leq d \leq d_L$ maka pengujian yang dilakukan tidak menyakinkan oleh sebab itu perlu dilakukan pengujian lain atau penambahan data
5. Jika $d_U < d < 4 - d_U$ maka data yang diujikan tidak terjadi autokorelasi

d. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas berarti varian variabel gangguan yang tidak konstan. Uji heteroskedastisitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Model regresi yang baik adalah model regresi yang tidak terjadi heteroskedastisitas atau dengan kata lain hasilnya adalah homoskedastisitas dimana *variance residual* satu pengamatan ke pengamatan lain tetap. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode diagram *scatterplot*. Dasar analisis ini dengan melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel (ZPRED) dengan residual (SRESID). Jika ada pola tertentu seperti titik-titik yang ada membentuk pola-pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar, kemudian menyempit), hal ini mengindikasikan telah terjadinya heteroskedastisitas. Jika tidak ada pola yang jelas serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

7. Uji Analisis Jalur (*Path Analysis*)

Penelitian ini menggunakan metode analisis jalur (*path analysis*). Menurut Sarwono (2011) *path analysis* merupakan teknik analisis yang digunakan untuk menganalisis hubungan sebab akibat yang inheren antar variabel yang disusun berdasarkan urutan temporer dengan menggunakan koefisien jalur sebagai besaran nilai dalam menentukan besarnya pengaruh variabel independen (*exogenous*)

Ayu Debora Permatasari (2023)

PENGARUH PENGALAMAN WISATAWAN TERHADAP KEPUASAN WISATAWAN SERTA DAMPAKNYA PADA MINAT BERKUNJUNG KEMBALI DI OBJEK WISATA BELANJA DI JALAN CIHAMPELAS KOTA BANDUNG

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | ayudeborap2323@student.upi.edu

terhadap variabel dependen (*endogenous*). Dalam penelitian ini, penulis akan menganalisis mengenai pengaruh pengalaman wisatawan terhadap kepuasan wisatawan dan minat berkunjung kembali dengan menggunakan kepuasan wisatawan sebagai variabel mediasi/intervening (variabel penghubung) antara variabel eksogen dan variabel endogen.

Analisis jalur dalam penelitian ini dilakukan untuk menguji variabel mediasi/intervening. Menurut Sugiyono (2013) analisis jalur merupakan suatu analisis yang termasuk ke dalam bagian dari model regresi yang dapat digunakan untuk menganalisis hubungan sebab akibat antar satu variabel dengan variabel lainnya. Analisis jalur dapat dijalankan dengan menggunakan korelasi regresi dan jalur sehingga dapat diketahui untuk sampai pada variabel mediasi atau intervening. Gozali (2016) menyebutkan bahwa analisis jalur merupakan perluasan dari regresi berganda, atau analisis jalur adalah penggunaan analisis regresi untuk menaksir hubungan kausalitas antar model (*model casual*) yang telah diterapkan sebelumnya berdasarkan pada teori yang ada. Simpulnya, analisis jalur adalah kepanjangan dari analisis regresi berganda, meski didasarkan sejarah terdapat perbedaan dasar antara analisis jalur dengan regresi linear, dimana analisis jalur bersifat independen terhadap prosedur statistik dalam menentukan hubungan sebab akibat; sedangkan regresi linear memang merupakan prosedur yang digunakan untuk menganalisis hubungan sebab akibat antar variabel yang dikaji (Sarwono, 2011).

Berikut ini adalah tujuan dari penggunaan analisis jalur antara lain:

1. Melihat hubungan antar variabel dengan didasarkan pada model apriori
2. Menerangkan mengapa variabel-variabel berkorelasi dengan menggunakan suatu model yang berurutan secara temporer
3. Menggambar dan menguji suatu model matematis dengan menggunakan persamaan yang mendasarinya
4. Mengidentifikasi jalur penyebab suatu variabel tertentu terhadap variabel lain yang dipengaruhinya
5. Menghitung besarnya pengaruh satu variabel independen (*exogenous*) atau lebih terhadap variabel dependen (*endogenous*) lainnya.

Adapun manfaat dari analisis jalur sebagai berikut:

Ayu Debora Permatasari (2023)

PENGARUH PENGALAMAN WISATAWAN TERHADAP KEPUASAN WISATAWAN SERTA DAMPAKNYA PADA MINAT BERKUNJUNG KEMBALI DI OBJEK WISATA BELANJA DI JALAN CIHAMPELAS KOTA BANDUNG

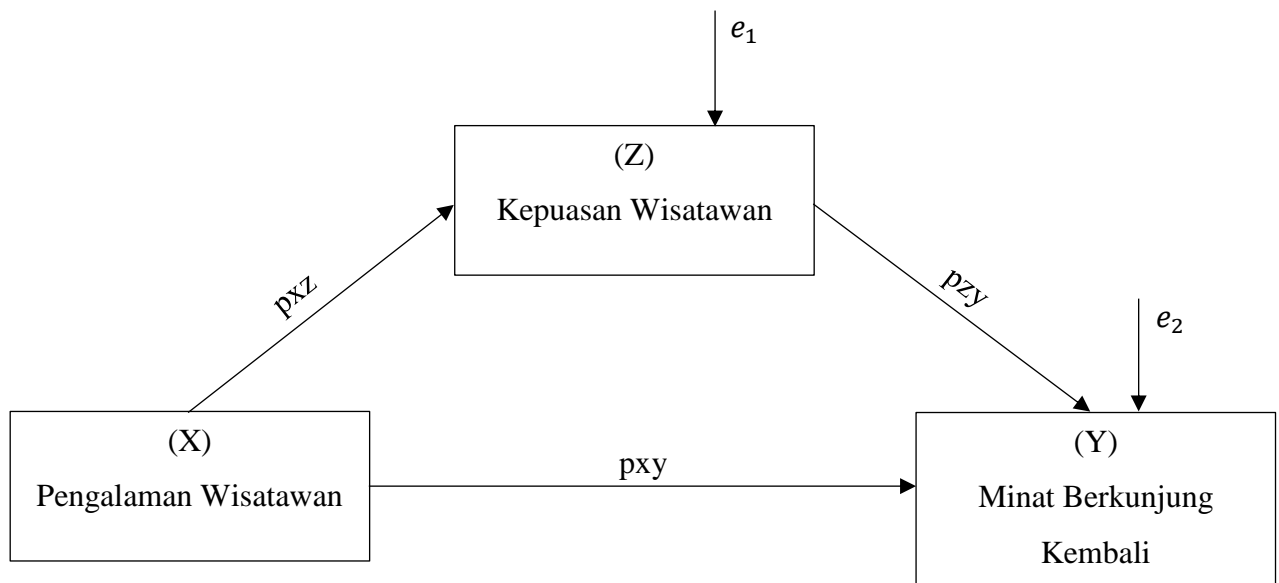
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | ayudeborap2323@student.upi.edu

1. Digunakan untuk menjelaskan fenomena yang dipelajari atau permasalahan yang diteliti.
2. Prediksi nilai variabel endogen (Y) berdasarkan nilai variabel eksogen (X).
3. Faktor determinan adalah faktor penentuan variabel bebas yang berpengaruh secara dominan terhadap variabel terikat, serta dapat digunakan untuk menelusuri mekanisme jalur dari pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat.

Berdasarkan Marsono (2016), terdapat langkah-langkah yang perlu dilakukan dalam analisis jalur, antara lain:

1. Merancang Model Diagram Jalur

Diagram Jalur disusun berdasarkan pada kerangka pemikiran yang dikembangkan dari teori yang digunakan. Di dalam penelitian ini, diagram jalur disajikan dalam bentuk sebagai berikut:



Keterangan:

- X = Variabel Independen
- Y = Variabel Dependen
- Z = Variabel Mediasi
- p = Koefisien jalur
- e = Epsilon

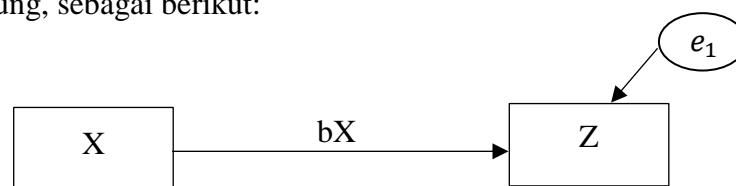
Dimana dalam penelitian ini terdapat tiga jenis koefisien jalur yakni pxz , pzy dan pxy . Koefisien jalur (p) menggambarkan besarnya nilai jalur hubungan antar variabel-variabel yang diteliti, sehingga dapat diketahui hubungan antara variabel yang satu dengan yang lainnya. Sedangkan Epsilon (e) berfungsi untuk menjelaskan adanya variabel lain diluar variabel bebas yang juga berpengaruh terhadap variabel terikat yang diteliti.

2. Menghitung Koefisien Jalur (p) masing-masing

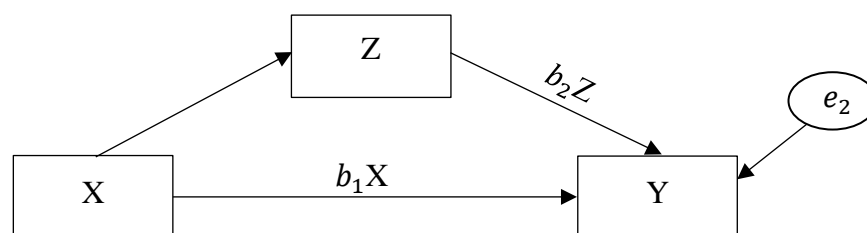
Koefisien jalur (p) didapat berdasarkan pada nilai Beta (β) dari variabel $X \rightarrow Z$, $X \rightarrow Y$ dan $Z \rightarrow Y$ yang kemudian dimasukkan ke dalam rumus masing-masing persamaan sub-struktural.

3. Membuat Persamaan Struktural

Pembuatan persamaan struktural berdasarkan pada model analisis jalur yang di buat. Berdasarkan pada penelitian ini, diperoleh dua persamaan struktural yakni pengaruh langsung dan pengaruh tidak langsung, sebagai berikut:



a. Persamaan Struktural I, $Z = a + bX + e_1$



b. Persamaan Struktural II, $Y = a + b_1X + b_2Z + e_2$

4. Membuat Tabel Hasil Analisis

Membuat Tabel difungsikan untuk mengetahui secara keseluruhan pengaruh langsung (*direct effect*) dan pengaruh tidak langsung (*indirect effect*) dan pengaruh total dari masing-masing variabel yang telah disesuaikan dengan hipotesisnya, yakni

Pengaruh langsung:

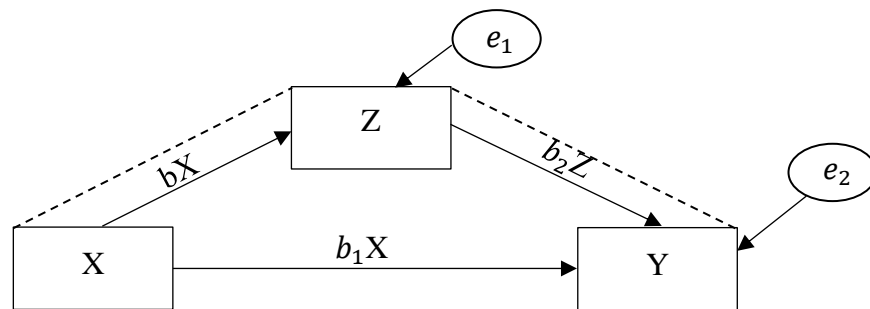
$$Z = bX + e_1 \dots \dots \dots (1)$$

$$Y = b_1X + b_2Z + e_2 \dots \dots \dots (2)$$

Pengaruh tidak langsung

$$Y = bX \times b_2Z \dots \dots \dots (3)$$

Berikut ini adalah keseluruhan bagan yang terbentuk berdasarkan pada persamaan struktural I dan II serta pengaruh langsung dan tidak langsungnya.



4.7.2.3.1 Koefisiensi Determinasi (R^2)

Koefisiensi Determinasi (R^2) bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan variabel dependen untuk mempengaruhi variabel dependen. Nilainya antara 0 dan 1 ($0 < R^2 < 1$) yang artinya, jika nilai R^2 maka kemampuan variabel independen untuk untuk menjelaskan variabel dependen amat terbatas. Jika nilai R^2 mendekati angka 1 maka terhadap hubungan yang kuat antara variabel independen terhadap variabel independen. Begitupun sebaliknya, jika nilai R^2 mendekati angka 0 maka terdapat hubungan yang lemah antara variabel independen dengan variabel dependen (Ghozali, 2011).

Tabel 3.11 Interpretasi Nilai Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00-0,19	Sangat Rendah

0,20-0,39	Redah
0,40-0,59	Cukup Kuat
0,60-0,79	Kuat
0,80-1,00	Sangat Kuat

Sumber: Sugiyono (2016)

Koefisien determinasi juga menggambarkan jika variabel independen juga memiliki kontribusi yang besar dalam mempengaruhi variabel dependen, sedangkan sisa persentasenya dijelaskan oleh variabel-variabel lain diluar variabel independen yang terkait. Menurut Marsono (2011), koefisien determinasi juga dapat digunakan untuk menghitung nilai e (epsilon) pada analisis jalur dengan rumus $\sqrt{1 - R^2}$.

3.8 Pengujian Hipotesis

Sebagai langkah akhir dari analisis data adalah pengujian hipotesis. Untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan harus diuji dengan menggunakan uji statistika yang tepat. Hipotesis penelitian akan diuji dengan mendeskripsikan hasil analisis regresi linear berganda digunakan beberapa pengujian, yaitu:

3.8.1 Uji-F (Uji Simultan)

Rumus signifikansi adalah sebagai berikut:

$$F_n = \frac{R^2 / k}{(1 - R^2) / (n - k - 1)}$$

(Sugiyono, 2008)

Keterangan:

R = Koefisien Korelasi

k = Jumlah Variabel Independen

n = Jumlah Sampel

Kriteria pengambilan keputusan untuk hipotesis yang diajukan menurut Sugiyono (2008:223) adalah:

1. Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.
2. Jika $F_{hitung} \leq F_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

Pada taraf kesalahan $\alpha = 0,1$ dengan derajat dk (n-2) serta uji satu pihak, yaitu pihak kanan. Secara statistik, hipotesis yang akan diuji dalam rangka

Ayu Debora Permatasari (2023)

PENGARUH PENGALAMAN WISATAWAN TERHADAP KEPUASAN WISATAWAN SERTA DAMPAKNYA PADA MINAT BERKUNJUNG KEMBALI DI OBJEK WISATA BELANJA DI JALAN CIHAMPELAS KOTA BANDUNG

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | ayudeborap2323@student.upi.edu

pengambilan keputusan penerima atau penolakan hipotesis dapat dirumuskan sebagai berikut:

H₄ : $H_0: \mu = 0$ artinya, tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara Pengalaman Wisatawan terhadap Minat Berkunjung Kembali Wisatawan melalui Kepuasan Wisatawan

$H_a: \mu \neq 0$ artinya, terdapat pengaruh yang signifikan antara Pengalaman Wisatawan terhadap Minat Berkunjung Kembali Wisatawan melalui Kepuasan Wisatawan

3.8.2 Uji-t (Uji Parsial)

Untuk menguji signifikansi hubungan, maka perlu diuji signifikansinya dengan menggunakan rumus signifikansi korelasi product moment sebagai berikut:

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

(Sugiyono, 2013)

Keterangan:

t = Nilai yang dihitung

r = Korelasi product moment

n = Banyaknya sampel

Kriteria pengambilan keputusan pengujian hipotesis pengaruh yang diajukan harus dicari terlebih dahulu nilai dari t_{hitung} dan dibandingkan dengan nilai dari t_{tabel} dengan taraf kesalahan $\alpha = 0,1$ dengan derajat dk (n-2) serta uji satu pihak yaitu pihak kanan, maka:

- a. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima yang artinya adanya pengaruh signifikan antara variabel independen dengan variabel dependen.
- b. Jika $t_{hitung} \leq t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak yang artinya tidak adanya pengaruh yang signifikan antara variabel independen dengan variabel dependen.

Secara statistika, hipotesis yang akan diuji dalam rangka pengambilan keputusan penerimaan atau penolakan hipotesis dapat dirumuskan sebagai berikut:

Ayu Debora Permatasari (2023)

PENGARUH PENGALAMAN WISATAWAN TERHADAP KEPUASAN WISATAWAN SERTA DAMPAKNYA PADA MINAT BERKUNJUNG KEMBALI DI OBJEK WISATA BELANJA DI JALAN CIHAMPELAS KOTA BANDUNG

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | ayudeborap2323@student.upi.edu

- H1 : $H_0: \mu = 0$ artinya, tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara Pengalaman Wisatawan terhadap Kepuasan Wisatawan
 $H_a: \mu \neq 0$ artinya, terdapat pengaruh yang signifikan antara Pengalaman Wisatawan terhadap Kepuasan Wisatawan
- H2 : $H_0: \mu = 0$ artinya, tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara Kepuasan Wisatawan terhadap Minat Berkunjung Kembali Wisatawan
 $H_a: \mu \neq 0$ artinya, terdapat pengaruh yang signifikan antara Kepuasan Wisatawan terhadap Minat Berkunjung Kembali Wisatawan
- H3 : $H_0: \mu = 0$ artinya, tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara Pengalaman Wisatawan terhadap Minat Berkunjung Kembali Wisatawan
 $H_a: \mu \neq 0$ artinya, terdapat pengaruh yang signifikan antara Pengalaman Wisatawan terhadap Minat Berkunjung Kembali Wisatawan