

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **3.1 Objek Penelitian**

Menurut Sugiyono (2015) mengemukakan bahwa objek penelitian merupakan suatu bentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk mencapai sebuah informasi tentang hal yang diteliti. Penelitian ini meneliti tentang pengaruh *memorable tourism experience* terhadap *behavioral intention* wisatawan yang berkunjung ke destinasi wisata Situ Cipanten di Kabupaten Majalengka. Objek penelitian yang menjadi variabel independen yaitu *memorable tourism experience* (X) dan variabel dependen yaitu *behavioral intention* (Y). Penelitian ini secara wilayah mengambil lokasi di destinasi wisata Situ Cipanten Kabupaten Majalengka dan respondennya ialah wisatawan yang pernah berkunjung ke Situ Cipanten, pengelola destinasi wisata, dan masyarakat setempat di Desa Gunung Kuning Kecamatan Kabupaten Majalengka.

#### **3.2 Metode Penelitian**

##### **3.2.1 Jenis, Metode, dan Pendekatan Penelitian**

Penelitian pada hakikatnya merupakan cara ilmiah untuk menghasilkan data yang mana bertujuan untuk memecahkan masalah yang ada. Berdasarkan variabel-variabel yang telah disebutkan sebelumnya, maka jenis penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif. Menurut Arikunto (2019) penelitian deskriptif adalah penelitian yang bertujuan untuk menyelidiki keadaan, kondisi atau hal lain-lain yang dipaparkan dalam bentuk laporan penelitian. Pada penelitian ini menggunakan *mixed method research*, dimana pendekatan penelitiannya menggabungkan penelitian kualitatif dan penelitian kuantitatif (Creswell, 2010). Menurut Sugiyono (2011), *mixed method research* adalah metode penelitian dimana dua metode digabungkan secara bersamaan dalam kegiatan penelitian agar data lebih lengkap, valid, reliabel dan objektif. Pada penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian jenis kelingkungan atau *ecological approach* yang merupakan suatu pendekatan terhadap keterkaitan hubungan antara makhluk hidup dengan lingkungan dalam suatu ruang.

Berdasarkan jenis penelitian deskriptif dan verifikatif dilaksanakan melalui pengumpulan data di lapangan maka, metode penelitian yang digunakan adalah penelitian eksplanatori. Menurut Sugiyono (2017) *explanatory research* adalah metode penelitian yang tujuannya untuk menjelaskan kedudukan variabel yang diteliti dan pengaruh variabel yang satu terhadap variabel lainnya. Alasan utama peneliti ini menggunakan metode *explanatory research* adalah untuk menguji hipotesis yang diajukan. Diharapkan penelitian ini dapat memperjelas pengaruh antara variabel bebas dan terikat dalam hipotesis.

### 3.2.2 Operational Variabel

Menurut Sugiyono (2009) mengungkapkan bahwa operational variabel penelitian merupakan atribut atau sifat atau nilai atau objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang telah diputuskan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya. Penelitian ini memiliki variabel yang akan diteliti dan bersifat saling mempengaruhi. Variabel *dependent* (terpengaruh) merupakan variabel yang dijadikan sebagai faktor yang dipengaruhi oleh sebuah atau sejumlah variabel lain. Sedangkan variabel *independent* (mempengaruhi) ialah variabel yang berperan memberi pengaruh kepada variabel lain (Hagul: 1989: 51).

Menurut Silaen (2018) menunjukkan bahwa variabel penelitian adalah konsep yang memiliki nilai atau nilai variabel yang berbeda, yaitu sifat, karakteristik, atau fenomena yang dapat merujuk pada sesuatu yang dapat diamati atau diukur yang mengubah atau bervariasi nilainya. Diadaptasi dari penelitian terdahulu indikator – indikator yang digunakan dalam penelitian milik (Zhang et al., 2018) terdapat tujuh dimensi yang diteliti yaitu *hedonism, local culture, novelty, refreshment, knowledge, involvement, dan meaningfulness* sebagai variabel bebas dan teori *behavioral intention* dan adaptasi dari (Saha & Theingi, 2009) yaitu *word of mouth* kepada orang lain dan niat berkunjung kembali. Secara lebih rinci operasionalisasi variabel dalam penelitian ini disajikan dalam tabel 3.1 sebagai berikut:

Tabel 3.1  
Operational Variabel

Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	Nomor Item
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
<i>Memorable Tourism Experience</i> (X)	<i>Hedonism</i> (X1)	Kesenangan	Tingkat merasa senang yang dirasakan karena memiliki pengalaman baru selama di Situ Cipanten	Skala Ordinal	1
		Kegembiraan	Tingkat bahagia dengan kegiatan wisata selama berwisata di Situ Cipanten	Skala Ordinal	2
		Kenangan	Tingkat menikmati segala pertunjukkan yang disajikan yang dinikmati setelah mengunjungi Situ Cipanten	Skala Ordinal	3
	<i>Refreshment</i> (X2)	Kebebasan diri	Tingkat kebebasan diri yang dirasakan dari rutinitas sehari-hari ketika mengunjungi Situ Cipanten	Skala Ordinal	4
		Kesegaran fisik	Tingkat kesegaran pikiran yang dirasakan setelah mengunjungi Situ Cipanten	Skala Ordinal	5
		Kesegaran fisik	Tingkat kebugaran yang dirasakan setelah mengunjungi Situ Cipanten	Skala Ordinal	6
	<i>Novelty</i> (X3)	Unik	Tingkat keunikan Situ Cipanten dibandingkandengan destinasi wisata lain.	Skala Ordinal	7
		Pengalaman baru	Tingkat pengalaman baru dari wisata sebelumnya ketika mengunjungi Situ Cipanten	Skala Ordinal	8
		Pertualangan	Tingkat petualangan yang dirasakan ketika melakukan aktivitas di Situ Cipanten	Skala Ordinal	9
	<i>Knowledge</i> (X4)	Pengetahuan	Pengetahuan baru yang didapatkan dari berwisata ke Situ Cipanten	Skala Ordinal	10
		Nilai pengetahuan	Tingkat nilai pengetahuan yang didapatkan dari berwisata ke Situ Cipanten	Skala Ordinal	11
		Informasi baru	Memperoleh banyak informasi selama di Situ Cipanten	Skala Ordinal	12
	<i>Involvement</i> (X5)	Ketertarikan	Tingkat ketertarikan terhadap aktifitas yang bisa dilakukan di Situ Cipanten	Skala Ordinal	13

Egy Herdiana, 2023

**PENGARUH MEMORABLE TOURISM EXPERIENCE TERHADAP BEHAVIORAL INTENTION WISATAWAN DI DESTINASI WISATA SITU CIPANTEN KABUPATEN MAJALENGKA**

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

Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	Nomor Item	
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	
		Menikmati aktivis	Menikmati kegiatan yang ingin di lakukan di Situ Cipanten	Skala Ordinal	14	
		Keterlibatan	Situ Cipanten merupakan tempat dimana saya ingin sekali di kunjungi	Skala Ordinal	15	
	<i>Meaningfulness (X6)</i>	Perasaan nyaman	Tingkat rasa nyaman terhadap aktifitas yang bisa dilakukan di Situ Cipanten	Skala Ordinal	16	
		Perasaan ketenangan	Tingkat ketenangan yang dialami dalam aktifitas di Situ Cipanten	Skala Ordinal	17	
		Hal-hal yang bermakna	Ketika berada di Situ Cipanten melakukan hal-hal yang berarti/penting	Skala Ordinal	18	
	<i>Local Culture (X7)</i>	Nilai Sosial	Tingkat merasakan nilai sosial terhadap aktifitas yang bisa dilakukan di Situ Cipanten	Skala Ordinal	19	
		Pengalaman mengenai budaya lokal	Mengalami pengalaman mengenal budaya local setempat saat di Situ Cipanten	Skala Ordinal	20	
		Keramahan masyarakat	Merasakan keramahan masyarakat selama di Situ Cipanten	Skala Ordinal	21	
	<i>Behavioral Intention (Y)</i>	<i>Revisit Intention (Y1)</i>	Keinginan untuk berkunjung kembali	Saya memiliki keinginan untuk berkunjung kembali ke Situ Cipanten	Skala Ordinal	22
			Keinginan untuk mempertimbangkan objek wisata sebagai pilihan destinasi	Saya bersedia untuk menempatkan Situ Cipanten sebagai pilihan utama untuk di kunjungi kembali	Skala Ordinal	23
Motivasi dari menikmati pengalaman dan aktivitas yang dilakukan			Saya bersedia untuk berkunjung kembali ke Situ Cipanten	Skala Ordinal	24	
<i>Intention to Recommended (Y2)</i>		Kesediaan mengajak orang lain untuk berkunjung	Saya bersedia untuk merekomendasikan Situ Cipanten kepada orang lain sebagai pilihan untuk berwisata	Skala Ordinal	25	

Egy Herdiana, 2023

**PENGARUH MEMORABLE TOURISM EXPERIENCE TERHADAP BEHAVIORAL INTENTION WISATAWAN DI DESTINASI WISATA SITU CIPANTEN KABUPATEN MAJALENGKA**

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

Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	Nomor Item
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
		Kesediaan memberikan tanggapan yang positif	Saya bersedia untuk membicarakan hal-hal positif tentang Situ Cipanten	Skala Ordinal	26
		Kesediaan untuk merekomendasikan kepada orang lain	Tingkat Frekuensi untuk merekomendasikan Situ Cipanten orang lain	Skala Ordinal	27

### 3.3 Jenis dan Sumber Data

Arikunto (2013) mengungkapkan bahwa sumber data merupakan subjek dari mana data dapat diperoleh berupa informasi yang di dapat. Berdasarkan sumbernya untuk keperluan penelitian ini, jenis dan sumber data diperlukan dikelompokkan ke dalam 2 golongan yaitu:

#### 1. Data Primer

Menurut Husein (2013) menyatakan data primer merupakan data yang telah diolah lebih lanjut dan disajikan oleh pihak pengumpul data primer atau oleh pihak lain. Sedangkan menurut Sugiyono (2018) data primer merupakan sumber data yang secara langsung kepada peneliti data. Pada penelitian ini, sumber data primer yang akan diambil berupa tanggapan dari wisatawan terhadap *memorable tourism experience* serta tanggapan responden mengenai *behavioral intention* di kawasan destinasi alam Situ Cipanten Kabupaten Majalengka. Selain itu juga melakukan wawancara kepada pihak terkait diantaranya Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Majalengka, pengelola destinasi wisata dan masyarakat setempat.

#### 2. Data Sekunder

Menurut Sugiyono (2018) mengungkapkan bahwa data sekunder merupakan data penelitian yang didapatkan secara tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data sekunder ini dapat berupa bukti, catatan, penelitian, ataupun laporan yang telah tersusun yang berhubungan dengan penelitian yang akan dilaksanakan

Mengenai data dan sumber data yang akan digunakan dalam penelitian ini, maka peneliti mengumpulkan dan menyajikannya dalam bentuk tabel 3.1 berikut:

Tabel 3.2  
Jenis Dan Sumber Data Penelitian

No.	Data Penelitian	Jenis Data	Sumber Data
1.	Data kunjungan wisatawan nusantara ke Jawa Barat 2018-2020	Sekunder	Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Jawa Barat
2.	Data kunjungan wisatawan nusantara di Situ Cipanten	Sekunder	Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Majalengka
3.	Hal-hal yang berhubungan dengan <i>memorable tourism experience</i> dan <i>behavioral intention</i>	Sekunder	E-book dan Artikel Jurnal
4.	Tanggapan responden terhadap <i>memorable tourism experience</i> di kawasan wisata alam Situ Cipanten Kabupaten Majalengka	Primer	Kuesioner kepada pengunjung
5.	Tanggapan responden terhadap <i>behavioral intention</i> di kawasan wisata alam Situ Cipanten Kabupaten Majalengka.	Primer	Kuesioner kepada pengunjung
6.	Tanggapan dari hasil wawancara dalam membangun <i>memorable tourism experience</i> .	Primer	Pengelola Destinasi, dan masyarakat.

Sumber: Pengolahan data, 2022

### 3.4 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

#### 3.4.1 Populasi

Data populasi digunakan untuk mengambil keputusan untuk digunakan pengujian hipotesis. Menurut Silaen (2018), populasi adalah keseluruhan objek atau individu dengan sifat-sifat tertentu yang akan diteliti. Pengumpulan data selalu berkaitan dengan objek yang diteliti, baik itu objek, orang dan kegiatannya atau peristiwa. Populasi dalam penelitian ini adalah wisatawan nusantara yang berkunjung ke Situ Cipanten pada masa pandemi pada periode bulan Maret 2020 sampai Maret 2022.

### 3.4.2 Sampel

Menurut Silaen (2018) mengungkapkan bahwa sampel merupakan data yang diambil dengan cara tertentu dari sebagian populasi untuk diamati karakteristiknya, lalu ditarik kesimpulannya sebagai mewakili populasi. Berdasarkan pengertian tersebut, maka sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah bagian dari populasi penelitian. Untuk menentukan sampel dari suatu populasi, harus dilakukan pengukuran yang dapat menghasilkan angka. Menghitung sampel dilakukan dengan menggunakan rumus Slovin yaitu sebagai berikut:

Rumus:

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

Keterangan

$n$  = Ukuran sampel

$N$  = Ukuran populasi

$e$  = Kesalahan sampel yang dapat ditolerir

Berdasarkan rumus Slovin, maka sampel ukuran pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{240}{1 + 240 \cdot 0,05^2} = 150$$

Setelah dilakukan perhitungan menggunakan rumus Slovin, maka diketahui bahwa jumlah sampel minimal yang dibutuhkan dalam penelitian ini berjumlah 150 orang.

### 3.4.3 Teknik Sampling

Teknik sampling adalah cara pengambilan sampel untuk menentukan sampel mana yang akan digunakan dalam suatu penelitian. Menurut Sekaran & Roger (2010), sampling adalah proses pemilihan sejumlah item yang benar dari suatu populasi dengan mengidentifikasi sampel dan ciri-ciri serta karakteristik untuk menyamaratakan objek populasi. Teknik sampling terdiri dari *probability sampling* dan *non-probability sampling*. Sampel probabilitas dari elemen populasi memiliki peluang untuk dipilih, sedangkan sampel non-probabilitas dari setiap



elemen tidak memiliki probabilitas yang telah ditentukan atau diketahui untuk dipilih (Sekaran & Bougie, 2016).

Dalam penelitian ini ukuran sampel dihitung menggunakan rumus skala likert. Menurut Sugiyono (2014) Skala Likert mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Berdasarkan perhitungan rumus tersebut dengan *margin of error* 5%, maka jumlah responden yang digunakan sebagai sampel penelitian adalah 150 responden. Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *systematic random sampling*. *Systematic random sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang digunakan ketika peneliti menerima data pada populasi yang besar dan tidak memiliki alat untuk mengumpulkan data acak. Teknik pengambilan sampel dilakukan sebagai berikut:

1. Menentukan populasi sasaran, pada penelitian ini yang menjadi populasi sasaran adalah wisatawan nusantara yang berkunjung dan melakukan aktivitas wisata di Situ Cipanten Kabupaten Majalengka.
2. Melihat unggahan sosial media berupa Instagram, para wisatawan nusantara yang berkunjung ke Situ Cipanten dengan mengunggah *instastory*, *feeds*, maupun *reels* di Instagram.
3. Menentukan waktu yang akan digunakan untuk menentukan sampling, dalam penelitian ini waktu yang digunakan oleh peneliti adalah pada waktu jam istirahat.
4. Uji coba angket kepada responden secara daring maupun luring.

Tabel 3.3  
Skala Likert

Pilihan Jawaban	Skor
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Ragu-ragu	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Sumber: Sugiyono (2017)

Angka 1 menunjukkan bahwa responden tidak mendukung pertanyaan yang diberikan sedangkan angka 5 menunjukkan bahwa responden mendukung pertanyaan yang diberikan.

### 3.5 Teknik Pengumpulan Data

Menurut Riduwan (2010), teknik pengumpulan data adalah cara atau metode pengumpulan data dengan cara yang dapat peneliti gunakan untuk mengumpulkan data. Untuk mengumpulkan informasi yang berkaitan dengan subjek penelitian untuk membantu penelitian, peneliti mengumpulkan informasi dengan cara sebagai berikut:

#### 1. Wawancara

Wawancara merupakan tanya jawab antara narasumber dengan meneliti untuk mendapatkan data fakta yang ada. Teknik wawancara yang digunakan secara langsung dari responden.

#### 2. Observasi

Observasi pada dasarnya adalah kegiatan yang menggunakan panca indera, yang dapat berupa penglihatan, penciuman dan pendengaran, untuk memperoleh informasi yang diperlukan untuk memecahkan suatu masalah penelitian. Menurut Moleong (2007), observasi memungkinkan peneliti merasakan apa yang dirasakan dan dialami subjek. Untuk membentuk pengetahuan umum, baik dari sisinya maupun dari subjeknya. Keuntungan menggunakan teknik observasi adalah pengalaman mendalam yang memungkinkan peneliti terlibat langsung dengan topik penelitian. Kuesioner Menurut Sugiyono (2014: 230), kuesioner adalah teknik pengumpulan data dengan cara peneliti memberikan daftar pertanyaan atau pernyataan yang tertulis untuk dijawab oleh responden.

#### 3. Studi literatur

Studi literatur adalah pengumpulan informasi melalui jurnal, buku, jurnal dan *website* untuk memperoleh informasi tentang teori dan konsep yang memiliki masalah penelitian atau variabel yang diteliti..

Untuk mengetahui lebih jelas bagaimana teknik pengumpulan data dalam penelitian ini, maka peneliti mengumpulkan dan menyajikan dalam tabel berikut:

Tabel 3.4  
Teknik Pengumpulan Data

No.	Teknik Pengumpulan Data	Sumber Data
1	Wawancara	Pengelola destinasi, dan masyarakat
2	Observasi	pelaksanaan implementasi <i>memorable tourism experience</i> dan <i>behavioral intention</i> di Situ Cipanten
3	Kuesioner	Wisatawan nusantara yang berkunjung ke Situ Cipanten pada masa pandemi
4	Studi Literatur	Jurnal, buku, skripsi, makalah, artikel terkait

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2022

### 3.6 Pengujian Validitas dan Reliabilitas

#### 3.6.1 Pengujian Validitas

Menurut Sugiyono (2017), instrumen yang valid berarti instrumen pengukuran yang digunakan untuk mengumpulkan (mengukur) data itu valid. Valid berarti instrument tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang perlu diukur. Pita pengukur yang valid dapat digunakan untuk mengukur panjang secara akurat, karena pita pengukur benar-benar alat untuk mengukur panjang. Penghitung menjadi tidak valid jika digunakan untuk mengukur berat. Untuk menentukan jumlah responden pengujian alat, peneliti menggunakan jumlah keseluruhan subjek penelitian yaitu 150 orang. Uji validitas dalam penelitian ini, menggunakan *Product Moment Pearsons* pengolahan data yang dilakukan dengan bantuan program SPSS

Keputusan pengujian validitas item instrumen, adalah sebagai berikut:

1. Nilai  $r$  dibandingkan dengan harga  $r_{tabel}$  dengan  $dk = n - 2$  dan taraf signifikansi  $\alpha = 0,05$
2. Item yang diteliti dikatakan valid jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$
3. Item yang diteliti dikatakan tidak valid jika  $r_{hitung} < r_{tabel}$

Perhitungan validitas faktor alat dilakukan dengan menggunakan program SPSS (*Statistical Products for Service Solutions*) 20 for windows Untuk mengadakan interpretasi mengenai besarnya koefisien korelasi dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3.5  
Interpretasi Besarnya Koefisien Korelasi

Besarnya Nilai	Interpretasi
0,00 – 0,199	Sangat Rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 - 1,000	Sangat Kuat

Sumber: Sugiyono (2016)

Diperoleh hasil pengujian validitas dari item pertanyaan yang diajukan oleh peneliti menggunakan perhitungan SPSS 20 *for windows* dapat dilihat pada tabel 3.6 sebagai berikut:

Tabel 3.6  
Hasil Pengujian Validitas *Memorable Tourism Experience* dan *Behavioral Intention*

No	Pertanyaan	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
<b><i>Memorable Tourism Experience</i></b>				
<b><i>A. Hedonism</i></b>				
1	Saya merasa senang memiliki pengalaman baru selama di Situ Cipanten	0.763	0.159	Valid
2	Saya merasa bahagia ketika melakukan kegiatan wisata di Situ Cipanten	0.717	0.159	Valid
3	Saya menikmati segala petunjukkan yang disajikan ketika mengunjungi Situ Cipanten dibandingkan sebelum Covid-19	0.758	0.159	Valid
<b><i>B. Refreshment</i></b>				
4	Saya merasa kebebasan diri yang dirasakan dari rutinitas sehari-hari ketika mengunjungi Situ Cipanten	0.753	0.159	Valid
5	Saya merasakan kesegaran pikiran setelah mengunjungi Situ Cipanten	0.787	0.159	Valid
6	Saya merasakan kebugaran setelah mengunjungi Situ Cipanten	0.792	0.159	Valid
<b><i>C. Novelty</i></b>				
7	Saya menemukan keunikan Situ Cipanten dibandingkan dengan destinasi wisata lain	0.705	0.159	Valid
8	Saya mendapatkan pengalaman baru ketika mengunjungi Situ Cipanten	0.811	0.159	Valid
9	Saya mendapatkan petualangan baru yang dirasakan ketika melakukan aktivitas di Situ Cipanten	0.798	0.159	Valid
<b><i>D. Knowledge</i></b>				

No	Pertanyaan	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
10	Saya mendapatkan pengetahuan baru setelah berwisata ke Situ Cipanten	0.790	0.159	Valid
11	Saya mendapatkan nilai pengetahuan dari berwisata ke Situ Cipanten	0.849	0.159	Valid
12	Saya memperoleh banyak informasi selama di Situ Cipanten	0.766	0.159	Valid
<b>E. Involvement</b>				
13	Saya mendapatkan ketertarikan terhadap aktifitas yang bisa dilakukan di Situ Cipanten	0.816	0.159	Valid
14	Saya menikmati kegiatan yang ingin di lakukan di Situ Cipanten	0.789	0.159	Valid
15	Situ Cipanten merupakan tempat dimana saya ingin sekali di kunjungi	0.808	0.159	Valid
<b>F. Meaningfulness</b>				
16	Saya merasakan rasa nyaman terhadap aktifitas yang bisa dilakukan di Situ Cipanten	0.809	0.159	Valid
17	Saya merasakan ketenangan yang dialami dalam aktifitas di Situ Cipanten	0.756	0.159	Valid
18	Ketika berada di Situ Cipanten, saya melakukan hal-hal yang berarti/penting	0.827	0.159	Valid
<b>G. Local Culture</b>				
19	Saya merasakan nilai sosial terhadap aktifitas yang bisa dilakukan di Situ Cipanten	0.827	0.159	Valid
20	Saya mendapatkan pengalaman mengenal budaya lokal setempat saat di Situ Cipanten	0.745	0.159	Valid
21	Saya merasakan keramahan masyarakat selama di Situ Cipanten	0.767	0.159	Valid
<b>Behavioral Intention</b>				
<b>A. Revisit to Intention</b>				
22	Saya memiliki keinginan untuk berkunjung kembali ke Situ Cipanten	0,856	0.159	Valid
23	Saya bersedia untuk menempatkan Situ Cipanten sebagai pilihan utama untuk di kunjungi kembali	0,756	0.159	Valid
24	Saya bersedia untuk berkunjung kembali ke Situ Cipanten	0,855	0.159	Valid
<b>B. Intention to Recommend</b>				
25	Saya bersedia untuk merekomendasikan Situ Cipanten kepada orang lain sebagai pilihan untuk berwisata	0,840	0.159	Valid
26	Saya bersedia untuk membicarakan hal-hal positif tentang Situ Cipanten	0,818	0.159	Valid
27	Tingkat frekuensi untuk merekomendasikan Situ Cipanten kepada orang lain	0,835	0.159	Valid

Berdasarkan hasil tabel di atas, dapat diketahui bahwa angket *memorable tourism experience* dan *behavioral intention* yang telah disusun oleh peneliti menunjukkan hasil perolehan  $r_{hitung} > r_{tabel}$ . Sehingga dapat dikatakan bahwa angket tersebut valid.

### 3.6.2 Pengujian Reabilitas

Menurut Uma dan Roger (2016), reliabilitas adalah uji konsistensi yang digunakan suatu alat ukur untuk mengukur konsep yang diukurnya. Reliabilitas mengacu pada pengertian bahwa suatu instrumen dapat dipercaya cukup untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena alat tersebut baik. Reliabilitas adalah ketelitian alat ukur (Silalahi, 2010). Reliabilitas menguji sejauh mana skala menghasilkan hasil yang konsisten ketika pengukuran berulang dilakukan pada variabel yang sama. Dalam penelitian ini reliabilitas dicari dengan menggunakan rumus alpha atau *Cronbach's alpha* ( $\alpha$ ) karena alat angket yang digunakan adalah interval antara beberapa nilai, dalam hal ini menggunakan skala Likert dari 1 sampai dengan 5. Menurut Sekaran (2016) *cronbach alpha* adalah koefisien kehandalan yang menunjukkan seberapa baik item dalam suatu kumpulan secara positif berkorelasi satu sama lain. *Cronbach alpha* dihitung dalam rata-rata inter korelasi antar item yang mengukur konsep. Semakin dekat *cronbach alpha* dengan 1, semakin tinggi keandalan konsistensi internal. Pengujian reliabilitas dalam penelitian ini 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: Husen Umar (2009)

Keterangan:

$r_{11}$  = reliabilitas instrumen

k = banyak butir pertanyaan

$\sigma t^2$  = varians total

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

Jumlah varian butir tiap pertanyaan dapat dicari dengan cara mencari nilai  $\sum \sigma^2$  2 varians tiap butir yang kemudian dijumlahkan ( $\sum \sigma^2$ ) sebagai berikut:

$$\sigma^2 = \frac{\sum x^2 - \frac{(\sum x)^2}{n}}{n}$$

Sumber: Husen Umar (2009)

Keterangan:

$n$  = jumlah sampel

$\sigma^2$  = nilai varians

$\sum x^2$  = jumlah skor

Keputusan pengujian reliabilitas item instrumen adalah sebagai berikut:

1. Jika koefisien internal seluruh item  $r_{hitung} > r_{tabel}$  dengan tingkat signifikansi 5% maka item pertanyaan dikatakan reliabel.
2. Jika koefisien internal seluruh item  $r_{hitung} < r_{tabel}$  dengan tingkat signifikansi 5% maka item pertanyaan dikatakan tidak reliabel.

Pengujian reliabilitas instrument pada penelitian ini dilakukan dengan menggunakan *software* SPSS versi 20. Pengujian dilakukan dengan menggunakan teknik *Alpha Cronbach*. Apabila angka *Alpha Cronbach* mendekati 1, maka semakin tinggi tingkat reliabilitasnya. Perhitungan reliabilitas pertanyaan dilakukan dengan bantuan SPSS *Statistics* 20 dapat diketahui jika koefisien internal seluruh item  $C\alpha$  hitung  $\geq C\alpha$  minimal dengan tingkat signifikansi 10% maka item pertanyaan dikatakan reliabel karena  $C\alpha$  hitung  $\geq 0,700$ .

Tabel 3.7  
Hasil Pengujian Reliabilitas

No.	Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Minimum Koefisien ( <i>Cronbach's Alpha</i> )	Keterangan
1.	<i>Memorable Tourism Experience</i>	0,968	0,700	Reliabel
2.	<i>Behavioral Intention</i>	0,906	0,700	Reliabel

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2022

Berdasarkan hasil analisis di atas, dapat diketahui bahwa angket *memorable tourism experience* dan *behavioral intention* yang telah disusun oleh peneliti menunjukkan hasil perolehan *Cronbach's Alpha*  $> 0,700$ . Sehingga dapat dikatakan bahwa angket tersebut reliabel.

### 3.7 Teknik Analisis Data

Menurut Sugiyono (2010), teknik analisis data adalah cara menganalisis, mengolah, dan mengukur data untuk tujuan pengujian hipotesis yang telah diajukan dalam penelitian. Oleh karena itu, penelitian ini dapat menarik kesimpulan yang dapat dipahami oleh penulis atau pembaca untuk mencari solusi dari permasalahan tersebut.

#### 3.7.1 Rancangan Teknik Analisis Deskriptif

Menurut Sugiyono (2019), statistik deskriptif digunakan untuk menganalisis data dengan memberikan gambaran atau gambaran tentang data yang telah dikumpulkan. Analisis ini memberikan informasi tentang data yang disimpan, yang dapat dilihat dari mean, standar deviasi, varians, nilai maksimum, nilai minimum, penjumlahan, jangkauan, ambang batas, dan simetri perhitungan. Berdasarkan data yang dianalisis sehingga diperoleh gambaran umum tentang variabel berdasarkan beberapa analisis sebagai berikut:

1. Analisis frekuensi bertujuan untuk memperoleh hitungan jumlah tanggapan dengan nilai yang berbeda antar variabel untuk menunjukkan jumlah dalam persentase.
2. Analisis *cross tabulation* bertujuan untuk menggambarkan dua atau lebih variabel yang memiliki sejumlah kategori yang berbeda
3. 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

Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif untuk mendeskripsikan variabel-variabel penelitian diantaranya analisis deskriptif tentang *memorable tourism experience* dan *behavioral intention* wisatawan di Situ Cipanten. Setelah



dilakukannya analisis deskriptif maka kegiatan analisis data dalam penelitian ini dilakukan melalui beberapa tahap berikut ini:

1. Menyusun data;
2. Memeriksa kesempurnaan dan kebenaran data yang terkumpul;
3. Tabulasi data;
  - a. Memberikan skor pada setiap item,
  - b. Menjumlahkan skor pada setiap item,
  - c. Mengubah jenis data, dan
  - d. Menyusun ranking skor pada setiap variabel penelitian.
4. Menganalisis data;

### **3.7.2 Rancangan Teknik Analisis Verifikatif**

Metode verifikatif menurut Muharto dan Arisandy (2016) mengungkapkan bahwa penelitian ini bertujuan untuk menguji kebenaran atas suatu pengetahuan. Hal tersebut baik berupa konsep, prosedur, prinsip atau praktik keilmuan untuk memperoleh kebenaran dari sebuah hipotesis melalui pengumpulan data di lapangan (Arifin, 2011).

## **3.8 Uji Asumsi Klasik**

### **3.8.1 Uji Normalitas**

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi variabel pengganggu atau residual berdistribusi normal. Menurut Santoso (2017), data yang baik adalah data yang memiliki pola sebaran yang tidak dominan ke kiri atau ke kanan. Ada dua cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal yaitu dengan analisis grafik dan uji statistik menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov dimana residual berdistribusi normal jika signifikan  $> 0,05$  (Imam Ghozali, 2011).

### 3.8.2 Uji Linearitas

Uji linearitas merupakan alat pengujian untuk mengetahui apakah hubungan antar variabel penelitian bersifat linier dan signifikan. Pengujian linearitas merupakan prasyarat untuk menggunakan analisis regresi dan korelasi. Uji linearitas ini juga dapat dilakukan dengan menggunakan aplikasi SPSS pada *Test for Linearity*. Teknik analisis dengan menggunakan nilai signifikansi pada taraf signifikansi 95% ( $\alpha = 0,05$ ) adalah sebagai berikut:

- Jika nilai *Deviation from Linearity sig.*  $> 0,05$  maka variabel memiliki hubungan yang linear
- Jika nilai *Deviation from Linearity sig.*  $< 0,05$  maka variabel memiliki hubungan yang tidak linear.

### 3.9 Pengujian Hipotesis

Menurut pendapat Sugiyono (2017) pengujian hipotesis merupakan suatu cara untuk menemukan jawaban sementara terhadap rumusan masalah. Karena sifatnya masih sementara, maka perlu dibuktikan kebenarannya melalui data yang terkumpul untuk menghasilkan suatu keputusan.

Hipotesis yang di uji pada penelitian ini adalah ada tidaknya pengaruh positif dan signifikan dari *memorable tourism experience* (variabel X) sebagai variabel bebas dengan *behavioral intention* (variabel Y) sebagai variabel terikat. Maka, untuk menguji hipotesis tersebut maka data yang diperoleh menggunakan analisis regresi linear sederhana, uji f dan uji t.

#### 3.9.1 Analisis Regresi Linear Sederhana

Menurut Ghozali (2018) menyatakan bahwa regresi linear sederhana bertujuan untuk menguji satu variabel bebas terhadap satu variabel terikat. Untuk mengetahui sejauh mana pengaruh yang diperkirakan antara *memorable tourism experience* terhadap *behavioral intention* maka dilakukan dengan rumus regresi linear sederhana, yaitu sebagai berikut:

$$\hat{Y} = a + bX$$

Sumber : Sugiyono (2009)

Keterangan :

$\hat{Y}$  = Subjek variabel terikat yang diprediksi

X = Subjek variabel bebas yang mempunyai nilai tertentu

a = Bilangan konstanta regresi untuk X = 0 (nilai y pada saat x nol)

b = Koefisien arah regresi yang menunjukkan angka peningkatan atau penurunan variabel Y bila bertambah atau berkurang 1 unit.

Berdasarkan persamaan diatas, maka nilai a dan b dapat diketahui dengan menggunakan rumus *least square* sebagai berikut:

Rumus untuk mengetahui besarnya nilai a

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

Rumus untuk mengetahui besarnya nilai b

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

Sumber : Sugiyono, (2009)

Dimana :

n = Jumlah Data Sampel

Setelah menghitung dan mengetahui nilai a dan b, nilai tersebut dimasukkan ke dalam rumus persamaan regresi linier sederhana untuk mengetahui perubahan yang terjadi pada variabel Y tergantung dari nilai variabel X. Hal ini bertujuan untuk memperkirakan rata-rata variasi variabel Y untuk setiap variasi X.

### 3.9.2 Uji T

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh secara signifikan antara variabel bebas terhadap variabel terikat. Pada penelitian ini digunakan uji satu pihak kanan dengan tingkat kepercayaan sebesar 0,05. Rumus yang digunakan untuk uji t ini adalah sebagai berikut:

$$t = \frac{b_i}{Sb_i}$$

Sumber : Sugiyono, (2009)

Keterangan :

$$S_{bi} = \sqrt{Sb^2}$$

$$S_{bi} = \frac{s^2yx}{\sum K^2 \frac{(\sum X)^2}{n}}$$

$$S^2yx = \frac{\sum(y - Y)^2}{(n - 2)}$$

$Sb^2 = \text{Varians}$

Untuk menarik kesimpulan dari hipotesis dan untuk memperkuat dalam menganalisis data, peneliti menggunakan uji hipotesis dengan menggunakan program *software SPSS for Windows*. Data hasil Uji t bersumber pada output tabel *One-Sample Test*, kemudian pengujian dilakukan dengan membandingkan antara  $t_{hitung}$  dan  $t_{tabel}$  dengan langkah-langkah sebagai berikut:

1. Merumuskan hipotesis:

Apabila  $\beta < 0$  maka  $H_0$  ditolak, itu berarti bahwa *memorable tourism experience* berpengaruh signifikan terhadap *behavioral intention*.

Apabila  $\beta > 0$  maka  $H_0$  diterima, itu berarti bahwa *memorable tourism experience* tidak berpengaruh signifikan terhadap *behavioral intention*.

2. Menentukan  $t_{hitung}$  dan signifikansi.

Dari output tabel *One-Sample Test* dapat dilihat hasil perolehan  $t_{hitung}$  dan signifikansinya.

3. Menentukan  $t_{tabel}$ .

$t_{tabel}$  dapat dilihat pada tabel statistik, pada tingkat signifikansi 0,05 dengan df 1 (jumlah variabel bebas) = 1, dan df 2 (n-k-1). n adalah jumlah data dan k adalah jumlah variabel independen.

4. Kriteria pengujian:

- a. Jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima
- b. Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak

- c. Membuat kesimpulan  
Membandingkan antara  $t_{hitung}$  dan  $t_{tabel}$ , dan kesimpulan didapat dari kriteria pengujian.

### 3.9.3 Uji F

Uji F dalam analisis regresi linier sederhana digunakan untuk mengetahui apakah variabel *memorable tourism experience* berpengaruh terhadap *behavioral intention*. Uji F digunakan untuk menguji keberartian regresi. Rumus yang digunakan untuk uji F ini adalah sebagai berikut:

$$F = \frac{JK(Reg)/k}{JK(S)/(N - K - 1)}$$

Sumber: Sugiyono (2009)

keterangan :

$$JK(Reg) = b_1 \sum x_1 y + b_2 \sum x_2 y$$

$$JK(S) = \sum y^2 - JK(Reg)$$

Uji F dalam penelitian ini menggunakan *software SPSS for windows* dan datanya bersumber pada output tabel Anova, kemudian pengujian dilakukan dengan membandingkan antara  $f_{hitung}$  dan  $f_{tabel}$ . Pengujian menggunakan tingkat signifikansi 0,05 dengan langkah-langkah sebagai berikut:

1. Merumuskan hipotesis:
  - Apabila  $\beta < 0$  maka  $H_0$  ditolak, itu berarti bahwa *memorable tourism experience* berpengaruh terhadap *behavioral intention*.
  - Apabila  $\beta > 0$  maka  $H_0$  diterima, itu berarti bahwa *memorable tourism experience* tidak berpengaruh terhadap *behavioral intention*.

2. Menentukan  $f_{hitung}$  dan signifikansi.

Dari luaran tabel Anova dapat dilihat hasil perolehan F hitung dan signifikansinya.

3. Menentukan  $f_{tabel}$ .

$F_{tabel}$  dapat dilihat pada tabel statistik, pada tingkat signifikansi 0,05 dengan df 1 (jumlah variabel bebas)= 1, dan df 2 (n-k-1). n adalah jumlah data dan k adalah jumlah variabel independen.

4. Kriteria pengujian:

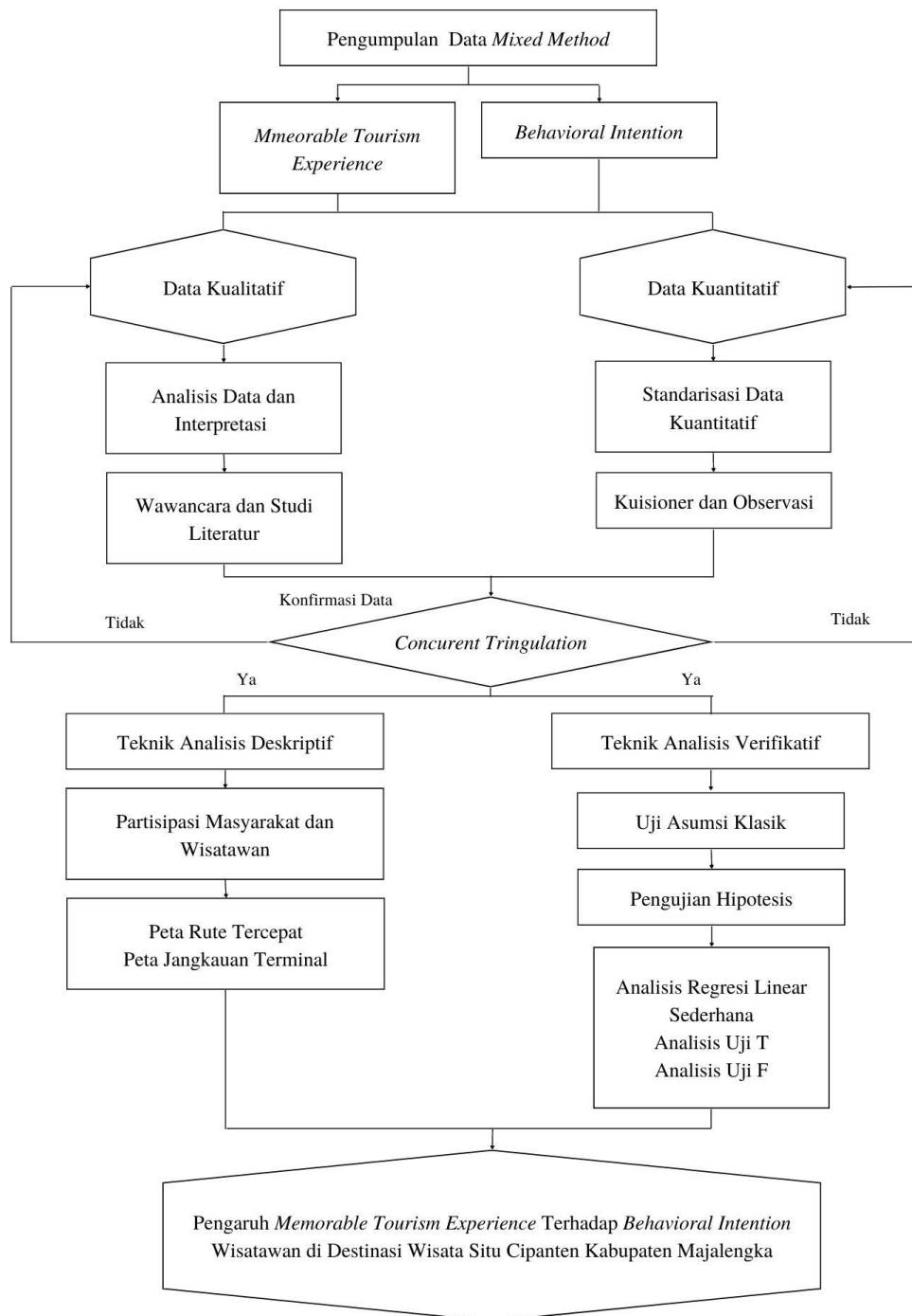
- Jika  $f_{hitung} \leq f_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima

- Jika  $f_{hitung} > f_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak

#### 5. Membuat kesimpulan

Membandingkan antara  $f_{hitung}$  dan  $f_{tabel}$ , dan kesimpulan didapat dari kriteria pengujian. jika  $H_0$  ditolak, maka dapat disimpulkan bahwa *memorable tourism experience* berpengaruh terhadap *behavioral intention*. Sebaliknya, jika  $H_0$  ditolak, maka dapat disimpulkan bahwa *memorable tourism experience* berpengaruh terhadap *behavioral intention*.

### 3.10 Alur Penelitian



Gambar 3.1 Alur Penelitian