

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian

3.1.1 Desain Penelitian

Desain penelitian merujuk pada suatu rencana terstruktur mengenai langkah-langkah sistematis dan terarah dalam mengumpulkan, memproses, serta menganalisis data, bertujuan untuk menjalankan penelitian dengan efisiensi dan hasil yang efektif sesuai dengan sasaran yang telah ditetapkan (Moh. Pabundu Tika, 2005 dalam Mu, 2019). Penelitian ini akan menggunakan metode penelitian deskriptif verifikatif dengan pendekatan kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif ini fokus pada menguji konsep dengan mengukur variabel-variabel penelitian menggunakan angka-angka dan menganalisis data melalui pendekatan statistik. (Sugiarto, 2015). Penulis memilih pendekatan kuantitatif karena pengamatan tentang persepsi para responden dalam penelitian akan diubah menjadi nilai angka, sehingga diperlukan penerapan teknik analisis statistik untuk mengolah hasilnya. Data kuantitatif merujuk pada data yang berupa angka atau diukur dalam bentuk skor (*scoring*). Resseffendi (2010:33) menjelaskan bahwa penelitian deskriptif adalah jenis melibatkan langkah-langkah seperti observasi, wawancara, atau penggunaan angket untuk menggambarkan kondisi terkini yang berkaitan dengan permasalahan yang sedang diteliti. Dengan menggunakan metode penelitian deskriptif ini, peneliti akan menggambarkan keadaan aktual yang tengah diselidiki saat ini. Pendekatan penelitian deskriptif ini bertujuan untuk memberikan jawaban terhadap perumusan masalah yang dihadirkan dalam penelitian ini. Lalu menurut Suharsimi Arikunto, penelitian verifikatif didefinisikan sebagai penelitian yang dilakukan untuk mengetahui kebenaran dengan cara pengumpulan data di lapangan. Analisis verifikatif diperlukan untuk mengetahui hasil dan memperkuat penelitian atau menggugurkan teori dari hasil penelitian sebelumnya.

Langkah berikutnya yaitu data yang sudah didapatkan kemudian akan memasuki tahapan analisis secara struktural melalui Analisis Jalur atau *Path Analysis*. Dalam tahapan analisis tersebut akan dilakukan dengan dukungan

perangkat lunak *IBM SPSS Stastictic 26 for Windows*. Dalam tahap ini peneliti akan mengkaji hubungan terkait masing-masing variabel produk wisata yang kemudian akan dilihat pengaruhnya terhadap kepuasan pengunjung serta dampaknya terhadap loyalitas pengunjung.

Penelitian ini bertujuan untuk memahami serta mengukur bagaimana hasil dari pengaruh dari produk wisata terhadap kepuasan pengunjung serta dampaknya terhadap loyalitas pengunjung di Sari Ater *Hot Springs* Ciater Subang. Dalam penelitian ini terdapat 3 variabel yaitu produk wisata sebagai variabel bebas atau variabel *independent* (X), kepuasan pengunjung sebagai variabel mediasi atau *intervening* (Y), dan loyalitas pengunjung sebagai variabel terikat atau variabel *dependent* (Z). Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner yang berisikan pertanyaan-pertanyaan tentang pengalaman berkunjung responden ke Sari Ater *Hot Springs* Ciater Subang.

3.1.2 Operasional Variabel

Pendapat dari Suryani dan Hendryadi (2015) menjelaskan bahwa operasional merujuk pada konsep-konsep dari atribut-atribut item khusus yang dapat diamati atau diobservasi, serta gagasan yang bisa diamati dan diobservasi ini merupakan hal yang signifikan. Variabel adalah karakteristik ataupun sifat-sifat yang berhubungan dan berkaitan dengan aspek yang sedang diteliti dalam objek penelitian (Ferdinand, 2014).

Dalam penelitian ini, terdapat tiga variabel yang dioperasionalkan yaitu produk wisata (X) yang merupakan variabel *independent*, kepuasan pengunjung (Y) yang merupakan variabel *intervening*, dan loyalitas pengunjung (Z) yang merupakan variabel *dependent*

Tabel 3. 1 Operasionalisasi Variabel

Variabel	Sub Variabel	Indikator	Skala	No. Item
Produk Wisata (X) (Middleton 2001:124)	<i>Attraction</i>	Atraksi wisata yang ada di Sari Ater harus menarik dan memiliki keunikan tersendiri	Ordinal	1
		Atraksi yang ada di Sari Ater sesuai dengan keinginan dan kebutuhan pengunjung.	Ordinal	2

		Atraksi yang ada selalu dapat dinikmati oleh pengunjung	Ordinal	3
		Atraksi yang ada harus memiliki nilai keindahan	Ordinal	4
	Amenitas/ Fasilitas	Fasilitas yang ada di kawasan Sari Ater berfungsi secara optimal	Ordinal	5
		Fasilitas yang ada di Sari Ater sudah memenuhi kebutuhan dan keinginan pengunjung	Ordinal	6
		Fasilitas yang ada di Sari Ater terjaga dan terawat sehingga seluruh fasilitas dapat digunakan oleh pengunjung	Ordinal	7
		Fasilitas yang ada di Sari Ater tersusun dengan baik dan teratur sehingga menarik untuk dilihat pengunjung	Ordinal	8
	Aksesibilitas	Aksesibilitas yang ada mudah untuk dijangkau oleh pengunjung	Ordinal	9
		Aksesibilitas yang ada sesuai dengan kebutuhan dan keinginan pengunjung	Ordinal	10
		Aksesibilitas yang ada dalam kondisi terawat dengan baik dan dapat selalu digunakan oleh pengunjung	Ordinal	11
		Aksesibilitas menuju kawasan Sari Ater menyajikan pemandangan yang indah sehingga menarik untuk dilihat oleh pengunjung	Ordinal	12
Kepuasan Pengunjung (Y) (Lupiyoadi, 2006)	<i>Product Quality</i>	Kualitas atraksi wisata di kawasan Sari Ater sudah sesuai atau bahkan melebihi harapan pengunjung	Ordinal	13
		Kualitas fasilitas di kawasan Sari Ater sudah sesuai atau bahkan melebihi harapan pengunjung	Ordinal	14

		Kualitas aksesibilitas di kawasan Sari Ater sudah sesuai atau bahkan melebihi harapan pengunjung	Ordinal	15
	<i>Service Quality</i>	Kualitas pelayanan yang diberikan pengelola Sari Ater sudah sesuai dengan harapan pengunjung	Ordinal	16
		Pengelola Sari Ater memudahkan pengunjung untuk mendapatkan segala informasi mengenai kawasan tersebut	Ordinal	17
	<i>Emotional</i>	Saya merasa puas setelah mengunjungi obyek wisata Sari Ater <i>Hot Springs Ciater</i> Subang	Ordinal	18
		Saya merasa bangga setelah mengunjungi obyek wisata Sari Ater <i>Hot Springs Ciater</i> Subang	Ordinal	19
	<i>Price</i>	Harga tiket untuk menikmati kawasan Sari Ater ini sudah sesuai dengan harapan pengunjung	Ordinal	20
		Harga tiket yang diberikan pengelola sesuai dengan aktivitas dan fasilitas yang didapatkan oleh pengunjung	Ordinal	21
	<i>Cost</i>	Biaya keseluruhan yang dikeluarkan oleh pengunjung sesuai dengan harapan pengunjung	Ordinal	22
		Pengalaman yang didapatkan pengunjung sesuai dengan biaya yang dikeluarkan	Ordinal	23
Loyalitas Pengunjung (Z) (Kotler 2006:57)	<i>Repeat</i>	Keinginan pengunjung untuk berkunjung kembali ke Sari Ater di masa mendatang	Ordinal	24
		Bersedia menjadikan Sari Ater sebagai pilihan utama untuk berwisata		25
	<i>Retention</i>	Bersedia tidak tertarik untuk mengunjungi wisata pemandian air panas lain yang serupa	Ordinal	26

		Bersedia menjadikan Sari Ater sebagai wisata pemandian air panas yang lebih menarik daripada yang lain.	Ordinal	27
	<i>Referral</i>	Bersedia akan merekomendasikan Sari Ater <i>Hot Springs</i> Ciater kepada teman atau kerabat sebagai tujuan berwisata.	Ordinal	28
		Bersedia untuk memberikan kritik dan saran kepada pihak pengelola Sari Ater apabila ada kekurangan terkait produk dan jasa yang diberikan.	Ordinal	29

Sumber: Diolah Peneliti (2023)

3.2 Lokasi Penelitian

Lokasi atau tempat yang dipilih dalam penelitian ini yaitu wisata alam berupa pemandian air panas yang cukup populer dikalangan wisatawan lokal maupun mancanegara, Obyek wisata pemandian air panas ini bernama Sari Ater *Hot Springs* Ciater Subang atau lebih dikenal dengan nama pemandian air panas Ciater. Berlokasi di kaki gunung tangkuban perahu Jalan Raya Ciater, Kecamatan Ciater, Kabupaten Subang, Jawa Barat 41281. Ini adalah salah satu destinasi wisata yang sangat dicari oleh wisatawan dari berbagai wilayah Indonesia, terutama oleh orang-orang dari Jawa Barat. Pengunjung yang datang ke tempat ini memiliki kesempatan untuk menikmati mata air panas yang berasal dari kawah aktif gunung Tangkuban Perahu, yang terletak tidak jauh dari area Sari Ater.

3.3 Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling

3.3.1 Populasi

Populasi menurut Sugiyono (2001) merupakan suatu wilayah tergeneralisasi dan terdiri dari obyek yang mempunyai ciri khusus sesuai dengan apa yang sudah ditentukan oleh peneliti dan kemudian memasuki tahapan penelitian serta tahapan pengambilan kesimpulan. Pada penelitian ini populasi yang diambil adalah pengunjung obyek wisata Sari Ater *Hot Springs* Ciater yang sudah melakukan kunjungan wisatanya pada tahun 2018-2022 yaitu sebanyak 4.851.653 jiwa. Maka jumlah populasi dalam penelitian ini adalah 4.851.653 jiwa.

3.3.2 Sampel

Sesuai dengan Sugiyono, (2013:81) sampel ini merujuk pada sebagian dari jumlah dan karakteristik populasi. Penggunaan sampel itu menjadi penting karena sulitnya melakukan analisis kepada seluruh populasi yang berukuran besar. Hal ini juga disebabkan oleh batasan sumber daya manusia, kendala finansial atau dana, serta juga keterbatasan waktu dalam melakukan penelitian. Sebagai solusinya, peneliti dapat mewakili seluruh populasi melalui sampel yang telah diambil, sehingga bagian yang diambil tersebut dapat mencerminkan karakteristik keseluruhan yang sedang diteliti.

Penelitian ini mengambil sampel yaitu sebagian pengunjung Sari Ater *Hot Springs* Ciater. Dalam penelitian ini, digunakan suatu metode untuk menentukan jumlah sampel dengan menggunakan rumus yang simpel, guna menghitung besaran sampel yang diperlukan. Rumus ini telah dikembangkan oleh Tabachnick dan Fidell (2013), dan rumus yang digunakan untuk perhitungan tersebut adalah sebagai berikut:

$$N \geq 50 + 8 \cdot m$$

Keterangan:

N = Jumlah populasi

m = Jumlah variabel *independent*

Penelitian ini mengikuti rumus Tabachnic dan Fidell (2013) untuk mengukur sampel dalam penelitian ini. Berdasarkan rumus tersebut, maka jumlah sampel yang dibutuhkan dalam penelitian ini dapat dihitung sebagai berikut:

$$N \geq 50 + 8 \cdot m$$

$$N \geq 50 + 8 \cdot 8$$

$$N \geq 50 + 64$$

$$N \geq 114$$

Hasil perhitungan dengan rumus di atas menunjukkan jumlah sampel minimum untuk digunakan pada penelitian ini yaitu ≥ 114 yang artinya jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak minimal 114 responden.

Menurut Ferdinand (2002) sampel yang baik adalah minimal 100 dan maksimal 200, maka dari itu dalam penelitian ini penulis mengambil jumlah 150 responden sesuai dengan hasil perhitungan menggunakan rumus Tabachnic dan

Fidell (2013) serta mengambil jumlah diantara minimal dan maksimal responden menurut Ferdinand (2002). Responden yang akan dijadikan sampel yaitu individu yang sudah pernah melakukan kunjungan wisatanya ke Sari Ater *Hot Springs* Ciater 1-2 kali ataupun lebih.

3.3.3 Teknik Sampling

Sugioyono (2017) menjelaskan bahwa teknik sampling merujuk pada metode yang diterapkan untuk mengambil sampel dan memilih sampel yang akan diambil dalam suatu penelitian. Ada beberapa teknik sampling yang tersedia. Untuk melakukan penelitian ini, lokasi yang dipilih adalah tempat wisata alam. Menurut Sugioyono (2017), *non-probability sampling* adalah sampling teknik yang tidak memberikan kesempatan yang sama kepada setiap elemen atau individu dalam populasi untuk diambil sebagai sampel. Jenis sampling seperti *accidental*, *quota*, *purposive*, *saturated*, dan *snowball* termasuk dalam kategori ini.

Berdasarkan jenis teknik *Non Probability Sampling* tersebut, maka peneliti memilih teknik sampling *purposive sampling* sebagai teknik sampling yang akan digunakan dalam penelitian ini. Menurut Sugiyono (2018) *Purposive sampling* merujuk pada pengambilan sampel yang dilakukan berdasarkan pertimbangan tertentu yang sesuai dengan kriteria yang diinginkan, dengan tujuan untuk menentukan ukuran sampel yang akan diselidiki. Oleh sebab itu, *purposive sampling* dalam penelitian ini hanya mencakup mereka yang pernah berkunjung dan menikmati produk wisata di Sari Ater *Hot Springs* Ciater Subang.

3.4 Instrument Penelitian

Instrumen penelitian merupakan perangkat yang digunakan untuk mengukur fenomena yang diamati baik itu fenomena alam ataupun sosial (Sugiyono, 2012). Tahapan pada penelitian ini, Peneliti pertama-tama mengakses informasi dan mengumpulkan data yang diperlukan melalui studi literatur dengan mencari data dan materi terkait melalui buku-buku, dan artikel jurnal terkait.

Langkah berikutnya melibatkan penentuan populasi dan sampel oleh peneliti, serta penyusunan kuesioner sebagai alat penelitian. Dalam penelitian ini, kuesioner yang dibuat memiliki format di mana responden diminta memberikan tanggapan mereka terhadap pernyataan yang dinilai dengan skala *Likert*. Menurut Sarwono (2006), skala *Likert* digunakan untuk mengukur pandangan, sikap, dan persepsi

individu atau kelompok mengenai aspek sosial tertentu. Untuk melakukan penelitian ini, kuesioner diberikan kepada responden. Penyebaran kuesioner dilaksanakan secara online dan offline, dengan menggunakan platform media sosial seperti Instagram melalui direct message kepada akun-akun yang pernah mengunjungi tempat tersebut, dengan merujuk pada ulasan Google, dan juga dengan mendistribusikan langsung di lokasi wisata dalam bentuk formulir Google. Setelah kuesioner selesai diisi oleh responden, data yang terkumpul akan diolah dan dianalisis dengan menggunakan teknik analisis statistik.

Daftar pertanyaan yang disediakan telah dilengkapi dengan opsi jawaban yang memungkinkan responden untuk memilih salah satu sesuai dengan pandangannya. Instrumen penelitian ini memanfaatkan skala likert dengan tingkat nilai yang mencakup dari ekstrem positif hingga ekstrem negatif. Skala likert ini mengadopsi lima opsi pilihan, mulai dari (1) sangat tidak setuju hingga (5) sangat setuju dalam pengukurannya.

Tabel 3. 2 Skala Likert

No	Pernyataan	Tolak Ukur
1.	Sangat Setuju	5
2.	Setuju	4
3.	Cukup Setuju	3
4.	Tidak Setuju	2
5.	Sangat Tidak Setuju	1

Sumber : Sugiyono (2011:94)

3.5 Jenis dan Sumber Data

Subjek yang menjadi fokus penelitian ini menjadi sumber informasi. Dalam konteks ini, bahan yang diperoleh dari peserta penelitian menjadi sumber informasi, tergantung pada metode pengumpulan data seperti kuesioner atau wawancara. Ketika metode observasi digunakan dalam penelitian, sumber informasi bisa berupa objek, pergerakan, atau proses. Data dalam penelitian dapat dibedakan menjadi dua jenis berdasarkan sumbernya, yakni data primer dan sekunder.

1. Data Primer

Menurut Husein Umar (2013:42) data primer merujuk kepada informasi yang diperoleh langsung dari sumber awal, entah itu berasal dari individu maupun

kelompok. Contohnya adalah hasil interaksi wawancara atau hasil pengisian kuesioner yang umumnya dilakukan oleh peneliti.

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan hasil pemrosesan lebih lanjut dari data primer yang dapat diwujudkan dalam bentuk tabel atau diagram. Dalam perspektif Husein Umar (2013:42), data sekunder merujuk pada data primer yang telah melalui proses pengolahan tambahan dan kemudian disajikan oleh entitas yang mengumpulkan data primer atau oleh pihak lain, misalnya dalam format tabel atau diagram. Contoh konkretnya mencakup informasi yang ditemukan dalam laporan data, statistik, atau penelitian sebelumnya.

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Langkah dalam mendapatkan data yang diperlukan dalam penelitian. Sebagaimana dikemukakan oleh Sugiyono (2010), terdapat dua faktor utama yang berpotensi mempengaruhi kualitas hasil data dalam penelitian. Yang pertama adalah kualitas instrumen yang digunakan, sementara yang kedua adalah kualitas proses pengumpulan data. Kualitas instrumen penelitian berkaitan dengan sejauh mana hasilnya valid dan dapat diandalkan, sementara kualitas pengumpulan data berkaitan dengan apakah teknik yang diterapkan telah tepat. Dalam penelitian ini, peneliti telah memilih tiga teknik pengumpulan data yang akan digunakan, yaitu:

1. Observasi

Observasi adalah pendekatan pengumpulan data primer yang mengamati perilaku manusia dan aktivitas bisnis tanpa melibatkan pertanyaan atau interaksi langsung dengan individu yang sedang diamati. Proses observasi melibatkan pengamatan secara langsung terhadap objek penelitian, yaitu Sari Ater *Hot Springs* Ciater khususnya mengenai Produk Wisata.

2. Kuesioner

Kuesioner Kuesioner merupakan metode utama dalam mengumpulkan data primer. Kuesioner merujuk kepada teknik pengumpulan data di mana responden diminta untuk memberikan jawaban terhadap serangkaian pertanyaan atau pernyataan tertulis. Dalam penelitian ini, digunakan kuesioner berjenis tertutup, di mana opsi jawaban telah disediakan, memungkinkan responden untuk memilih jawaban yang paling sesuai dengan

pandangan mereka. Kelebihan kuesioner meliputi fleksibilitas dalam penyampaian, distribusi efisien kepada banyak responden secara bersamaan, kemampuan bagi responden untuk menjawab sesuai dengan ritme pribadi mereka, serta penyesuaian terhadap perasaan, waktu luang, dan preferensi responden. Selain itu, kuesioner dapat dibakukan sehingga semua responden mendapatkan pertanyaan yang sama. Kelompok responden yang berperan sebagai sampel dalam studi ini adalah pengunjung Sari Ater *Hot Springs* Ciater

3. Studi *Literatur*

Studi *literatur* merupakan teknik pengumpulan data sekunder. Dalam tahapan studi *literatur* penulis mempelajari buku atau jurnal yang berhubungan dengan topik penelitian ini. Hal ini bertujuan untuk mendapatkan informasi-informasi mengenai teori yang relevan dengan penelitian yang sedang diteliti dan mencari konsep-konsep pada penelitian mengenai variabel yang diteliti yaitu produk wisata, kepuasan pengunjung, dan loyalitas pengunjung.

3.7 Uji Validitas dan Reabilitas

3.7.1 Uji Validitas

Sugiyono menyatakan bahwa validitas item diuji melalui analisis item, yang melibatkan perhitungan korelasi antara skor masing-masing elemen pertanyaan dengan skor totalnya, dengan syarat minimal korelasi $r=0,3$ untuk mengkonfirmasi validitas dan keandalan elemen pertanyaan tersebut (Sugiyono, 2013). Alat ukur yang valid berarti instrumen yang digunakan untuk mengumpulkan data itu memiliki keabsahan, yang artinya instrumen tersebut dapat mengukur tujuan yang dimaksud. Proses pengujian validitas item melibatkan sekitar 30 individu sebagai sampel. Analisis validitas item juga didukung oleh perangkat lunak IBM SPSS Statistic 26 for Windows. Dengan demikian, jika ada item dengan korelasi di bawah 0,30, item tersebut dihapus, sehingga hanya item dengan korelasi di atas 0,30 yang dimasukkan ke dalam alat tes. Semakin tinggi korelasi mendekati nilai satu (1,00), semakin konsisten atau valid instrumen tersebut (Sugiyono, 2013, halaman 178). Dalam analisis data, peneliti menggunakan perangkat lunak IBM SPSS Statistic 26 for Windows.

Rumus yang diterapkan untuk mengukur validitas instrumen adalah rumus korelasi *product moment* dari *Pearson*, yang dapat dinyatakan sebagai berikut:

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

Keterangan :

r_{xy} = Koefisien korelasi *Pearson Product Moment*

n = Jumlah sampel

$\sum x$ = Jumlah nilai variabel X

$\sum y$ = Jumlah nilai variabel Y

$\sum xi^2$ = Jumlah kuadrat variabel X

$\sum yi^2$ = Jumlah kuadrat variabel Y

Adapun kriteria untuk memenuhi data yang valid adalah

1. Jika $R_{hitung} \geq R_{tabel}$, maka pertanyaan dinyatakan valid
2. Jika $R_{hitung} < R_{tabel}$, maka pertanyaan dinyatakan tidak valid

Pengujian validitas dilakukan melalui penyebaran kuesioner yang didalamnya mencakup variabel produk wisata (X), tingkat kepuasan pengunjung (Y), dan tingkat loyalitas pengunjung (Z). Apabila hasil pengujian mengindikasikan bahwa pernyataan dalam kuesioner tidak memiliki validitas, langkah perbaikan dan ulang uji coba akan diambil dengan melibatkan 30 responden sebagai sampel dalam pilot test. Pemilihan jumlah sampel ini berdasarkan pertimbangan yang sesuai. Pandangan ini sejalan dengan pandangan (Amalia, 2018), menyatakan disarankan bahwa untuk percobaan kuesioner, jumlah minimum responden yang diperlukan adalah 30 orang. Dengan melibatkan setidaknya 30 individu, distribusi nilai akan lebih mendekati bentuk kurva normal. Selanjutnya, data diolah menggunakan perangkat lunak SPSS versi 26. Proses uji validitas dilakukan dengan membandingkan antara korelasi r hitung dan nilai r tabel, yang dalam kasus ini bernilai 0,361. Jika nilai r hitung lebih besar dari nilai r tabel, maka pernyataan dianggap memiliki validitas. Berikut ini adalah hasil uji validitas tiga variabel:

Tabel 3. 3 Hasil Uji Validitas

No	Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Produk Wisata (X)				
1.	Menurut saya, Atraksi wisata yang ada di Sari Ater menarik dan memiliki keunikan tersendiri.	0,547	0,361	Valid
2.	Menurut saya, atraksi wisata yang ada di Sari Ater sesuai dengan kebutuhan dan keinginan Pengunjung.	0,606	0,361	Valid
3.	Menurut saya, atraksi wisata yang ada di Sari Ater selalu dapat dinikmati oleh pengunjung.	0,538	0,361	Valid
4.	Menurut saya, atraksi wisata yang ada di Sari Ater memiliki nilai keindahan yang tinggi.	0,650	0,361	Valid
5.	Menurut saya, fasilitas yang ada di Sari Ater berfungsi secara optimal.	0,435	0,361	Valid
6.	Menurut saya, fasilitas yang ada di Sari Ater sudah memenuhi kebutuhan dan keinginan Pengunjung.	0,536	0,361	Valid
7.	Menurut saya, fasilitas yang ada di Sari Ater terjaga dan terawat sehingga seluruh fasilitas dapat digunakan oleh pengunjung.	0,720	0,361	Valid
8.	Menurut saya, fasilitas di kawasan Sari Ater sudah memiliki desain dan penempatan yang baik sehingga menarik untuk dilihat oleh pengunjung.	0,561	0,361	Valid
9.	Menurut saya, lokasi kawasan Sari Ater mudah untuk dijangkau oleh pengunjung .	0,667	0,361	Valid

10.	Menurut saya, akses menuju masing-masing atraksi wisata di dalam kawasan Sari Ater sudah sesuai dengan kebutuhan dan keinginan pengunjung.	0,784	0,361	Valid
11.	Menurut saya, kondisi jalan di area kawasan Sari Ater dalam keadaan terawat dengan baik dan dapat selalu digunakan oleh pengunjung.	0,661	0,361	Valid
12.	Menurut saya, aksesibilitas kawasan sari ater menyajikan pemandangan yang indah sehingga menarik untuk dilihat oleh pengunjung.	0,546	0,361	Valid
Kepuasan Pengunjung (Y)				
13.	Saya merasa bahwa kualitas atraksi wisata yang ada di kawasan Sari Ater sudah sesuai dan bahkan melebihi harapan saya.	0,529	0,361	Valid
14.	Saya merasa bahwa kualitas fasilitas yang ada di kawasan Sari Ater sudah sesuai dan bahkan melebihi harapan saya.	0,599	0,361	Valid
15.	Saya merasa bahwa kualitas aksesibilitas yang ada di kawasan Sari Ater sudah sesuai dan bahkan melebihi harapan saya.	0,610	0,361	Valid
16.	Saya merasa bahwa pihak pengelola kawasan Sari Ater sudah memberikan kualitas pelayanan sesuai dengan harapan saya.	0,681	0,361	Valid
17.	Saya merasa pihak pengelola Sari Ater memudahkan saya untuk mendapatkan segala informasi mengenai kawasan Sari Ater.	0,668	0,361	Valid
18.	Saya merasa bangga setelah saya mengunjungi obyek wisata Sari Ater <i>Hot Springs</i> Ciater Subang.	0,621	0,361	Valid

19.	Saya merasa puas setelah saya mengunjungi obyek wisata Sari Ater karena Sari Ater memiliki kesan tersendiri bagi saya.	0,409	0,361	Valid
20.	Menurut saya, harga tiket untuk menikmati kawasan Sari Ater sudah sesuai dengan harapan saya.	0,734	0,361	Valid
21.	Menurut saya, harga tiket yang diberikan sesuai dengan fasilitas dan aktivitas wisata yang saya dapatkan.	0,842	0,361	Valid
22.	Saya merasa bahwa biaya keseluruhan yang saya keluarkan untuk menikmati kawasan Sari Ater sudah sesuai dengan harapan saya.	0,794	0,361	Valid
23.	Saya merasa bahwa biaya yang saya keluarkan sesuai dengan pengalaman berwisata yang saya dapatkan selama berkunjung ke Sari Ater	0,850	0,361	Valid
Loyalitas Pengunjung (Z)				
24.	Saya merasa bahwa saya ingin berkunjung kembali ke Sari Ater <i>Hot Springs</i> Ciater Subang di masa mendatang	0,732	0,361	Valid
25.	Saya merasa akan menjadikan Sari Ater sebagai pilihan utama saya untuk berwisata selain wisata alam lainnya	0,776	0,361	Valid
26.	Saya merasa tidak tertarik untuk mengunjungi wisata pemandian air panas lain yang serupa kecuali Sari Ater <i>Hot Springs</i> Ciater	0,774	0,361	Valid
27.	Saya merasa Sari Ater <i>Hot Springs</i> Ciater lebih menarik daripada pemandian air panas yang lain	0,784	0,361	Valid
28.	Saya merasa akan merekomendasikan Sari Ater <i>Hot Springs</i> Ciater kepada teman atau kerabat sebagai tujuan untuk berwisata	0,725	0,361	Valid

29.	Saya bersedia untuk memberikan kritik dan saran kepada pihak pengelola Sari Ater <i>Hot Springs</i> Ciater apabila ada kekurangan terkait produk dan jasa yang diberikan.	0,674	0,361	Valid
-----	---	-------	-------	-------

Sumber: Diolah Peneliti (2023)

Berdasarkan hasil yang terdapat pada Tabel 3.3, ditemukan bahwa hasil pengujian validitas variabel-variabel seperti produk wisata, kepuasan pengunjung, dan loyalitas wisatawan menghasilkan nilai R hitung yang melebihi nilai R tabel ($r_{hitung} > r_{tabel}$). Fakta ini mengindikasikan bahwa instrumen pengukuran yang digunakan memiliki validitas yang terbukti. Validitas yang terpenuhi menggambarkan bahwa instrumen yang dianalisis memiliki konsistensi yang baik. Penggunaan instrumen yang valid dalam proses pengumpulan data penelitian memiliki kepentingan besar, karena mampu menghasilkan kesimpulan yang sesuai dengan situasi yang sesungguhnya. Oleh karena itu, dalam penelitian ini, peneliti akan memilih untuk mengadopsi sebanyak 29 pertanyaan yang telah terbukti valid dan telah dinilai pantas untuk digunakan.

3.7.2 Uji Reliabilitas

Setelah kuesioner penelitian berhasil teruji valid, tindak lanjutnya adalah melaksanakan pengujian reliabilitas. Seperti yang dijelaskan oleh Amanda et al (2019), uji reliabilitas mengukur sejauh mana hasil pengukuran dapat diandalkan. Tujuan uji reliabilitas adalah untuk menilai konsistensi instrumen saat diujikan lebih dari satu kali atau dalam berbagai kesempatan. Dalam rangka penelitian ini, metode Formula *Alpha Cronbach* diterapkan untuk melakukan uji reliabilitas. Formula *Alpha Cronbach* digunakan untuk mengukur reliabilitas instrumen yang memiliki skor yang bukan hanya 1 atau 0, seperti halnya angket atau pertanyaan dengan format uraian. Keandalan instrumen dianggap memadai jika memiliki nilai koefisien Cronbach Alpha yang memenuhi syarat. Dalam hal ini, untuk menilai reliabilitas tiap item, penelitian ini menggunakan *Cronbach Alpha* dengan bantuan program SPSS 26, di mana kuesioner akan dianggap reliabel jika nilai *Cronbach Alpha* lebih besar dari 0.70, sesuai dengan pandangan (Sekaran & Bougie 2017). Rumus yang digunakan untuk menghitung *Cronbach Alpha* adalah sebagai berikut:

$$r = \left[\frac{k}{(k-1)} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma^2 b}{\sigma^2 t} \right]$$

Keterangan :

R = reliabilitas instrumen

K = jumlah item pertanyaan

$\sum \sigma^2 b$ = jumlah semua variabel

$\sum \sigma^2 t$ = varian total

Penghitungan reliabilitas dari setiap item instrument dalam penelitian ini dibantu dengan menggunakan program *SPSS (Statistical Product for Service Solution) versi 26 for window*. Dasar pengambilan keputusan dalam uji reabilitas menggunakan ketentuan sebagai berikut.

1. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ atau 0,7 maka instrumen tersebut dinyatakan reliabel.
2. Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ atau 0,7 maka instrumen tersebut dinyatakan tidak reliabel.

Dalam penelitian ini, langkah-langkah yang dijalankan untuk menjalankan proses pengujian reliabilitas pada variabel produk wisata (X), kepuasan pengunjung (Y), dan loyalitas pengunjung (Z), memanfaatkan perangkat lunak SPSS versi 26 for Windows. Proses pengujian reliabilitas dilakukan dengan menghitung koefisien reliabilitas pada setiap pernyataan yang ada di setiap variabel. Untuk memastikan bahwa kuesioner telah menghasilkan data yang konsisten, diperlukan bahwa nilai Cronbach's alpha melebihi angka 0,70. Jika ternyata nilai Cronbach's alpha berada di bawah 0,70, atau bahkan memiliki nilai negatif, langkah perbaikan diperlukan. Ini mungkin melibatkan penyesuaian kuesioner serta pengujian validitas dan reliabilitas melalui tahap uji coba (pilot test) yang melibatkan 30 responden. Kondisi ini muncul karena kuesioner dianggap tidak dapat diandalkan. Dalam kerangka penelitian ini, peneliti memilih untuk memanfaatkan aplikasi SPSS versi 26 for Windows dalam melakukan analisis jalur terhadap data yang terkumpul guna menguji struktur variabel-variabel tersebut. Metode yang diadopsi untuk mengukur reliabilitas adalah melalui penggunaan metode Cronbach's alpha, dengan penerapannya dilakukan melalui perangkat lunak SPSS versi 26 for Windows.

Tabel 3. 4 Hasil Uji Reabilitas

No	Variabel	No Item	C α hitung	C α minimal	Kesimpulan
1.	Produk wisata (X)	12	0,842	0,70	Realibel
2.	Kepuasan Pengunjung (Y)	11	0,872	0,70	Realibel
3.	Loyalitas Pengunjung (Z)	6	0,836	0,70	Realibel

Sumber: Diolah peneliti (2023)

Berdasarkan tabel 3.4, hasil evaluasi reliabilitas menunjukkan bahwa variabel produk wisata (X), kepuasan pengunjung (Y), dan loyalitas pengunjung (Z) menunjukkan tingkat reliabilitas yang memadai. Bukti ini tercermin dari nilai-nilai Cronbach's alpha yang melebihi angka 0,70, yakni sebesar 0,842 untuk variabel X, 0,872 untuk variabel Y, dan 0,836 untuk variabel Z. Oleh karena itu, dapat disarankan bahwa total dari 29 pernyataan dalam kuesioner dapat dianggap memiliki tingkat kepercayaan yang tinggi terhadap keakuratan dan konsistensinya. Fakta ini menunjukkan bahwa instrumen yang dipergunakan dalam studi ini memiliki tingkat kredibilitas yang signifikan, sehingga data yang dihimpun mampu mewakili fenomena yang sedang diteliti dengan baik dan tepat.

3.8 Teknik Analisis Data

3.8.1 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif merupakan suatu bentuk analisis yang bertujuan untuk menguraikan kejadian, fenomena, dan variabel menjadi bentuk deskripsi yang memberikan informasi tentang hasil-hasil yang telah ditemukan oleh peneliti (Sugiyono 2017). Pada konteks penelitian ini, fokus dibahas mengenai dampak dari Produk Wisata Sari Ater Hot Springs Ciater terhadap tingkat kepuasan pengunjung dan akibatnya pada tingkat loyalitas pengunjung. Dalam rangka penelitian ini, pendekatan analisis deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran rinci mengenai variabel-variabel yang muncul dalam hasil penelitian ini, yang meliputi, antara lain:

- a) Analisis deskriptif mengenai tanggapan pengunjung mengenai Produk wisata Sari Ater *Hot Springs* Ciater
- b) Analisis deskriptif mengenai tanggapan pengunjung mengenai kepuasan di Sari Ater *Hot Springs* Ciater

- c) Analisis deskriptif mengenai tanggapan pengunjung mengenai loyalitas wisatawan di Sari Ater *Hot Springs Ciater*

Guna memahami respons tersebut, dapat dianalisis melalui penerapan garis kontinum. Garis kontinum adalah sebuah garis yang dipakai untuk merinci, memproyeksikan, dan menguji intensitas variabel penelitian dan kemudian ditempatkan dalam rentang interval, yang dapat dihitung dengan menggunakan rumus berikut ini:

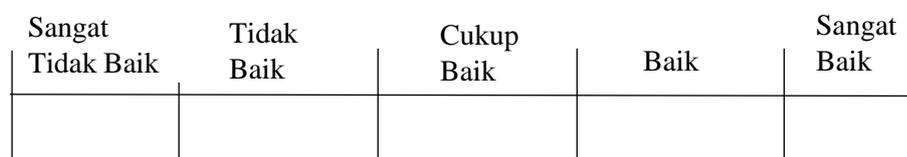
$$\text{Jarak Interval} = \frac{\text{Nilai Indeks Maksimum} - \text{Nilai Indeks Minimum}}{\sum \text{Kriteria Jawaban}}$$

Adapun nilai indeks maksimum dan minimum ditentukan melalui persamaan berikut.

Nilai Indeks Maksimum = Skor Interval Maksimum \times Jumlah Item \times Jumlah Responden

Nilai Indeks Minimum = Skor Interval Minimum \times Jumlah Item \times Jumlah Responden

Sehingga dapat ditentukan kategori skala pada garis kontinum sebagai berikut.



Gambar 3. 1 Garis Kontinum

Sumber: Sugiyono (2017)

Analisis deskriptif yang digunakan pada penelitian ini untuk mendeskripsikan jawaban yang tercantum di rumusan masalah pada nomor 1,2, dan 3, yaitu diantaranya:

1. Tingkat Kualitas Produk Wisata di Sari Ater *Hot Springs Ciater* Subang
2. Tingkat Kepuasan Pengunjung di Sari Ater *Hot Springs Ciater* Subang
3. Tingkat Loyalitas Pengunjung di Sari Ater *Hot Springs Ciater* Subang

3.8.2 Analisis Verifikatif

Analisis verifikatif merupakan pendekatan analisis yang memiliki tujuan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan sebelumnya oleh peneliti melalui

penerapan perhitungan statistik. Analisis verifikatif bertujuan untuk memahami gambaran mengenai bagaimana variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat. Dalam konteks penelitian ini, pendekatan verifikatif yang digunakan adalah analisis jalur (*path analysis*). Pendekatan analisis ini dimanfaatkan untuk mengidentifikasi pengaruh yang bersifat langsung maupun tidak langsung dari variabel bebas terhadap variabel terikat (Alma, 2012). Pada bagian pelaksanaan variabel, dijelaskan bahwa studi ini mengadopsi skala ordinal dalam pengumpulan datanya. Namun, karena analisis jalur mengharuskan data dalam bentuk interval, maka perlu dilakukan konversi data ordinal yang terkumpul menjadi data interval. Adapun cara untuk mengatasi hal ini adalah melalui penerapan alat yang dikenal sebagai *Method Success Interval* (MSI). Metode ini berfungsi untuk mengubah data ordinal menjadi data interval dengan tujuan untuk mengatribusikan nilai numerik kepada setiap tingkat ordinal.

3.8.3 Method Success Interval (MSI)

Tahapan-tahapan transformasi data ini mengacu pada (Rasyid.A, 1994) dan dapat didefinisikan sebagai berikut:

1. Mengkomputasi frekuensi (f) masing-masing alternatif jawaban berdasarkan tanggapan yang diberikan oleh responden pada tiap pertanyaan.
2. Berdasarkan frekuensi yang tercatat pada setiap pertanyaan, langkah selanjutnya adalah melakukan perhitungan proporsi (ρ) untuk tiap alternatif jawaban. Ini dilakukan dengan membagi frekuensi dengan total jumlah responden.
3. Menggunakan proporsi yang dihitung, tindakan berikutnya melibatkan perhitungan proporsi kumulatif untuk setiap alternatif jawaban.
4. Menetapkan nilai ambang Z (dalam tabel normal) untuk masing-masing alternatif jawaban pertanyaan. Sementara itu, nilai skala interval rata-rata (scale value) untuk tiap alternatif jawaban dapat ditentukan melalui persamaan sebagai berikut:

$$\text{Scale} = \frac{(\text{Density at lower limit}) - (\text{Density at upper limit})}{(\text{Area below upper limit}) - (\text{Area below lower limit})}$$

5. Melakukan perhitungan untuk mendapatkan nilai hasil transformasi dari setiap alternatif jawaban dengan menggunakan rumusan persamaan berikut:

$$\text{Nilai hasil transformasi : } score = scale\ value\ minimum + 1$$

3.9 Uji Asumsi Klasik

Dalam penelitian ini, asumsi klasik diuji untuk mengevaluasi kesesuaian data dengan model statistik yang diterapkan. Salah satu pemeriksaan asumsi klasik adalah uji normalitas, yang bertujuan untuk mengetahui apakah data yang dikumpulkan mengikuti distribusi normal.

3.9.1 Uji Normalitas

Uji normalitas dilaksanakan dengan tujuan untuk mengidentifikasi apakah data memiliki pola distribusi normal atau tidak. Dalam kerangka penelitian ini, metode Kolmogorov-Smirnov digunakan sebagai teknik pengujian. Metode ini merupakan pendekatan yang umum dipakai untuk menguji normalitas, dan memiliki keuntungan dalam kesederhanaan serta mengurangi variasi persepsi antara pengamat yang berbeda. Dasar yang digunakan dalam pengambilan keputusan terkait uji normalitas adalah:

- a) Jika nilai sig. (*p-value*) > 0,05 maka dapat dinyatakan data berdistribusi normal.
- b) Jika nilai sig. (*p-value*) < 0,05 maka dapat dinyatakan data tidak berdistribusi normal.

3.9.2 Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinieritas dimanfaatkan untuk mengidentifikasi apakah terdapat pelanggaran pada asumsi klasik mengenai multikolinieritas, yaitu terdapatnya hubungan linier di antara variabel-variabel. Tujuan dari uji multikolinieritas adalah untuk menguji apakah model regresi menunjukkan adanya korelasi di antara variabel bebas. Dasar yang digunakan untuk mengambil keputusan terkait uji multikolinieritas dapat diimplementasikan melalui:

- a. Nilai tolerance:
 1. Apabila nilai *tolerance* lebih dari 0, 10, maka data dalam penelitian tidak terjadi multikolonieritas.

2. Jika nilai *tolerance* kurang dari 0,10, maka data dalam penelitian terjadi multikolonieritas.
- b. Nilai VIF (*Variance Inflation Factor*)
1. Apabila nilai VIF lebih dari 10,00 maka data dalam penelitian terjadi multikolonieritas.
 2. Jika nilai VIF kurang dari 10,00 maka data dalam penelitian tidak terjadi multikolonieritas.

3.9.3 Uji Heteroskedastisitas

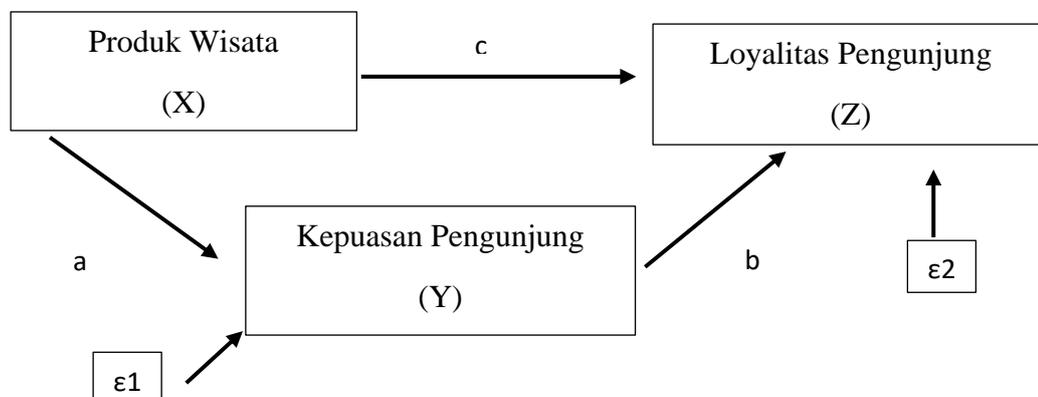
Uji Heteroskedastisitas, sesuai dengan pandangan yang dijelaskan oleh Santoso (2014), adalah prosedur pengujian yang diterapkan untuk mengevaluasi apakah dalam sebuah model regresi, terdapat variasi yang tidak seragam dari nilai-nilai residual antara pengamatan satu dengan pengamatan lainnya. Bila variasi residual tetap pada tiap pengamatan, keadaan tersebut disebut Homoskedastisitas. Jika nilai variasi residual bervariasi, maka dinamakan Heteroskedastisitas. Kondisi yang diinginkan dalam sebuah model regresi adalah absennya Heteroskedastisitas. Uji statistik yang diterapkan untuk mengidentifikasi Heteroskedastisitas dilakukan melalui analisis *scatterplot*.

3.10 Analisis Jalur (*Path Analysis*)

Dalam penelitian ini, digunakan pendekatan analisis jalur (*path analysis*) yang berperan dalam mengevaluasi pola hubungan di antara berbagai variabel. Pendekatan dilakukan untuk mengidentifikasi dampak yang langsung maupun tidak langsung dari seperangkat variabel bebas (eksogen) terhadap variabel terikat (endogen) (Sani & Maharani, 2013). Langkah-langkah yang digunakan dalam implementasi analisis jalur (Sani & Maharani, 2013) adalah sebagai berikut:

1. Mengembangkan suatu model berdasarkan konsep dan teori yang terdapat dalam diagram alur melibatkan penggunaan dua jenis anak panah, yakni:
 - a) Pengaruh langsung dari variabel produk wisata terhadap variabel kepuasan pengunjung, variabel produk wisata terhadap variabel terikat loyalitas pengunjung, serta variabel kepuasan pengunjung terhadap variabel loyalitas pengunjung dinyatakan dengan anak panah satu.

- b) Pengaruh tidak langsung antara variabel produk wisata terhadap variabel loyalitas pengunjung melalui variabel kepuasan pengunjung dinyatakan dengan anak panah satu.



Gambar 3. 2 Model Analisis Jalur

Sumber : Data diolah penulis (2023)

Keterangan:

ϵ = Variabel epsilon, ialah variabel diluar X, Y, dan Z yang mempengaruhi keadaan Y dan Z.

Gambar tersebut menunjukkan bahwa pengaruh *produk wisata* terhadap kepuasan pengunjung serta dampaknya pada loyalitas pengunjung. Terdapat faktor lain yang mempengaruhi hubungan antar variabel yang disebut dengan variabel epsilon. Variabel epsilon ini dilambangkan dengan ϵ atau sebagai variabel yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Dengan merujuk pada ilustrasi dalam Gambar 3.1, setiap angka "a", "b", dan "c" merepresentasikan jalur serta koefisien yang menghubungkan berbagai variabel.

1. Pengaruh langsung produk wisata ke kepuasan pengunjung (a)
2. Pengaruh tidak langsung produk wisata terhadap loyalitas pengunjung (ax b)
3. Pengaruh total ($c + (a \times b)$)

"Pengaruh secara langsung terjadi ketika suatu variabel mempengaruhi variabel lain secara langsung tanpa adanya pengaruh dari variabel ketiga yang menjadi perantara antara kedua variabel tersebut. Pengaruh tidak langsung terjadi ketika ada variabel ketiga yang berfungsi sebagai perantara antara hubungan kedua variabel"

Model Analisis jalur dilaksanakan dengan tujuan untuk mengungkap serta menguji struktur hubungan kausal antara variabel-variabel. Analisis ini memberikan informasi mengenai jalur langsung yang paling efektif dan relevan dari variabel independen menuju variabel dependen terakhir (Sugiyono, 2016). Penggunaan pendekatan analisis jalur memungkinkan analisis data penelitian yang didasarkan pada sejumlah asumsi yang mencakup hal-hal berikut:

1. Kaitan di antara variabel yang akan diselidiki terbentuk dalam pola linear, bersifat aditif, dan memiliki sebab-akibat yang jelas.
2. Residual variabel tidak menunjukkan korelasi dengan variabel yang telah terjadi sebelumnya, dan juga tidak menunjukkan korelasi dengan variabel lainnya.
3. Struktur model variabel hanya melibatkan jalur sebab-akibat satu arah saja.
4. Data pada tiap variabel yang dianalisis merupakan data interval yang diperoleh dari sumber yang seragam

Langkah-langkah dalam menjalankan pengujian analisis jalur dengan menggunakan perangkat lunak SPSS Statistic 26, mengikuti metode yang diajukan oleh Riduwan (2005), adalah sebagai berikut:

1. Membuat dua persamaan sub struktural dari hubungan kausalitas variabel X, Y, dan Z.
2. Melakukan perhitungan koefisien korelasi dan regresi.
3. Melakukan perhitungan koefisiensi jalur secara parsial atau individu.
4. Melakukan perhitungan koefisiensi jalur secara simultan atau keseluruhan.
5. Menginterpretasi hasil analisis jalur.
 - a) Besarnya kontribusi variabel X (independen/eksogen) yang secara langsung memengaruhi variabel Z (dependen/endogen).
 - b) Besarnya kontribusi variabel X yang secara tidak langsung memengaruhi variabel Z melalui variabel Y (mediasi/intervening).

Memaknai besar kecilnya kontribusi antar variabel, dilakukan menurut:

Tabel 3. 5 Koefisiensi Kolerasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00-0,19	Sangat Rendah
0,20-0,39	Rendah

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

Sumber: Sugiyono (2012)

Dalam penentuan sub struktur, terdapat dua persamaan.

1. Persamaan pertama

$$Z \text{ (Variabel Intervening) } = a + pX + \varepsilon_1$$

2. Persamaan Kedua

$$Y \text{ (Variabel Dependen) } = a + b_1 + b_2Z + e$$

Setelahnya, persamaan yang telah diisi dengan nilai numerik dan total efek untuk seluruhnya diselesaikan. Dengan demikian, hasil akhir akan menunjukkan apakah variabel X dan Y memengaruhi variabel Z.

3.11 Uji Hipotesis

3.11.1 Uji T

Uji t atau uji t-test, sebagaimana dijelaskan oleh Ghazali (2016), merupakan jenis uji yang dimanfaatkan untuk mengevaluasi sejauh mana variabel independen memiliki dampak pada variabel dependen, dalam konteks parsial. Proses analisis data dengan menggunakan uji t akan dijalankan dengan menggunakan perangkat lunak IBM SPSS Statistic 26, dan hasilnya akan tercermin pada nilai tabel -value pada masing-masing variabel independen. Apabila nilai sig. p-value < 0,05 atau nilai $T_{hitung} > T_{tabel}$, maka dapat diinterpretasikan bahwa variabel independen memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

3.11.2 Uji Sobel (*Sobel Test*)

Pengujian hipotesis mengenai mediasi dapat dijalankan dengan menerapkan pendekatan yang dikembangkan oleh uji Sobel (*Sobel test*). Uji Sobel digerakkan dengan tujuan menguji seberapa besar dampak tidak langsung dari variabel eksogen (X) terhadap variabel endogen (Y) melalui perantaraan variabel intervening (Z).

3.11.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Ghazali (2016) koefisien determinasi (R^2) dilakukan untuk mengukur kemampuan model dalam menjelaskan variasi variabel dependen. Uji determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model

dalam menerangkan variasi variabel independen. Nilai R^2 dapat diukur dengan nilai *R-Square* atau *Adjusted R-Square*.

1. *R-Square* berfungsi untuk mengukur tingkat keberhasilan model regresi yang digunakan dalam memprediksi nilai variabel dependen. Nilai *R-Square* berada pada interval angka 0-1. Model regresi dikatakan baik apabila nilai *R-Square* mendekati 1.
2. Nilai *R-Square* yang Disesuaikan digunakan untuk mengevaluasi sejauh mana penambahan variabel independen yang tepat dapat meningkatkan kemampuan model dalam memprediksi. Nilai *Adjusted R-Square* tidak akan melebihi nilai *R-Square*, dan bahkan bisa menurun apabila terjadi penambahan variabel independen yang tidak relevan.

Adapun rumus yang digunakan untuk menghitung koefisien determinasi (R^2):

$$R^2 = r^2 \times 100\%$$

Keterangan :

R^2 = koefisien determinasi

r = koefisien korelasi

Tabel 3. 6 Pedoman Koefisien Determinasi

Interval Koefisien	Tingkat Pengaruh
0% - 19,99%	Sangat lemah
20% - 39,99%	Lemah
40% - 59,99%	Sedang
60% - 79,99%	Kuat
80% - 100%	Sangat Kuat

Sumber: Sarwono (2012)