

BAB III OBJEK DAN METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan *marketing for hospitality and tourism* untuk menganalisis tentang bagaimana pengaruh *experience quality* terhadap *behavioral intention* di Ranca Upas. Objek penelitian sebagai variabel bebas (eksogen) dalam penelitian ini adalah *experience quality* yang terdiri dari *escapism, relaxation, enjoyment, involvement* (C. F. Chen & Chen, 2010; Moon & Han, 2019) Adapun variabel terikat (endogen) dalam penelitian ini adalah *behavioral intention* (Y) dengan *revisit intention, willingness to recommend to others, word of mouth* (Ha & Shawn Jang, 2010; (Giovanis et al., 2013). Responden dalam penelitian ini adalah wisatawan yang sudah pernah berkunjung ke Ranca Upas. Penelitian ini menggunakan Pendekatan studi (*cross-sectional study*) yang dipilih karena data hanya dikumpulkan sekali pada satu titik waktu tertentu (Ahyar et al., 2020a). Penelitian ini berfokus pada pengaruh *experience quaality* terhadap *behavioral intention* di Ranca Upas, sebagai destinasi wisata berbasis alam, Data penelitian dikumpulkan dalam waktu kurang dari satu tahun.

3.2 Metode Penelitian

3.2.1 Jenis Penelitian dan Metode yang Digunakan

Berdasarkan tujuan penelitian, jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif dan verifikatif. Penelitian deskriptif merupakan jenis penelitian yang bertujuan untuk memberikan gambaran yang sistematis dan akurat tentang gejala, fakta, atau kejadian yang terjadi pada populasi atau daerah tertentu (Ahyar et al., 2020b). Dalam penelitian deskriptif ini, fokusnya adalah untuk mendapatkan gambaran yang terperinci mengenai pandangan responden terkait dengan *experience quality*, termasuk *escapism, relaxation, enjoyment, dan involvement*, serta menggambarkan *behavioral intention* seperti *revisit intention, willingness to recommend to others*, dan *word of mouth* di Ranca Upas.

Penelitian verifikatif merupakan jenis penelitian yang bertujuan untuk menguji kebenaran ilmu yang telah ada, termasuk konsep, prinsip, prosedur, dalil, dan praktik yang terkait dengan bidang ilmu tersebut. Tujuan utama dari penelitian verifikatif adalah memverifikasi kebenaran atau validitas klaim-klaim yang telah

diajukan sebelumnya dalam ilmu tersebut (Arifin, 2014). Dalam konteks penelitian ini, penelitian verifikatif akan dilakukan untuk menguji hipotesis tentang pengaruh *experience quality* terhadap *behavioral intention* di Ranca Upas. Data ini nantinya akan dikumpulkan di lapangan untuk mendapatkan gambaran yang lebih jelas mengenai hubungan antara *experience quality* dan *behavioral intention* di Ranca Upas.

Metode penelitian yang digunakan dalam hal ini adalah metode *explanatory survey*. Metode ini digunakan untuk mendapatkan data dan menjelaskan hubungan sebab-akibat antara variabel-variabel yang diteliti. Dalam metode penelitian ini, data dikumpulkan melalui penggunaan kuesioner yang dirancang untuk mengumpulkan informasi dan pendapat dari sebagian populasi yang sedang diteliti. Tujuannya adalah untuk memperoleh pemahaman yang lebih mendalam tentang fenomena yang sedang diamati dan menjelaskan hubungan antara variabel-variabel yang terlibat dalam penelitian. Melalui metode *explanatory survey*, peneliti dapat menganalisis data yang terkumpul dan memberikan penjelasan yang lebih komprehensif tentang masalah yang diteliti.

3.2.2 Operasional Variabel

Operasional variabel melibatkan proses pengubahan atau pendefinisian konsep atau konstruk menjadi variabel yang dapat diukur dan sesuai untuk pengujian (Cooper & Schindler, 2014). Dalam penelitian ini terdapat variabel eksogen diantaranya *experience quality* (X) serta variabel endogen yaitu *behavioral intention* (Y). Detail lengkap mengenai operasinalisasi dari variabel-variabel yang diteliti dalam penelitian ini disajikan pada Tabel 3.1 Operasional Variabel berikut ini.

TABEL 3. 1
OPERASIONAL VARIABEL

Variabel	Dimensi	Konsep Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
1	2	3	4	5	6	7
<i>Experience Quality</i> (X)	<i>Experience quality</i> pengunjung terhadap tertentu.(Aliedan et al., 2021)	<i>Experience quality</i> adalah sebuah kualitas yang dirasakan berdasarkan evaluasi keseluruhan pengalaman di tempat tujuan untuk waktu	<i>Escape from everyday life</i>	Wisatawan dapat melepaskan rasa	Interval	1
	<i>Escapism</i>	<i>Escapism</i> yaitu keinginan	<i>Escape from everyday life</i>	Wisatawan dapat melepaskan rasa	Interval	1

Variabel	Dimensi	Konsep Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
1	2	3	4	5	6	7
		untuk melepaskan rasa jenuh dari aktivitas atau pekerjaan sehari hari.		jenuh dari aktivitas sehari hari saat berwisata di Ranca Upas.		
				Wisatawan dapat merasakan suasana yang berbeda dari aktivitas biasanya pada saat berwisata di Ranca Upas	Interval	2
			<i>Forget everyday problem</i>	Wisatawan dapat melupakan masalah sehari hari saat berwisata di Ranca Upas.	Interval	3
				Wisatawan dapat mengesampingkan aktivitas sehari hari untuk berwisata di Ranca Upas	Interval	4
	<i>Relaxation</i>	Dapat diartikan sejauh mana wisatawan mendapatkan ketenangan saat melakukan aktifitas di Ranca Upas	<i>Physically comfortable</i>	Wisatawan dapat merasakan kenyamanan saat berwisata di Ranca Upas.	Interval	5
			<i>Relaxed</i>	Ranca Upas dapat menjadi tempat <i>stress relief</i> bagi wisatawan	Interval	6
				Wisatawan dapat merasakan ketenangan dan kedamaian yang saat berada di Ranca Upas	Interval	7
	<i>Enjoyment</i>	Sejauh mana wisatawan merasa senang dalam melakukan aktifitas wisata di Ranca Upas	<i>Do something really like to do</i>	Atraksi yang disukai wisatawan saat berwisata di Ranca Upas .	Interval	8

Variabel	Dimensi	Konsep Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
1	2	3	4	5	6	7
				Wisatawan dapat menikmati aktivitas yang ada di Ranca Upas.	Interval	9
			<i>Do something memorable</i>	Atraksi wisata yang sudah dilakukan wisatawan termasuk fasilitas dan pelayanan di Ranca Upas	Interval	10
				Pengalaman wisatawan saat berada di Ranca Upas.	Interval	11
			<i>Having fun</i>	Rasa senang yang dirasakan wisatawan saat berada di Ranca Upas.	Interval	12
				Pengalaman yang membahagiakan wisatawan saat berwisata di Ranca Upas	Interval	13
	<i>Involvement</i>	Keterlibatan wisatawan dengan seluruh proses pengalaman destinasi dengan membuat keputusan terkait perjalanan dengan membuat keputusan di bawah kendali mereka.	<i>Involved</i>	Keterlibatan wisatawan dalam melakukan seluruh aktifitas selama di Ranca Upas	Interval	14
				Keterlibatan dalam menjaga kebersihan dan kelestarian alam saat melakukan aktivitas wisata di Ranca Upas	Interval	15
			<i>Element of choice</i>	Pilihan atraksi yang dapat	Interval	16

Variabel	Dimensi	Konsep Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
1	2	3	4	5	6	7
				dilakukan di Ranca Upas.		
				Kesempatan wisatawan untuk memilih aktifitas saat berada di Ranca Upas.	Interval	17
<i>Behavioral Intention</i>		<i>Behavioral intention</i> merupakan perilaku seseorang konsumen yang terlihat ketika mereka ingin mengunjungi kembali penyedia layanan tertentu dan konsumen cenderung merekomendasikan kepada orang lain. (Chen & Chen, 2010)				
		<i>Revisit intention</i> Niat untuk berkunjung kembali .	<i>Return for another visit</i>	Niat wisatawan untuk berkunjung kembali ke Ranca Upas untuk berwisata	Interval	18
			<i>Major priorities</i>	Niat wisatawan untuk memprioritaskan Ranca Upas sebagai pilihan utama berkunjung kembali	Interval	19
		<i>Willingness to recommend to others</i> Niat untuk merekomendasikan kepada orang lain.	<i>Encourage friends and relatives to visit</i>	kesediaan wisatawan mengajak teman dan kerabat untuk mengunjungi Ranca Upas.	Interval	20
			<i>Recommend product</i>	Kesediaan wisatawan untuk merekomendasikan Ranca Upas kepada orang lain.	Interval	21
	<i>Word of mouth</i>	Niat untuk menyebarkan pembicaraan positif kepada orang lain.	<i>Say positive things</i>	Kesediaan wisatawan untuk membicarakan hal positif mengenai Ranca Upas kepada orang lain.	Interval	22
			<i>Spread positive words</i>	Kesediaan wisatawan untuk memberikan tanggapan positif mengenai Ranca Upas kepada orang lain.	Interval	23

Sumber : Hasil Pengolahan Data, 2023

3.2.3 Jenis dan Sumber Data

Untuk kepentingan penelitian ini, jenis dan sumber data diperlukan dikelompokkan ke dalam dua golongan yaitu:

1. Data Primer

Menurut (McDaniel & Gates, 2015), data primer adalah jenis data yang dikumpulkan secara khusus untuk membantu memecahkan masalah dalam sebuah penyelidikan atau penelitian. Dalam penelitian ini, sumber data primer diperoleh melalui penggunaan angket yang disebar kepada sejumlah responden yang dianggap mewakili seluruh populasi data penelitian. Angket tersebut disebar melalui survei di Ranca Upas, dengan tujuan untuk mengumpulkan informasi dan pendapat dari responden terkait dengan topik yang sedang diteliti. Data primer yang diperoleh dari angket tersebut akan digunakan sebagai dasar untuk menganalisis dan memberikan pemahaman lebih lanjut tentang fenomena yang diteliti.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang telah dikumpulkan sebelumnya dan terdiri dari variabel, simbol, atau konsep yang dapat diinterpretasikan dalam nilai-nilai yang telah ditentukan (McDaniel & Gates, 2015). Dalam penelitian ini, sumber data sekunder berasal dari literatur, artikel, jurnal, website, dan berbagai sumber informasi lainnya. Peneliti telah mengumpulkan dan menyajikan informasi terperinci mengenai data dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini melalui Tabel 3.2 yang memberikan gambaran yang lebih jelas mengenai jenis data yang dikumpulkan serta sumber-sumber dari mana data tersebut diperoleh.

TABEL 3. 2
JENIS DAN SUMBER DATA

No.	Jenis Data	Sumber Data	Jenis Data
1.	Tanggapan responden terhadap <i>experience quality</i> di Ranca Upas.	Penyebaran angket pada wisatawan yang pernah berkunjung atau melakukan aktivitas wisata di Ranca Upas.	Primer
2.	Tanggapan responden terhadap <i>behavioral intention</i> di Ranca Upas.	Penyebaran angket pada wisatawan yang pernah berkunjung atau melakukan aktivitas wisata di Ranca Upas.	Primer

No.	Jenis Data	Sumber Data	Jenis Data
3.	Hal-hal yang berkaitan dengan <i>experience quality</i> .	<i>E book</i> dan Jurnal	Sekunder
4.	Hal-hal yang berkaitan dengan <i>behavioral intention</i>	<i>E book</i> dan Jurnal	Sekunder
5.	Data jumlah kunjungan wisatawan tahunan ke Ranca Upas 2018-2022	Manajemen Ranca Upas	Sekunder
6.	Data jumlah kunjungan domestik tahunan ke Kabupaten Bandung 2019 – 2022	Open Data Provinsi Jawa Barat (https://opendata.jabarprov.go.id)	Sekunder

Sumber : Hasil pengolahan data, 2023

3.2.4 Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling

3.2.4.1 Populasi

Populasi adalah totalitas orang, peristiwa, atau objek yang diidentifikasi oleh peneliti untuk studi dan pengambilan kesimpulan. (Kurniawan & Puspitaningtyas, 2016a). Populasi tidak hanya mempengaruhi jumlah orang pada suatu objek atau subjek yang sedang dipelajari melainkan juga mempengaruhi setiap karakteristik atau nilai yang dimiliki objek atau subjek yang bersangkutan. Dengan kata lain, populasi terdiri dari semua individu, kelompok, atau objek yang memiliki karakteristik yang relevan dengan penelitian yang sedang dilakukan. Dengan demikian, ketika mempelajari populasi, kita tidak hanya berfokus pada jumlah orang tetapi juga semua karakteristik atau nilai yang dimiliki oleh setiap objek atau subjek. (Sinambela, 2014).

Berdasarkan pengertian populasi tersebut, maka populasi pada penelitian ini adalah wisatawan yang pernah berkunjung ke Ranca Upas yaitu sebanyak 571.521 orang diambil dari data kunjungan Ranca Upas pada tahun 2022.

3.2.4.2 Sampel

Sampel merupakan bagian dari populasi yang digunakan untuk mengestimasi parameter populasinya. Dalam suatu penelitian, sulit untuk meneliti semua populasi

dikarenakan beberapa kendala seperti keterbatasan biaya, tenaga dan waktu. Sehingga peneliti menggunakan sampel yang diambil dari populasi dan kesimpulannya dapat diberlakukan untuk populasi. Sampel yang diambil dari populasi harus representatif agar memberikan hasil yang mempunyai kemampuan untuk digeneralisasikan pada populasinya. Menentukan sampel dari populasi yang telah ditetapkan perlu dilakukan pengukuran yang dapat menghasilkan jumlah. Untuk jumlah sampel, peneliti menggunakan rumus (Hair et al., 2010) bahwasannya estimasi jumlah sampel minimum adalah lima hingga sepuluh observasi setiap parameternya. Ukuran sampel lebih diterima jika memiliki rasio 10:1. Penentuan jumlah sampel penelitian ini yaitu (jumlah indikator) x (5 sampai 10 kali). Berdasarkan pedoman tersebut, maka jumlah sampel maksimal untuk penelitian ini adalah $(23) \times (10) = 230$ responden. Setelah dilakukan perhitungan, maka sampel penelitian ini sebanyak 230 responden.

3.2.4.3 Teknik Sampling

Teknik sampling merupakan metode yang digunakan untuk memilih sampel dengan jumlah yang sesuai untuk menjadi sumber data aktual, dengan mempertimbangkan karakteristik dan distribusi populasi, sehingga dapat memperoleh sampel yang mewakili populasi secara keseluruhan (Murgono, 2004). Teknik sampling terdiri dari dua macam yaitu *probability sampling* dan *nonprobability sampling*. *Probability sampling* merupakan teknik pengambilan sampel yang didasarkan pada konsep seleksi acak dan setiap anggota populasi mempunyai peluang sama untuk menjadi sampel (Kurniawan & Puspitaningtyas, 2016b). Teknik ini meliputi *simple random sampling*, *systematic random sampling*, *proportionate stratified random*, *disproportionate stratified random*, dan *cluster sampling*. *Nonprobability sampling* merupakan teknik pengambilan sampel tidak acak dan subjektif, yakni setiap anggota populasi tidak memiliki peluang yang sama untuk menjadi sampel (Kurniawan & Puspitaningtyas, 2016b). Teknik ini meliputi *systematic sampling*, *quota sampling*, *incidental sampling*, *purposive sampling*, *sampling jenuh*, dan *snowball sampling*.

Adapun teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *purposive sampling*. *purposive sampling* adalah pemilihan informan yang disengaja

berdasarkan kemampuannya untuk menjelaskan tema, konsep, atau fenomena tertentu (Robinson, 2014).

Adapun langkah-langkah yang dilakukan dalam teknik pengambilan sampel ini sebagai berikut:

1. Menentukan responden, dalam penelitian ini yang menjadi responden adalah wisatawan domestik yang sudah pernah mengunjungi wisata Ranca Upas.
2. Pengambilan sampel dilakukan secara daring melalui media sosial.
3. Menentukan waktu yang akan digunakan untuk sampling.

Wisatawan domestik yang sudah pernah mengunjungi wisata Ranca Upas dan memungkinkan untuk dijadikan sampel akan di kontak melalui media sosial dan dinyatakan ketersediaannya untuk membantu penelitian ini lalu diberi kuesioner dalam bentuk *google form* untuk diisi.

3.2.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan metode pengumpulan data yang diperlukan untuk dapat menjawab rumusan masalah yang ada pada penelitian. Menurut (Sekaran & Bougie, 2016a) teknik pengumpulan data adalah bagian yang sangat berhubungan dengan desain penelitian. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah:

1. Studi literatur
Studi literatur merupakan proses pengumpulan informasi mengenai teori dan konsep yang relevan dengan masalah penelitian atau variabel yang sedang diteliti, seperti kualitas pengalaman (*experience quality*) dan niat perilaku (*behavioral intention*). Studi literatur tersebut diperoleh peneliti berdasarkan bermacam macam sumber seperti a) Perpustakaan Universitas Pendidikan Indonesia (UPI), b) Skripsi, Tesis dan Disertasi, c) Jurnal Ekonomi, dan Bisnis, d) Media cetak (seperti, majalah *Marketeer* dan *Cosmopolitan Indonesia*), e) Media elektronik (internet), f) *Search engine Google Scholar*, g) Portal Jurnal Science Direct, h) Portal Jurnal *Researchgate*, i) Portal jurnal *Emerald Insight* dan j) *Portal Jurnal Elsevier*.
2. Kuesioner
kuesioner adalah teknik pengumpulan data primer, dilakukan melalui penyebaran serangkaian kuesioner atau pernyataan tertulis tentang

karakteristik responden, pengalaman pasca kunjungan, *experience quality* dan *behavioral intention*. Kuesioner tersebut mendorong beberapa wisatawan untuk membagikan pengetahuan mereka tentang kunjungan mereka ke Ranca Upas secara *online* melalui *google form* yang dikirim langsung melalui *direct messages* ke media sosial responden di Instagram.

3. Observasi

Observasi merupakan metode pengumpulan data yang digunakan untuk mengamati berbagai fenomena, situasi, atau kondisi yang terjadi. Metode observasi partisipasi dilakukan secara langsung untuk mengamati fenomena yang sedang terjadi di objek penelitian yaitu Ranca Upas. Dalam metode ini, peneliti terlibat secara aktif dalam situasi yang diamati untuk mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam tentang fenomena yang sedang diteliti.

3.2.6 Hasil Pengujian Validitas Dan Reliabilitas

Data yang telah diperoleh dari responden melalui kuesioner yang terkumpul kemudian akan melalui pengolahan untuk dapat menafsirkan data yang dapat dilihat pengaruh variabel *experience quality* (X) terhadap *behavioral intention* (Y). Diperlukan pengujian terhadap kuesioner untuk bisa mengevaluasi validitas dan reliabilitas pertanyaan yang terdapat di dalamnya. Langkah awal yang dapat dilakukan adalah melakukan uji validitas dan uji reliabilitas untuk menilai tingkat kebenaran dan kualitas data yang dihasilkan oleh kuesioner tersebut.

Menurut (Yusuf, 2016) penting untuk melakukan uji instrumen penelitian kepada calon responden dan kelompok lain yang bukan calon responden. Dalam hal ini, disarankan untuk melibatkan minimal 30 responden dalam uji instrumen tersebut.

3.2.6.1 Hasil Pengujian Validitas

Menurut (Yusuf, 2016), mengungkapkan bahwa validitas adalah pengujian sejauh mana instrumen, teknik, atau proses yang digunakan untuk mengukur suatu konsep sesuai dengan maksudnya. *internal validity* atau rasionalitas mengacu pada sejauh mana kriteria yang terdapat dalam instrumen secara rasional (teoritis) mencerminkan apa yang ingin diukur. Sementara itu, *external validity* tercapai ketika kriteria dalam instrumen didasarkan pada fakta-fakta empiris yang ada. Dengan demikian, validitas internal berfokus pada kesesuaian instrumen secara

teoritis, sedangkan validitas eksternal berkaitan dengan kesesuaian instrumen berdasarkan bukti empiris yang ada. Rumus yang digunakan untuk menguji validitas adalah rumus Korelasi *Product Moment* sebagai berikut :

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

Sumber : (Malhotra & Birks, 2013)

Keterangan :

r_{xy} = Koefisien korelasi *product moment*

n = Jumlah sampel

\sum = Kuadrat faktor variabel X

$\sum X^2$ = Kuadrat faktor variabel X

$\sum Y^2$ = Kuadrat faktor variabel Y

$\sum XY$ = Jumlah perkalian faktor korelasi variabel X dan Y

Dimana: r_{xy} = koefisien korelasi antara variabel X dan variabel Y, dua variabel yang dikorelasikan.

Keputusan pengujian validitas responden menggunakan taraf signifikan sebagai berikut :

1. Nilai t dibandingkan dengan harga rtabel dengan $dk = n-2$ dan taraf signifikansi $\alpha = 0.05$
2. Item pernyataan responden penelitian dikatakan valid jika rhitung lebih besar atau sama dengan rtabel ($r_{hitung} \geq r_{tabel}$).
3. Item pernyataan responden penelitian dikatakan tidak valid jika rhitung lebih kecil dari rtabel ($r_{hitung} < r_{tabel}$).

Berdasarkan jumlah kuesioner yang telah dilakukan pengujian yaitu sebanyak 30 responden dengan tingkat signifikansi 5% dan derajat kebebasan $dk = n-2$, $dk = 30 - 2 = 28$, maka didapat nilai r tabel sebesar 0,374. Hasil pengujian validitas dilakukan dengan menggunakan software *IBM SPSS statistic 20 for windows* diperoleh hasil pengujian validitas dari item pertanyaan yang diajukan peneliti. Hasil uji validitas yang diajukan peneliti kepada 30 responden dapat dilihat pada Tabel 3.3 sebagai berikut.

TABEL 3. 3
HASIL PENGUJIAN VALIDITAS

No	Item Pertanyaan	r_{hitung}	r_{tabel}	Probabil itas Statistik	Level of significa nt	Kesimpula n
<i>Experience Qulaity (X)</i>						

<i>Escapism</i>						
1	Wisatawan dapat melepaskan rasa jenuh dari aktivitas sehari hari saat berwisata di Ranca Upas.	0,670	0.374	0,000	0,05	Valid
2	Wisatawan dapat merasakan suasana yang berbeda dari aktivitas biasanya pada saat berwisata di Ranca Upas	0,827	0.374	0,000	0,05	Valid
3	Wisatawan dapat melupakan masalah sehari hari saat berwisata di Ranca Upas.	0,902	0.374	0,000	0,05	Valid
4	Wisatawan dapat mengesampingkan aktivitas sehari hari untuk berwisata di Ranca Upas	0,830	0.374	0,000	0,05	Valid
<i>Relaxation</i>						
5.	Ranca Upas dapat menjadi tempat <i>stress relief</i> bagi wisatawan	0,921	0.374	0,000	0,05	Valid
6	Wisatawan dapat merasakan ketenangan dan kedamaian yang saat berada di Ranca Upas	0,928	0.374	0,000	0,05	Valid
7	Atraksi yang disukai wisatawan saat berwisata di Ranca Upas .	0,949	0.374	0,000	0,05	Valid
<i>Enjoyment</i>						
8	Wisatawan dapat merasakan suasana yang berbeda dari aktivitas biasanya pada saat berwisata di Ranca Upas	0,852	0.374	0,000	0,05	Valid
9	Wisatawan dapat menikmati aktivitas yang ada di Ranca Upas.	0,759	0.374	0,000	0,05	Valid
10	Atraksi wisata yang sudah dilakukan wisatawan termasuk fasilitas dan pelayanan di Ranca Upas	0,899	0.374	0,000	0,05	Valid

11	Pengalaman wisatawan saat berada di Ranca Upas.	0,892	0,374	0,000	0,05	Valid
12	Rasa senang yang dirasakan wisatawan saat berada di Ranca Upas.	0,945	0,374	0,000	0,05	Valid
13	Pengalaman yang membahagiakan wisatawan saat berwisata di Ranca Upas	0,952	0,374	0,000	0,05	Valid
<i>Involvement</i>						
14	Keterlibatan dalam menjaga kebersihan dan kelestarian alam saat melakukan aktivitas wisata di Ranca Upas	0,869	0,374	0,000	0,05	Valid
15	Pilihan atraksi yang dapat dilakukan di Ranca Upas.	0,877	0,374	0,000	0,05	Valid
16	Kesempatan wisatawan untuk memilih aktifitas saat berada di Ranca Upas.	0,798	0,374	0,000	0,05	Valid
17	Wisatawan dapat menikmati aktivitas yang ada di Ranca Upas.	0,710	0,374	0,000	0,05	Valid
<i>Behavioral Intention (Y)</i>						
<i>Revisit Intention</i>						
18	Niat wisatawan untuk berkunjung kembali ke Ranca Upas untuk berwisata	0,907	0,374	0,000	0,05	Valid
19	Niat wisatawan untuk memprioritaskan Ranca Upas sebagai pilihan utama berkunjung kembali	0,917	0,374	0,000	0,05	Valid
<i>Willingness to Recommend to Others</i>						
20	Kesediaan wisatawan mengajak teman dan kerabat untuk mengunjungi Ranca Upas.	0,915	0,374	0,000	0,05	Valid
21	Kesediaan wisatawan untuk merekomendasikan Ranca Upas kepada orang lain.	0,882	0,374	0,000	0,05	Valid
<i>Word of Mouth</i>						
22	Kesediaan wisatawan untuk membicarakan	0,947	0,374	0,000	0,05	Valid

	hal positif mengenai Ranca Upas kepada orang lain					
23	Kesediaan wisatawan untuk memberikan tanggapan positif mengenai Ranca Upas kepada orang lain.	0,939	0.374	0,000	0,05	Valid

Sumber : Hasil Pengolahan Data,2023

Dilihat dari Tabel 3.3 Hasil Pengujian Validitas dapat dijelaskan bahwa setiap item pertanyaan mengenai *behavioral intention* (Y) dan *experience quality* (Y) dinyatakan valid karena memiliki nilai rhitung yang lebih besar daripada rtabel (rhitung > rtabel) dengan demikian, pertanyaan-pertanyaan tersebut dapat digunakan sebagai alat pengukur yang sesuai untuk mengukur konsep yang dimaksudkan. Terdapat 17 item pertanyaan pada variabel *experience quality* (X) dan dapat dinyatakan valid, skor tertinggi terdapat pada *enjoyment* item pertanyaan 13 dengan skor sebesar 0,952. Lalu skor terendah terdapat pada *escapism* item pertanyaan 1 yang mendapatkan nilai 0. 670. Sedangkan pada *behavioral intention* (Y) memiliki 6 (enam) item pertanyaan dan dapat dinyatakan valid, skor tertinggi terdapat pada *word of mouth* item pertanyaan 22 dengan nilai sebesar 0.947. Nilai terendah terdapat pada *willingness to recommend to others* terdapat pada item pertanyaan 21 dengan nilai 0. 882.

3.2.6.2 Hasil Pengujian Reliabilitas

Reliabilitas menggambarkan tingkat data yang bebas terhadap kesalahan, sehingga memastikan pengukuran yang konsisten sepanjang waktu dan pada semua bagian instrumen. Reliabilitas merupakan indikator stabilitas dan konsistensi instrumen dalam mengukur konsep, serta membantu dalam mengevaluasi kualitas pengukuran. (Sekaran & Bougie, 2016a). (Malhotra, 2015) telah mendefinisikan reabilitas sebagai tingkat suatu ukuran yang bebas dari kesalahan acak. Reliabilitas ditentukan dengan cara menentukan hubungan antara skor yang diperoleh dari skala administrasi yang berbeda. Jika asosiasi tinggi, maka skala akan menghasilkan hasil yang konsisten sehingga dapat dikatakan reliabel

Dalam penelitian ini reliabilitas diuji dengan menggunakan rumus *alpha* atau *Cronbach's alpha* (α) dikarenakan instrumen pertanyaan kuesioner yang dipakai merupakan rentangan antara beberapa nilai dalam hal ini menggunakan skala *likert*

1 sampai dengan 5. Menurut (Sekaran & Bougie, 2016a) *cronbach alpha* adalah koefisien kehandalan mengindikasikan sejauh mana item-item dalam suatu kumpulan memiliki korelasi positif satu sama lain.

Dalam penelitian ini reliabilitas diuji menggunakan rumus *Cronbach alpha*, yaitu:

$$r_{11} = \left[\frac{k}{(k-1)} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma b^2}{\sigma t^2} \right]$$

Sumber : (Sekaran & Bougie, 2016a)

Keterangan:

r_{11} = reliabilitas instrumen

k = banyak butir pertanyaan

σt^2 = varians total

$\sum \sigma b^2$ = jumlah varians butir tiap pertanyaan

Keputusan pengujian reliabilitas ditentukan dengan menggunakan ketentuan sebagai berikut:

1. Jika *cronbach alpha* > 0,700 maka item pertanyaan dinyatakan reliabel.
 2. Jika *cronbach alpha* < 0,700 maka item pertanyaan dinyatakan tidak reliabel
- Apabila angka *Cronbach Alpha* mendekati 1, maka semakin tinggi tingkat

reliabilitasnya. Berdasarkan perhitungan dengan *software SPSS statistic 20 for windows*. diperoleh hasil pengujian reliabilitas sebagai berikut pada Tabel 3.4 sebagai berikut:

TABEL 3. 4
HASIL PENGUJIAN RELIABILITAS

No	Variabel	r_{hitung}	r_{tabel}	Kesimpulan
1	<i>Experience quality</i>	0,977	0,700	Reliabel
2	<i>Behavioral intention</i>	0,961	0,700	Reliabel

Sumber: hasil pengolahan data, 2023

Berdasarkan Tabel 3.4 Hasil Uji Reliabilitas di atas, diketahui bahwa setiap item pertanyaan dapat dikatakan reliabel karena nilai hitung *Cronbach Alpha* pada variabel *experience quality* memiliki nilai lebih besar dari 0.700 yaitu sebesar 0.977. Variabel *behavioral intention* dinyatakan reliabel dengan nilai hitung *Cronbach Alpha* sebesar 0.961

3.2.7 Analisis Data

Setelah data diperoleh dalam penelitian, langkah selanjutnya adalah pengolahan dan analisis data. Tujuan dari pengolahan data adalah untuk menyajikan

informasi yang relevan dan menguji hipotesis yang telah dirumuskan dalam penelitian. Teknik analisis data digunakan untuk menguji hipotesis dan memberikan jawaban terhadap pertanyaan-pertanyaan penelitian yang diajukan.

3.2.7.1 Analisis Data Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk mencari hubungan antara variabel melalui analisis korelasi dan membandingkan rata-rata data sampel atau populasi tanpa memerlukan pengujian signifikansi. Dalam penelitian ini, alat penelitian yang digunakan adalah angket atau kuesioner yang disusun berdasarkan variabel yang terdapat dalam data penelitian. Angket tersebut memberikan informasi dan data mengenai pengaruh *experience quality* terhadap *behavioral intention*. Pengolahan data yang telah dikumpulkan dari hasil kuesioner dapat dikelompokkan kedalam tiga langkah, yaitu persiapan, tabulasi dan penerapan data pada pendekatan penelitian.

Langkah-langkah yang digunakan untuk melakukan analisis deskriptif pada ketiga variabel penelitian tersebut sebagai berikut:

1. Analisis distribusi frekuensi merupakan metode matematika yang digunakan untuk menghitung jumlah respons yang terkait dengan nilai yang berbeda dalam suatu variabel, dan kemudian mengekspresikan jumlah tersebut dalam bentuk persentase. (Malhotra et al., 2017a).
2. Analisis statistik *Cross Tabulation* merupakan metode statistik yang digunakan untuk menggambarkan dua variabel atau lebih secara bersamaan, dan menghasilkan tabel yang mencerminkan distribusi gabungan dari variabel-variabel tersebut. Tabel ini memperlihatkan distribusi frekuensi dari dua variabel atau lebih yang memiliki jumlah kategori atau nilai yang terbatas. Sementara distribusi frekuensi hanya mendeskripsikan satu variabel pada satu waktu, *cross-tabulation* menjelaskan hubungan antara dua variabel atau lebih secara bersamaan. Dengan menggunakan *cross-tabulation*, distribusi frekuensi dari dua variabel atau lebih digabungkan dalam satu tabel. (Malhotra et al., 2017b).

- Perhitungan skor ideal digunakan untuk mengukur tinggi atau rendahnya pengaruh variabel yang terdapat di objek penelitian. Berikut rumus untuk menghitung skor ideal.

Nilai Indeks Maksimum = Skor Tertinggi x Jumlah Item x Jumlah Responden

Nilai Indeks Minimum = Skor Terendah x Jumlah Item x Jumlah Responden

Jenjang Variabel = Nilai Indeks Maksimum – Nilai Indeks Minimum

Jarak Interval = Jenjang : Banyaknya Interval

- Analisis data deskriptif mengenai *experience quality* di Ranca Upas yang terdiri dari *escapism, relaxation, enjoyment, involvement*.
- Analisis data deskriptif mengenai *behavioral intention* wisatawan yang berkunjung ke Ranca Upas.

3.2.7.2 Analisis Data Verifikatif

Setelah data keseluruhan yang diperoleh dari responden terkumpul lalu dilakukan analisis deskriptif, maka dilakukan tahap berikutnya yaitu analisis data verifikatif. Penelitian verifikatif merupakan penelitian yang dilaksanakan untuk menguji kebenaran ilmu-ilmu yang telah ada, berupa konsep, prinsip, prosedur, dalil maupun praktek dari ilmu itu sendiri sehingga tujuan dari penelitian verifikatif dalam penelitian ini untuk memperoleh kebenaran dari sebuah hipotesis yang dilaksanakan melalui pengumpulan data di lapangan (Arifin, 2014).

Teknik analisis data verifikatif dalam penelitian ini digunakan untuk melihat pengaruh *experience quality* (X) terhadap *behavioral intention* (Y). langkah-langkah yang akan dilakukan dalam kegiatan analisis data dalam penelitian ini yaitu:

1. Menyusun Data

Memeriksa nama dan kelengkapan identitas responden, serta memeriksa kelengkapan data yang diisi oleh responden untuk mengetahui karakteristik responden.

2. Tabulasi Data

Memberi skor pada item, menjumlahkan skor pada setiap item, menyusun ranking skor pada setiap variabel penelitian.

3. Menganalisis Data

Proses pengolahan data dengan menggunakan rumus statistik, menginterpretasikan data agar diperoleh suatu kesimpulan.

4. Pengujian Hipotesis Analisis Regresi Linier Berganda

Pengujian hipotesis yang digunakan pada penelitian ini adalah regresi linier berganda yang dirumuskan sebagai berikut.

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$$

Keterangan:

Y = Beta (β)

a = Konstanta

b_1, b_2, b_3, b_4 = Koefisien determinasi

$X_1 = escapism$

$X_2 = relaxation$

$X_3 = enjoyment$

$X_4 = involvement$

e = Error

Teknik analisis regresi linier berganda dilakukan melalui prosedur kerja sebagai berikut:

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui data variabel X dan variabel Y pada persamaan regresi yang dihasilkan, apakah berdistribusi normal atau tidak normal (Nuryadi et al., 2017a). Model regresi yang baik adalah model regresi yang memiliki distribusi normal atau mendekati normal, sehingga layak dilakukan pengujian secara statistik. Pengujian normalitas data menggunakan *Test of Normality Kolmogorov-Smirnov*. Rumus untuk menguji normalitas menggunakan rumus Kolmogorov-Smirnov, sebagai berikut:

$$D = | F_s(x) - F_t(x) | \max$$

Sumber: (Nuryadi et al., 2017b)

Keterangan :

F_s = distribusi frekuensi kumpulan sampel

F_t = distribusi frekuensi kumpulan teoritis

Data berdistribusi normal, jika nilai *asympt.sig* (signifikansi) $> 0,05$ sedangkan data berdistribusi tidak normal, jika nilai *asympt.sig* (signifikansi) $< 0,05$.

b. Uji Asumsi Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui ketidaksamaan *varians* dari *residual* satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi memiliki syarat tidak adanya kendala atau gejala heteroskedastisitas (Nisfiannoor, 2009a). Untuk menguji ada tidaknya heteroskedastisitas digunakan *Glajser*, yaitu dengan mengkorelasikan variabel independen terhadap nilai *absolut* dari *residual* (*error*). Dasar pengambilan keputusan dalam uji heteroskedastisitas adalah:

- Tidak terjadi heteroskedastisitas, jika nilai t hitung lebih kecil dari tabel dan nilai signifikansi lebih besar dari 0,05.
- Terjadi heteroskedastisitas, jika nilai t hitung lebih besar dari t tabel dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05.

c. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas adalah untuk melihat terdapatnya korelasi yang tinggi antara masing-masing variabel bebas dalam model regresi linier berganda (Nisfiannoor, 2009b). Multikolinieritas biasanya terjadi ketika sebagian besar atau seluruh variabel saling berkaitan. Untuk mengukur multikolinieritas dapat dilihat dengan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF). Dasar pengambilan keputusan dalam uji multikolinearitas adalah:

- Melihat nilai *tolerance*
 - Tidak terjadi multikolinearitas, jika nilai *tolerance* lebih besar 0,10.
 - Terjadi multikolinearitas, jika nilai *tolerance* lebih kecil atau sama dengan 0,10.
- Melihat nilai VIF (*Variance Inflation Factor*)
 - Tidak terjadi multikolinearitas, jika nilai VIF lebih kecil 10,00.
 - Terjadi multikolinearitas, jika nilai VIF lebih besar atau sama dengan 10,00.

d. Uji Asumsi Autokorelasi

Uji autokorelasi digunakan untuk mengidentifikasi adanya korelasi antara suatu periode dengan periode sebelumnya. Jika terjadi korelasi, maka dinamakan

ada *problem* autokorelasi (Nisfiannoor, 2009b). Untuk mendeteksi autokorelasi dapat dilakukan dengan uji *Durbin Watson* (DW). Hasil perhitungan *Durbin-Watson* (DW) dibandingkan dengan nilai-nilai tabel pada $\alpha = 0,05$.

e. Uji Linieritas

Uji linieritas dilakukan untuk mengidentifikasi apakah terdapat hubungan antara variabel independen dan variabel dependen bersifat linier. Jika hubungan tidak linier maka korelasi yang didapatkan bisa sangat rendah, meskipun sebenarnya korelasinya bisa tinggi (Nisfiannoor, 2009b). Dasar pengambilan keputusan dalam uji linearitas adalah:

- Jika nilai probabilitas $< 0,05$, maka hubungan antara variabel X dengan Y adalah linear.
- Jika nilai probabilitas $> 0,05$, maka hubungan antara variabel X dengan Y adalah tidak linear.

6. Analisis Korelasi

Analisis korelasi adalah sebuah metode yang digunakan untuk menemukan hubungan antara dua variabel atau lebih yang diungkapkan dalam tingkat hubungan atau derajat kekeratan antar variabel tersebut. Menurut (Sekaran & Bougie, 2016b) korelasi positif atau searah (direct) yang sempurna (perfect positive correlation) antara dua variabel dapat diidentifikasi dengan koefisien korelasi yang mendekati atau sama dengan +1. Hal ini menunjukkan bahwa perubahan skor yang tinggi dalam satu variabel disertai oleh perubahan ekuivalen dalam arah yang sama pada variabel lainnya, tanpa kecuali. Apabila terdapat hubungan tersebut, perubahan-perubahan yang terjadi pada variabel X akan mengakibatkan terjadinya perubahan pada variabel lainnya (Y). Adapun rumus yang digunakan dalam penelitian ini adalah Korelasi *Product Moment* sebagai berikut:

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

((Naresh K. Malhotra, Daniel Nunan, 2017)

Keterangan:

r_{xy} = Koefisien korelasi *product moment*

n = Jumlah sampel

Σ	= Kuadrat faktor variabel X
ΣX^2	= Kuadrat faktor variabel X
ΣY^2	= Kuadrat faktor variabel Y
ΣXY	= Jumlah perkalian faktor korelasi variabel X dan Y
Dimana: r_{xy}	= Koefisien korelasi antara variabel X dan variabel Y, dua variabel yang dikorelasikan.

Adapun interpretasi hasil untuk perhitungan analisis korelasi adalah seperti dalam table 3.5 berikut ini:

TABEL 3.5
INTERPRETASI KORELASI

Besarnya Nilai	Interpretasi
0.00 – 0.199	Sangat Rendah
0.20 – 0.399	Rendah
0.40 – 0.599	Cukup
0.60 – 0.799	Kuat
0.80 – 1.000	Sangat Kuat

Sumber: (Malhotra, 2014)

7. Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel X terhadap variabel Y secara parsial. Rumus koefisien determinasi sebagai berikut:

$$Kd = R_s^2 \times 100\%$$

(Riduwan & Sunarto, 2017)

Keterangan:

Kd= Besar atau jumlah koefisien determinasi

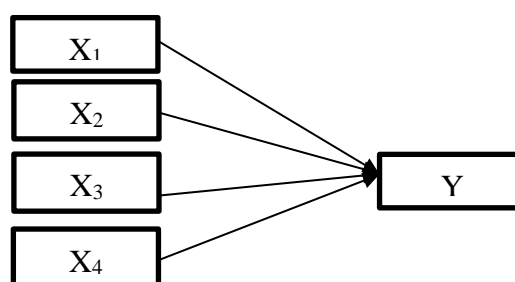
R_s^2 = Nilai koefisien korelasi (Korelasi *Product Moment*)

Jika Kd mendekati nol (0), berarti pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen lemah dan jika Kd mendekati satu (1), berarti pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen kuat.

3.2.8 Pengujian Hipotesis

Dalam penelitian kuantitatif, terdapat dua jenis hipotesis yang umum digunakan. Pertama, hipotesis satu variabel yang berfokus pada hubungan atau perbedaan antara variabel tunggal. Kedua, terdapat hipotesis dua atau lebih variabel yang dikenal sebagai hipotesis kausal, yang memeriksa hubungan sebab-akibat antara dua atau lebih variabel (Priyono, 2016). Pengujian hipotesis adalah metode untuk melakukan penilaian yang ketat terhadap pernyataan yang dihasilkan dari kerangka teoritis yang berlaku (Sekaran & Bougie, 2016a). Tahap terakhir dalam analisis data yaitu pengujian hipotesis, yang mempunyai tujuan untuk mengetahui hubungan yang jelas dan dapat dipercaya antara variabel bebas *experience quality* (X) dengan variabel terikat *behavioral intention* (Y).

Dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda yang digunakan untuk mengetahui pengaruh antara variabel bebas (X) yaitu *experience quality* yang terdiri dari *escapism* (X1), *relaxation* (X2), *enjoyment* (X3), dan *involvement* (X4) terhadap variabel *dependent* (Y) yaitu *behavioral intention*. Maka terlebih dahulu hipotesis konseptual digambarkan dalam sebuah paradigma yang dapat dilihat pada gambar berikut:



GAMBAR 3. 1
ANALISIS REGRESI LINIER BERGANDA

Keterangan:

X1 = *escapism*

- X2 = *relaxation*
 X3 = *enjoyment*
 X4 = *involvement*
 Y = *behavioral intention*

Tahap terakhir dari analisis data adalah melakukan pengujian hipotesis untuk menentukan apakah terdapat hubungan yang signifikan dan dapat dipercaya antara variabel bebas dan variabel terikat. Dalam pengujian ini, kesimpulan akan diambil berdasarkan penerimaan atau penolakan hipotesis nol (H_0) yang telah dirumuskan, serta penerimaan hipotesis alternatif (H_a). Rancangan hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Pengujian Hipotesis secara Simultan (Uji F)

Pengujian hipotesis ini dengan menggunakan uji F dihitung dengan rumus:

H_0 : $PYX = 0$ artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara *experience quality* yang terdiri dari *escapism, relaxation, enjoyment* dan *involvement* terhadap *revisit intention* pada Taman Nasional Gunung Gede Pangrango.

H_a : $PYX \neq 0$ artinya terdapat terdapat pengaruh yang signifikan antara *experience quality* yang terdiri dari *escapism, relaxation, enjoyment* dan *involvement* terhadap *behavioral intention* pada Ranca Upas.

Pengujian hipotesis secara simultan dengan menggunakan uji F dihitung dengan rumus:

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

Sumber: Naresh K. Malhotra dan David F. Birks, 2013

Keterangan:

R = Nilai korelasi

m = Jumlah Variabel Dependen

n = Jumlah sampel

Kriteria pengambilan keputusan untuk hipotesis yang diajukan adalah:

- a. Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_a ditolak artinya *experience quality* berpengaruh terhadap *behavioral intention*.

b. Jika $F_{hitung} > < F_{tabel}$, maka H_a diterima artinya *experience quality* tidak berpengaruh terhadap *behavioral intention*.

b. Pengujian Hipotesis secara Parsial (Uji T)

Menurut (Ghozali, 2013) uji t digunakan untuk menguji seberapa jauh pengaruh variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini secara individual dalam menerangkan variabel terikat secara parsial. Pengujian hipotesis ini dengan menggunakan uji t dihitung dengan rumus:

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

Sumber: Naresh K. Malhotra dan David F. Birks

Keterangan:

r = Nilai Korelasi

n = jumlah responden

r² = besarnya pengaruh

Kriteria pengambilan keputusan untuk hipotesis yang diajukan adalah:

1. H_0 : $PYX1 = 0$, artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan *escapism* terhadap *behavioral intention*.
 H_a : $PYX1 \neq 0$, artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara *escapism* terhadap *behavioral intention*.
2. H_0 : $PYX2 = 0$, artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara *relaxation* terhadap *behavioral intention*.
 H_a : $PYX2 \neq 0$, artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara *relaxation mind* terhadap *behavioral intention*.
3. H_0 : $PYX3 = 0$, artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara *enjoyment* terhadap *behavioral intention*.
 H_a : $PYX3 \neq 0$, artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara *enjoyment* terhadap *behavioral intention*.
4. H_0 : $PYX3 = 0$, artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara *involvement* terhadap *behavioral intention*.

5. $H_a : \text{PYX3} \neq 0$, artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara *involvement* terhadap *behavioral intention*.