

## **BAB III**

### **OBJEK DAN METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Objek Penelitian**

Penelitian ini menganalisis mengenai bagaimana efek mediasi *destination image* pada pengaruh *memorable tourism experience* terhadap *behavioral intention* pada wisatawan nusantara yang berkunjung ke Taman Nasional Komodo dengan menggunakan pendekatan manajemen pemasaran pariwisata. Objek penelitian terdiri dari tiga variabel penelitian, diantaranya *memorable tourism experience* sebagai variabel eksogen. *Destination image* sebagai dan *behavioral intention* sebagai variabel endogen. Pengumpulan data penelitian dilaksanakan pada bulan Juni hingga Agustus 2023 oleh karena itu, *cross-sectional design* digunakan dalam penelitian ini karena pengumpulan data hanya dilakukan sekali dari sampel elemen populasi (J. Hair et al., 2020). Responden yang terlibat dalam penelitian ini adalah wisatawan nusantara yang berkunjung ke Taman Nasional Komodo.

#### **3.2 Metode Penelitian**

##### **3.2.1 Jenis dan Metode Penelitian**

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif dan verifikatif. Jenis penelitian deskriptif ditandai dengan adanya rumusan pertanyaan dan hipotesis penelitian spesifik (Nunan et al., 2020). Melalui jenis penelitian deskriptif maka dapat diperoleh gambaran mengenai *memorable tourism experience*, *destination image*, dan *behavioral intention* pada wisatawan nusantara yang berkunjung ke Taman Nasional Komodo, sedangkan jenis penelitian verifikatif digunakan untuk memperoleh kebenaran dari sebuah hipotesis mengenai pengaruh *memorable tourism experience*, *destination image*, dan *behavioral intention* pada wisatawan nusantara yang berkunjung ke Taman Nasional Komodo.

Berdasarkan jenis penelitian yang digunakan yaitu deskriptif dan verifikatif maka, metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *explanatory survey*. Metode ini dilakukan dengan cara mengambil dari satu populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data sehingga mengetahui perspektif responden sehingga data yang diperoleh akan diteliti.

### 3.2.2 Operasional Variabel

Penelitian ini menggunakan 25 item yang terdiri dari 12 indikator *memorable tourism experience* (X. Chen et al., 2020; J. H. Kim et al., 2012; Sharma & Nayak, 2019), tujuh indikator dari dua *destination image* Li et al., (2021) dan dua indikator *behavioral intention* (Chua et al., 2019; Tuncer et al., 2021). Operasional variabel dalam penelitian ini dijelaskan pada Tabel 3.1 berikut.

**TABEL 3. 1**  
**OPERASIONAL VARIABEL**

Variabel	Dimensi / Konsep Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item		
1	2	3	4	5	6		
MTE	Hedonism	<i>New experience</i>	Tingkat kesenangan yang dirasakan ketika mendapatkan pengalaman baru di Taman Nasional Komodo.	Interval	1		
			<i>Indulged the activity</i>	Tingkat perasaan dimanjakan oleh aktivitas wisata ketika berada di Taman Nasional Komodo.	Interval	2	
			<i>Excited</i>	Tingkat memiliki perasaan yang semangat selama berada di Taman Nasional Komodo.	Interval	3	
		Novelty	<i>Unrepeatable</i>	Tingkat kebahagiaan ketika memiliki pengalaman sekali seumur hidup ketika berkunjung ke Taman Nasional Komodo.	Interval	5	
				<i>Diferent experience</i>	Tingkat mendapatkan pengalaman berbeda dengan destinasi wisata sebelumnya ketika berkunjung ke Taman Nasional Komodo.	Interval	6
				<i>Lifetime experience</i>	Tingkat mendapatkan pengalaman sekali	Interval	7

Variabel	Dimensi / Konsep Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
1	2	3	4	5	6
			seumur hidup ketika berkunjung ke Taman Nasional Komodo.		
	<i>Meaningfulness</i>	<i>Meaningful</i>	Tingkat pengalaman melakukan sesuatu yang bermakna ketika berkunjung Taman Nasional Komodo.	Interval	8
		<i>Self learning</i>	Tingkat pengalaman memahami diri ketika berkunjung di Taman Nasional Komodo.	Interval	9
		<i>Important</i>	Tingkat pengalaman melakukan sesuatu yang penting ketika berkunjung Taman Nasional Komodo.	Interval	10
		<i>Good impression</i>	Tingkat kesan yang baik dengan penduduk setempat ketika berkunjung Taman Nasional Komodo.	Interval	11
	<i>Social interaction</i>	<i>New friend</i>	Tingkat kesan berinteraksi dengan wisatawan lain ketika beraktivitas di Taman Nasional Komodo.	Interval	12
<i>Destination image</i> sebagai interpretasi subjektif dari suatu destinasi wisata yang ada di benak wisatawan yang dapat mempengaruhi perilaku wisatawan (Afshardoost & Eshaghi, 2020).					
DI	<i>Attribute-based</i>	<i>Attractive</i>	Tingkat kemenarikan sumber daya ekowisata yang dimiliki Taman Nasional Komodo.	Interval	13
		<i>Good balance</i>	Tingkat keseimbangan antara lingkungan dan infrastruktur Taman Nasional Komodo.	Interval	
	<i>Holistic</i>	<i>Exciting</i>	Tingkat kemenarikan	Interval	15

Variabel	Dimensi / Konsep Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
1	2	3	4	5	6
			Taman Nasional Komodo sebagai destinasi ekowisata yang menarik.		
		<i>Pleasant</i>	Tingkat mendapatkan kesenangan yang dirasakan ketika beraktivitas di Taman Nasional Komodo.	Interval	16
	<i>Holistic</i>	<i>Relax</i>	Tingkat mendapatkan kenyamanan untuk merelaksasi diri ketika beraktifitas di Taman Nasional Komodo.	Interval	17
		<i>Good quality</i>	Tingkat mendapatkan pengalaman ekowisata yang berkualitas baik saat berada di Taman Nasional Komodo.	Interval	18
		<i>Unforgettable</i>	Taman Nasional Komodo menawarkan destinasi ekowisata yang tak terlupakan.	Interval	19
	<i>Behavioral intention</i> merupakan keinginan atau rencana masa depan wisatawan berkaitan dengan niat mengunjungi kembali serta niat untuk merekomendasikan suatu destinasi wisata (Hashemi et al., 2021).				
			Tingkat keinginan untuk berkunjung kembali ke Taman Nasional Komodo.	Interval	20
		<i>Revisit intention</i>	Tingkat kesediaan untuk berkunjung kembali ke Taman Nasional Komodo.	Interval	21
			Tingkat keinginan mengajak kerabat terdekat untuk berkunjung kembali ke Taman Nasional Komodo.	Interval	22
<b>BI</b>		<i>Intention to recommend</i>	Tingkat kesediaan dalam mengatakan hal-hal positif mengenai Taman	Interval	23

Variabel	Dimensi / Konsep Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
1	2	3	4	5	6
			Nasional Komodo kepada orang lain.		
			Tingkat kesediaan dalam merekomendasikan Taman Nasional Komodo kepada orang lain.	Interval	24
			Tingkat kesediaan untuk menjadikan Taman Nasional Komodo menjadi pilihan pertama pada kunjungan berikutnya.	Interval	25

Sumber: Modifikasi Penulis, 2023

### 3.2.3 Jenis dan Sumber Data

Data sebagai hal pertama yang perlu dikumpulkan oleh peneliti sebelum diolah menjadi informasi. Berdasarkan urutannya, jenis data dibedakan menjadi data primer dan data sekunder. Pertama, Data primer merupakan struktur data dari variabel-variabel yang telah dikumpulkan dan dihimpun secara khusus untuk mengatasi masalah penelitian (J. Hair et al., 2020). Data primer dalam penelitian ini yaitu data yang diperoleh langsung dari hasil penyebaran kuesioner secara digital atau daring pada wisatawan nusantara yang berkunjung ke Taman Nasional Komodo. Kedua, data sekunder adalah struktur data historis dari variabel yang telah dikumpulkan sebelumnya dan dirakit untuk beberapa masalah penelitian. Data sekunder didapatkan dari literatur, artikel, jurnal, *website*, dan berbagai sumber informasi lainnya. Lebih lengkapnya mengenai jenis data dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini tersaji pada Tabel 3.2 berikut:

**TABEL 3. 2**  
**JENIS DAN SUMBER DATA**

No.	Data	Jenis data	Sumber data
1	Data kunjungan wisatawan nusantara ke Provinsi Nusa Tenggara Timur tahun 2020 – 2022	Sekunder	Badan Pusat Statistik
2	Data kunjungan wisatawan nusantara ke Taman Nasional Komodo tahun 2020 – 2022	Sekunder	Balai Taman Nasional Komodo
3	Profil Destinasi Wisata Taman Nasional Komodo	Sekunder	Balai Taman Nasional Komodo
4	Tanggapan wisatawan mengenai <i>memorable tourism experience</i> di Taman Nasional Komodo	Primer	Wisatawan nusantara yang berkunjung ke Taman Nasional Komodo

No.	Data	Jenis data	Sumber data
5	Tanggapan wisatawan mengenai <i>destination image</i> di Taman Nasional Komodo	Primer	Wisatawan nusantara yang berkunjung ke Taman Nasional Komodo
6	Tanggapan wisatawan mengenai <i>behavioral intention</i> di Taman Nasional Baluran	Primer	Wisatawan nusantara yang berkunjung ke Taman Nasional Komodo

Sumber: Pengolahan data, 2023

### 3.2.4 Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling

#### 3.2.4.1 Populasi

Populasi merupakan sekelompok elemen yang dapat diidentifikasi dengan bentuk orang, produk, atau organisasi yang menarik bagi peneliti dan terkait dengan masalah informasi sehingga dapat diidentifikasi dan diselidiki oleh seorang peneliti (J. Hair et al., 2020). Sumber lain telah menyatakan, populasi sebagai agregat dari semua elemen, terbagi beberapa set karakteristik umum, yang terdiri dari alam semesta untuk masalah riset pemasaran. (Nunan et al., 2020). Penelitian ini mengambil sebagian dari objek populasi yang telah ditentukan, dengan catatan bagian yang diambil tersebut dapat mewakili yang lainnya. Berdasarkan penjelasan populasi tersebut, maka populasi pada penelitian ini adalah wisatawan nusantara yang berkunjung ke Taman Nasional Komodo pada tahun 2022, sejumlah 102.051 wisatawan berdasarkan data yang diperoleh dari Balai Taman Nasional Komodo pada bulan Juli 2023.

#### 3.2.4.2 Sampel

Sampel merupakan pemilihan jumlah kecil elemen dari kelompok target elemen yang lebih luas dan diharapkan bahwa informasi yang dikumpulkan dari kelompok kecil tersebut akan memungkinkan penilaian dibuat tentang kelompok yang lebih besar (J. Hair et al., 2020). Menurut Nunan et al., (2020) sampel merupakan sub-kelompok elemen populasi yang dipilih untuk berpartisipasi dalam penelitian. Penelitian ini menggunakan metode dan analisis data menggunakan *structural equation modelling* (SEM), maka penerapan model SEM harus memenuhi ukuran sampel minimal. Panduan sederhana yang diberikan oleh Nunan et al., (2020) sebagai berikut.

Model SEM dengan lima atau lebih sedikit konstruksi, masing-masing dengan lebih dari tiga variabel yang diukur, dan komunalitas setidaknya 0,5 harus diperkirakan dengan ukuran sampel setidaknya 200. Untuk lima atau lebih sedikit

konstruksi, ketika bahkan beberapa konstruksi diukur dengan kurang dari tiga indikator, atau komunalitas kurang dari 0,5, ukuran sampel harus setidaknya 300. Ketika ada lebih dari lima konstruksi, dengan beberapa konstruksi diukur dengan kurang dari tiga indikator, dan ada beberapa komunalitas rendah (kurang dari 0,5), ukuran sampel harus setidaknya 400 (Nunan et al., 2020). Berdasarkan penjelasan sampel tersebut, maka sampel pada penelitian ini adalah 200 wisatawan nusantara yang berkunjung ke Taman Nasional Komodo.

#### 3.2.4.3 Teknik Sampling

Pengambilan sampel dapat diklasifikasikan menjadi dua jenis yakni *probability* dan *non-probability*. Pengambilan sampel *probability*, merujuk pada setiap anggota populasi target yang ditentukan sehingga memiliki peluang untuk dipilih, dan pengambilan sampel *probability* memungkinkan peneliti untuk menilai kesalahan pengambilan sampel (J. Hair et al., 2020). *Non-probability* bergantung pada penilaian pribadi peneliti, bukan kebetulan untuk memilih elemen sampel (Nunan et al., 2020). Pilihan unit pengambilan sampel didasarkan pada penilaian peneliti dan mungkin tidak mewakili populasi target (J. Hair et al., 2020). Menurut Nunan et al., (2020) teknik pengambilan sampel *non-probability* yang umum digunakan meliputi *convenience sampling*, *judgemental sampling*, *quota sampling* dan *snowball sampling*.

Penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel *non-probability* dengan jenis *snowball sampling*. *Snowball sampling* dijelaskan oleh Nunan et al., (2020) sebagai teknik pengambilan sampel *non-probability* di mana kelompok awal peserta dipilih secara acak. Peserta selanjutnya dipilih berdasarkan rujukan atau informasi yang diberikan oleh peserta awal, proses ini dapat dilakukan secara bergelombang. Secara substansial keuntungan utama menggunakan *snowball sampling* dapat meningkatkan kemungkinan menemukan karakteristik yang diinginkan dalam populasi. Langkah teknik penarikan sampel dalam penelitian ini dipaparkan sebagai berikut:

1. Menentukan populasi sasaran, dalam penelitian ini populasi sasaran adalah wisatawan yang berkunjung ke Taman Nasional Komodo.
2. Menjalin hubungan pribadi dengan *travel agent @kamanatrip* untuk membantu penyebaran kuesioner kepada populasi sasaran.

3. Menentukan sosial media, dalam penelitian ini instagram menjadi sosial media yang digunakan untuk penyebaran kuesioner. Waktu yang akan digunakan oleh peneliti selama dua minggu dengan rentang waktu *posting* selama empat kali.

### 3.2.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan cara mengumpulkan data yang dibutuhkan untuk menjawab rumusan masalah penelitian. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Studi literatur, yaitu pengumpulan informasi yang berhubungan dengan teori dan konsep yang berkaitan dengan masalah penelitian atau variabel yang diteliti yaitu *memorable tourism experience*, *destination image* dan *behavioral intention*. Sumber informasi mengenai teori dan konsep didapatkan melalui laman jurnal ilmiah diantaranya science direct, emerald insight, mdpi, taylor & francis online, dan sage journal.
2. Kuesioner, merupakan teknik pengumpulan data primer yang dilakukan dengan cara menyebarkan seperangkat daftar pertanyaan atau pernyataan tertulis mengenai karakteristik responden, pengalaman responden setelah berkunjung dan pelaksanaan implementasi *memorable tourism experience*, *destination image* dan *behavioral intention*. Kuesioner melalui *google form* secara *online* ditujukan kepada wisatawan nusantara yang berkunjung ke Taman Nasional Komodo.
3. Observasi, merupakan metode pengumpulan data dengan melakukan pengamatan secara langsung maupun tidak langsung. Observasi dilakukan dengan cara melakukan pengamatan secara langsung terhadap objek yang diteliti di area Taman Nasional Komodo. Observasi secara tidak langsung dilakukan dengan cara mengamati subjek penelitian melalui konten youtube, instagram, dan laman website resmi Taman Nasional Komodo.

### 3.2.6 Pengujian Validitas dan Reliabilitas

Data mempunyai kedudukan yang sangat penting dalam suatu penelitian, karena menggambarkan variabel yang diteliti dan berfungsi sebagai pembentuk hipotesis. Uji validitas dan reliabilitas dilakukan untuk menguji layak atau tidaknya instrumen penelitian yang disebarkan kepada responden. *Software* yang digunakan untuk menguji validitas dan reliabilitas pada penelitian ini menggunakan IBM



*Statistical Product for Service Solutions* (SPSS) versi 26 for Windows. Keberhasilan mutu hasil penelitian dipengaruhi oleh data yang valid dan reliabel, sehingga data yang dibutuhkan dalam penelitian harus valid dan reliabel.

### 3.2.6.1 Pengujian Validitas

Validitas internal (*internal validity*) atau rasional yaitu bila kriteria yang ada dalam instrumen secara rasional (teoritis) telah mencerminkan apa yang diukur. Sementara validitas eksternal (*external validity*), bila kriteria di dalam instrumen disusun berdasarkan fakta-fakta empiris yang telah ada. Rumus yang digunakan untuk menguji validitas adalah rumus Korelasi *Product Moment* sebagai berikut.

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

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

Pengujian validitas pada penelitian ini dilakukan menggunakan bantuan *software* IBM SPSS versi 26. Adapun rincian pengujian validitas dalam penelitian ini menggunakan 12 item pernyataan *memorable tourism experience*, 7 item pernyataan *destination image* dan menggunakan 6 item pernyataan untuk menguji validitas *behavioral intention*. Hasil pengujian validitas masing-masing variabel tersebut terdapat pada Tabel berikut.

**TABEL 3.3**  
**HASIL UJI VALIDITAS VARIABEL *MEMORABLE TOURISM EXPERIENCE***

No.	Pernyataan	r <sub>hitung</sub>	r <sub>tabel</sub>	Keterangan
1.	Kesenangan yang dirasakan ketika mendapatkan pengalaman baru di Taman Nasional Komodo.	0.727	0.374	Valid
2.	Perasaan dimanjakan oleh aktivitas wisata ketika berada di Taman Nasional Komodo.	0.685	0.374	Valid
3.	Memiliki perasaan yang semangat selama berada di Taman Nasional Komodo.	0.712	0.374	Valid
4.	Kesan pengalaman yang unik ketika beraktivitas di Taman Nasional Komodo.	0.787	0.374	Valid
5.	Kebahagiaan ketika memiliki pengalaman sekali seumur hidup ketika bekunjung ke Taman Nasional Komodo.	0.714	0.374	Valid
6.	Mendapatkan pengalaman berbeda dengan destinasi wisata sebelumnya ketika bekunjung ke Taman Nasional Komodo.	0.788	0.374	Valid
7.	Mendapatkan pengalaman sekali seumur hidup ketika bekunjung ke Taman Nasional Komodo.	0.833	0.374	Valid
8.	Pengalaman melakukan sesuatu yang bermakna ketika bekunjung Taman Nasional Komodo.	0.523	0.374	Valid
9.	Pengalaman memahami diri ketika berkunjung di Taman Nasional Komodo.	0.806	0.374	Valid
10.	Pengalaman melakukan sesuatu yang penting ketika bekunjung Taman Nasional Komodo.	0.681	0.374	Valid
11.	Kesan yang baik dengan penduduk setempat ketika bekunjung Taman Nasional Komodo.	0.770	0.374	Valid
12.	Kesan berinteraksi dengan wisatawan lain ketika beraktivitas di Taman Nasional Komodo.	0.697	0.374	Valid

Sumber: Hasil Pengelohan Data SPSS 26, 2023

Tabel 3.3 menunjukkan keseluruhan item dari variabel *memorable tourism experience*. Pengujian validitas dalam penelitian ini menggunakan 30 responden dengan taraf signikansi 0.05 dan derajat bebas 0.374 ( $df = 30-2 = 28$ ). Dapat diketahui bahwa keseluruhan dari seluruh item pernyataan dinyatakan valid. Kriteria valid dalam pengujian validitas dibuktikan oleh nilai  $r_{hitung}$  dari masing-masing item pernyataan variabel *memorable tourism experience* lebih besar dari  $r_{tabel}$ .

**TABEL 3. 4**  
**HASIL UJI VALIDITAS VARIABEL *DESTINATION IMAGE***

No.	Pernyataan	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
1.	Kemenarikan sumber daya ekowisata yang dimiliki Taman Nasional Komodo.	0.882	0.374	Valid
2.	Keseimbangan antara lingkungan dan infrastruktur Taman Nasional Komodo.	0.773	0.374	Valid
3.	Kemenarikan Taman Nasional Komodo sebagai destinasi ekowisata yang menarik.	0.812	0.374	Valid
4.	Mendapatkan kesenangan yang dirasakan ketika beraktivitas di Taman Nasional Komodo.	0.910	0.374	Valid
5.	Mendapatkan kenyamanan untuk merelaksasi diri ketika beraktivitas di Taman Nasional Komodo.	0.840	0.374	Valid
6.	Mendapatkan pengalaman ekowisata yang berkualitas baik saat berada di Taman Nasional Komodo.	0.861	0.374	Valid
7.	Taman Nasional Komodo menawarkan destinasi ekowisata yang tak terlupakan.	0.890	0.374	Valid

Sumber: Hasil Pengelohan Data SPSS 26, 2023

Tabel 3.4 menunjukkan keseluruhan item dari variabel *destination image*. Pengujian validitas dalam penelitian ini menggunakan 30 responden dengan taraf signikansi 0.05 dan derajat bebas (df) sebesar 0.374 ( $df = 30 - 2 = 28$ ), sehingga dapat diketahui bahwa keseluruhan dari seluruh item pernyataan dinyatakan valid. Kriteria valid dalam pengujian validitas dibuktikan oleh besarnya nilai  $r_{hitung}$  tiap masing-masing item pernyataan pada variabel *destination image* lebih besar dari  $r_{tabel}$ .

**TABEL 3. 5**  
**HASIL UJI VALIDITAS VARIABEL *BEHAVIORAL INTENTION***

No.	Pernyataan	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
1.	Keinginan untuk berkunjung kembali ke Taman Nasional Komodo.	0.877	0.374	Valid
2.	Kesediaan untuk berkunjung kembali ke Taman Nasional Komodo.	0.830	0.374	Valid
3.	Keingian mengajak kerabat terdekat untuk berkunjung kembali ke Taman Nasional Komodo.	0.874	0.374	Valid
4.	Kesediaan dalam mengatakan hal-hal positif mengenai Taman Nasional Komodo kepada orang lain.	0.911	0.374	Valid
5.	Kesediaan dalam merekomendasikan Taman Nasional Komodo kepada orang lain.	0.745	0.374	Valid

No.	Pernyataan	r <sub>hitung</sub>	r <sub>tabel</sub>	Keterangan
6.	Kesediaan untuk menjadikan Taman Nasional Komodo menjadi pilihan pertama pada kunjungan berikutnya.	0.802	0.374	Valid

Sumber: Hasil Pengelohan Data SPSS 26, 2023

Tabel 3.3 menunjukkan keseluruhan item dari variabel *memorable tourism experience*. Pengujian validitas dalam penelitian ini menggunakan 30 responden dengan taraf signikansi 0.05 dan derajat bebas 0.374 ( $df = 30-2 = 28$ ). Dapat diketahui bahwa keseluruhan dari seluruh item pernyataan dinyatakan valid. Kriteria valid dalam pengujian validitas dibuktikan oleh nilai  $r_{hitung}$  dari masing-masing item pernyataan variabel *memorable tourism experience* lebih besar dari  $r_{tabel}$ .

### 3.2.6.2 Pengujian Reliabilitas

Reliabilitas menunjukkan sejauh yang mana data bebas dari kesalahan sehingga dapat menjamin pengukuran yang konsisten sepanjang waktu dalam seluruh instrumen. Dapat diketahui bahwa reliabilitas adalah indikasi stabilitas dan konsistensi instrumen untuk mengukur konsep dan membantu untuk menilai kebaikan dari ukuran (Sekaran & Bougie, 2016). Teori Malhotra (2015) mendefinisikan reabilitas sebagai sejauh mana suatu ukuran bebas dari kesalahan acak. Reliabilitas dinilai 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.

Penelitian ini menguji reliabilitas dengan menggunakan rumus *alpha* atau *Cronbach's alpha* ( $\alpha$ ) dikarenakan instrumen pertanyaan kuesioner yang dipakai merupakan rentangan antara beberapa nilai dalam hal ini menggunakan skala *semantic deferential* 1 sampai dengan 7. Menurut Sekaran & Bougie, (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 interkorelasi antar item yang mengukur konsep. Semakin dekat *cronbach alpha* dengan 1, semakin tinggi keandalan konsistensi internal.

Pegujian reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan rumus *cronbach alpha*, yaitu:

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

Keterangan:

$r_{11}$  = reliabilitas instrumen

$k$  = banyak butir pertanyaan

$\sigma t^2$  = varians total

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

Keputusan pengujian reliabilitas item instrumen adalah sebagai berikut:

1. Item pertanyaan yang diteliti dikatakan reliabel jika koefisien internal seluruh item  $(n) > r_{\text{tabel}}$  dengan tingkat signifikansi 5%.
2. Item pertanyaan yang diteliti dikatakan tidak reliabel jika koefisien internal seluruh item  $(n) < r_{\text{tabel}}$  dengan tingkat signifikansi 5%.

Pengujian reliabilitas pada penelitian ini dilakukan menggunakan bantuan *software* IBM SPSS versi 26. Adapun rincian pengujian reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan 12 item pernyataan *memorable tourism experience*, 7 item pernyataan *destination image* dan menggunakan 6 item pernyataan untuk menguji reliabilitas *behavioral intention*. Berikut merupakan hasil pengujian reliabilitas masing-masing variabel yang tertera pada Tabel 3.6.

**TABEL 3. 6**  
**HASIL UJI RELIABILITAS VARIABEL**

No.	Variabel	$C_{\alpha}$ hitung	$C_{\alpha}$ minimum	Keterangan
1.	<i>Memorable tourism experience</i>	0.912	0.700	Reliabel
2.	<i>Destination image</i>	0.937	0.700	Reliabel
3.	<i>Behavioral intention</i>	0.876	0.700	Reliabel

Sumber: Hasil Pengelohan Data Penelitian, 2023

Hasil pengujian reabilitas pada Tabel 3.6 dapat diketahui bahwa hasil tingkat *reliability* pada penelitian ini, untuk *memorable tourism experience* yaitu sebesar 0.912, *destination image* sebesar 0.973, dan *behavioral intention* sebesar 0,876. Maka dapat dinyatakan bahwa seluruh item pertanyaan kuesioner sudah realibel karena nilai cronbach's alpha ( $C_{\alpha}$ )  $\geq 0,700$ .

### 3.2.7 Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan langkah untuk menganalisis data yang telah dikumpulkan secara statistik untuk melihat apakah hipotesis yang dihasilkan telah didukung oleh data (Sekaran & Bougie, 2016). Alat penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah angket atau kuesioner. Kuesioner disusun oleh peneliti berdasarkan variabel-variabel yang terdapat dalam penelitian. Kegiatan analisis data dalam penelitian ini dilakukan melalui beberapa tahap, di antaranya:

1. Menyusun data, kegiatan ini bertujuan untuk memeriksa kelengkapan identitas responden, kelengkapan data dan pengisian data yang disesuaikan dengan tujuan penelitian.
2. Menyeleksi data, kegiatan ini dilakukan untuk memeriksa kesempurnaan dan kebenaran data yang telah terkumpul.
3. Tabulasi data, penelitian ini melakukan tabulasi data dengan langkah-langkah berikut ini:
  - a. Memasukan/input data ke program Microsoft Office Excel,
  - b. Memberi skor pada setiap item,
  - c. Menjumlahkan skor pada setiap item,
  - d. Menyusun ranking skor pada setiap variabel penelitian.

Penelitian ini meneliti pengaruh *memorable tourism experience* terhadap *behavioral intention* melalui *destination image*. Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah *semantic differential scale* yang biasanya menunjukkan skala tujuh poin dengan atribut bipolar mengukur arti suatu objek atau konsep bagi responden (Sekaran & Bougie, 2016). Data yang diperoleh adalah data interval. Rentang dalam penelitian ini yaitu sebanyak 7 angka. Responden yang memberi penilaian pada angka 7, berarti sangat positif, sedangkan bila memberi jawaban angka 1 berarti persepsi responden terhadap pernyataan tersebut sangat negatif. Format kategori kriteria dan rentang jawaban dapat terlihat pada Tabel 3.7 berikut.

**TABEL 3. 7**  
**SKOR ALTERNATIF**

<b>Alternatif jawaban</b>	<b>Sangat Rendah/ Sangat Buruk/ Sangat Tidak Menarik/ Sangat Tidak Inovatif/ Sangat Tidak Puas/ Sangat Tidak Populer</b>	<b>Rentang Jawaban</b>	<b>Sangat Tinggi/ Sangat Baik/ Sangat Menarik/ Sangat Inovatif/ Sangat Puas/ Sangat Populer</b>
	←	→	
	Negatif	1 2 3 4 5 6 7	Positif

Sumber : Modifikasi dari Sekaran & Bougie, (2016)

### 3.2.7.1 Teknik Analisis Data Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk mencari adanya suatu hubungan antara variabel melalui analisis korelasi dan membuat perbandingan rata-rata data sampel atau populasi tanpa perlu diuji signifikasinya. Alat penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah angket atau kuesioner yang disusun berdasarkan variabel yang

terdapat pada data penelitian, yaitu memberikan keterangan dan data mengenai pengaruh *memorable tourism experience* terhadap *behavioral intention* melalui *destination image*. Pengolahan data yang terkumpul 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 Tabulasi Silang (*Cross Tabulation*)

Metode *cross tabulation* merupakan analisis yang dilakukan untuk melihat apakah terdapat hubungan deskriptif antara dua variabel atau lebih dalam data yang diperoleh (Malhotra, 2015). Analisis ini pada prinsipnya menyajikan data dalam bentuk tabulasi yang meliputi baris dan kolom. Data yang digunakan untuk penyajian *cross tabulation* merupakan data berskala nominal atau kategori (Ghozali, 2014).

#### 2. Skor Ideal

Skor ideal merupakan skor yang secara ideal diharapkan untuk jawaban dari pertanyaan yang terdapat pada angket kuesioner yang akan dibandingkan dengan perolehan skor total untuk mengetahui hasil kinerja dari variabel. Penelitian atau survei membutuhkan instrumen atau alat yang digunakan untuk melakukan pengumpulan data seperti kuesioner. Kuesioner berisikan pertanyaan yang diajukan kepada responden atau sampel dalam suatu proses penelitian atau survei. Jumlah pertanyaan yang dimuat dalam penelitian cukup banyak sehingga membutuhkan scoring untuk memudahkan dalam proses penilaian dan untuk membantu dalam proses analisis data yang telah ditemukan. Rumus yang digunakan dalam skor ideal yaitu sebagai berikut:

$$\text{Skor Ideal} = \text{Skor Tertinggi} \times \text{Jumlah Responden}$$

#### 4. Tabel Analisis Deskriptif

Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif untuk mendeskripsikan variabel-variabel penelitian, diantaranya:

1. Analisis deskriptif variabel *behavioral intention*.
2. Analisis deskriptif variabel *destination image*.
3. Analisis deskriptif variabel *memorable tourism experience*.

Cara yang dilakukan untuk mengkategorikan hasil perhitungan, digunakan kriteria penafsiran persentase yang diambil 0% sampai 100%. Format tabel analisis deskriptif yang digunakan penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 3.5 berikut.

**TABEL 3. 8**  
**ANALISIS DESKRIPTIF**

No	Pernyataan	Alternatif Jawaban	Total	Skor Ideal	Total Skor Per-Item	% Skor
<b>Skor</b>						
<b>Total Skor</b>						

Sumber : Modifikasi dari Sekaran & Bougie, (2016)

Langkah selanjutnya yang dilakukan setelah mengkategorikan hasil perhitungan berdasarkan kriteria penafsiran, dibuatlah garis kontinum yang dibedakan menjadi tujuh tingkatan, di antaranya sangat tinggi, tinggi, cukup tinggi, sedang, cukup rendah, rendah dan sangat rendah. Tujuan dibuatnya garis kontinum ini adalah untuk membandingkan setiap skor total tiap variabel untuk memperoleh gambaran variabel *memorable tourism experience, destination image* dan *behavioral intention*. Rancangan langkah-langkah pembuatan garis kontinum dijelaskan sebagai berikut:

1. Menentukan kontinum tertinggi dan terendah

Kontinum Tertinggi = Skor Tertinggi × Jumlah Pernyataan × Jumlah Responden

Kontinum Terendah = Skor Terendah × Jumlah Pernyataan × Jumlah Responden

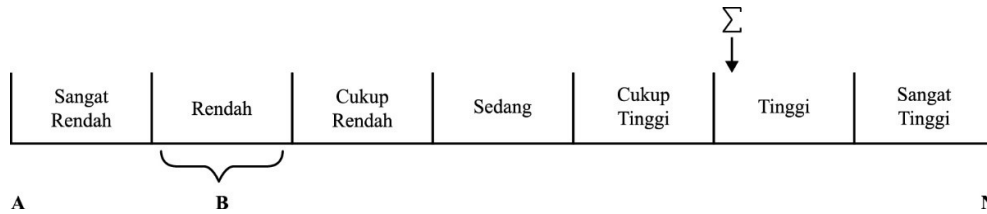
2. Menentukan selisih skor kontinum dari setiap tingkat

Skor Setiap Tingkatan =  $\frac{\text{Kontinum Tertinggi} - \text{Kontinum Terendah}}{\text{Banyaknya Tingkatan}}$

3. Membuat garis kontinum dan menentukan daerah letak skor hasil penelitian.

Menentukan persentase letak skor hasil penelitian (*rating scale*) dalam garis kontinum (Skor/Skor Maksimal × 100%). Penggambaran kriteria dapat dilihat dari Gambar 3.1 berikut.





**GAMBAR 3. 1**  
**GARIS KONTINUM PENELITIAN**

Keterangan:

a = Skor minimum

$\Sigma$  = Jumlah perolehan skor

b = Jarak interval

N = Skor ideal Teknik Analisis Data Verifikatif

### 3.2.7.2 Teknik 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 *memorable tourism experience* terhadap *behavioral intention* melalui *destination image*. Teknik analisis data verifikatif yang digunakan untuk mengetahui hubungan korelatif dalam penelitian ini yaitu teknik analisis *structural equation model*.

*Structural equation modeling* (SEM) merupakan suatu prosedur untuk memperkirakan serangkaian hubungan ketergantungan di antara serangkaian konsep atau konstruksi yang diwakili oleh beberapa variabel terukur dan dimasukkan ke dalam model terintegrasi (Sekaran & Bougie, 2016). Menurut Hair et al., (2021) SEM adalah metode analisis data multivariat generasi kedua yang memfasilitasi analisis hubungan antar konstruk, masing-masing diukur dengan satu atau lebih variabel indikator. SEM bermanfaat dalam menguji teori yang dapat diwakili oleh beberapa persamaan yang melibatkan hubungan ketergantungan serta memungkinkan peneliti untuk mengatasi masalah penelitian *multivariate*, dan sesungguhnya SEM merupakan *multi-equation*, dengan analisis tunggal (J. F. Hair et al., 2019). SEM meneliti struktur keterkaitan ini yang dinyatakan dalam serangkaian persamaan struktural.

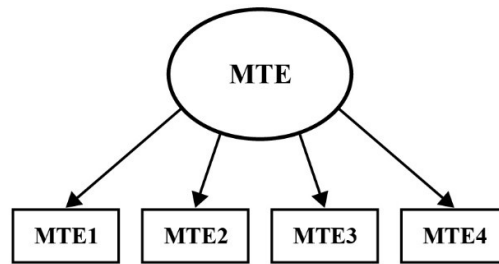
SEM memberikan cara yang lebih baik untuk memeriksa model teoritis secara empiris dengan melibatkan model pengukuran dan model struktural dalam satu analisis (J. F. Hair et al., 2019). Konsep dalam SEM mirip dengan memperkirakan

serangkaian persamaan regresi berganda, dan persamaan ini memodelkan semua hubungan di antara konstruk, dependent dan independent (Sekaran & Bougie, 2016). Keuntungan utama untuk peneliti menggunakan SEM adalah kemampuannya dalam menghitung hubungan model yang kompleks sambil memperhitungkan kesalahan pengukuran yang melekat pada indikator (J. F. Hair et al., 2021). Terdapat dua jenis metode dalam SEM yaitu CB-SEM dan PLS-SEM, jenis metode tersebut berbeda dalam cara memperkirakan parameter model dan asumsi mengenai sifat pengukuran. Metode CB-SEM bersifat parametrik, maka dari itu memerlukan data yang distribusi normal dan asumsi restriktif lainnya. Prediksi dimungkinkan dengan pemodelan struktural berbasis kovarians, tetapi tujuan statistik utama CB-SEM adalah mengkonfirmasi teori dengan memperkirakan matriks kovarians baru yang tidak berbeda secara signifikan dari matriks kovarians asli yang diamati (J. F. Hair et al., 2019).

#### **3.2.7.2.1 Model dalam SEM**

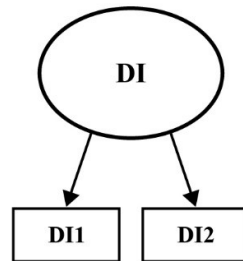
Terdapat dua jenis dalam sebuah model perhitungan SEM, yaitu model pengukuran dan model struktural. Model SEM, Model pengukuran merupakan bagian dari suatu model SEM yang berhubungan dengan variabel-variabel laten dan indikator-indikatornya. Model pengukuran sendiri digunakan untuk menguji validitas konstruk dan reliabilitas instrumen. Model pengukuran murni disebut model analisis faktor konfirmatori atau *confirmatory factor analysis* (CFA) dimana terdapat kovarian yang tidak terukur antara masing-masing pasangan variabel-variabel yang memungkinkan. Model pengukuran dievaluasi sebagaimana model SEM lainnya dengan menggunakan pengukuran uji keselarasan. Proses analisis hanya dapat dilanjutkan jika model pengukuran valid (Sarwono, 2010). Pada penelitian ini, variabel laten eksogen yaitu *memorable tourism experience*, sedangkan keseluruhan variabel-variabel tersebut mempengaruhi variabel laten endogen yaitu *behavioral intention* dan *destination image*, baik secara langsung maupun tidak langsung. Spesifikasi model pengukuran masing-masing variabel adalah sebagai berikut:

a. *Memorable tourism experience* (Variabel Laten Eksogen)



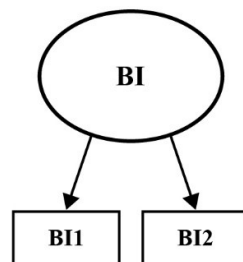
**GAMBAR 3. 2**  
**MODEL PENGUKURAN *MEMORABLE TOURISM EXPERIENCE***

b. *Destination image* (Variabel Laten Endogen)



**GAMBAR 3. 3**  
**MODEL PENGUKURAN *DESTINATION IMAGE***

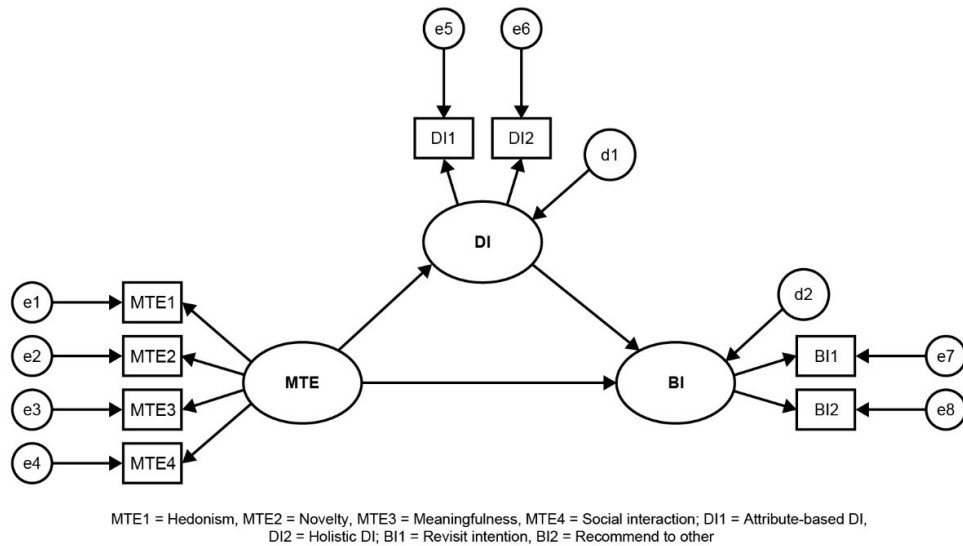
c. *Behavioral intention* (Variabel Laten Endogen)



**GAMBAR 3. 4**  
**MODEL PENGUKURAN *BEHAVIORAL INTENTION***

Model Struktural, Pemodelan struktural menggambarkan hubungan-hubungan yang dihipotesiskan antar konstruk, yang menjelaskan sebuah kausalitas, termasuk didalamnya kausalitas berjenjang. Model struktural merupakan

seperangkat hubungan antar variabel laten dan hubungan ini dapat dianggap linear, meskipun pengembangan lebih lanjut memungkinkan memasukkan persamaan non-linear. Berikut ini merupakan gambar yang menunjukkan model struktural dalam penelitian ini.



**GAMBAR 3. 5**  
**MODEL STURKTURAL PENELITIAN**

### 3.2.7.2.2 Asumsi, Tahap, dan Prosedur SEM

Estimasi parameter dalam SEM umumnya berdasarkan pada metode Maximum Likelihood (ML) yang menghendaki adanya beberapa asumsi yang harus memastikan asumsi dalam SEM ini terpenuhi guna mengetahui apakah model sudah baik dan dapat digunakan atau tidak. Asumsi-asumsi tersebut adalah sebagai berikut (Ghozali, 2014):

1. Ukuran sampel, Ukuran sampel yang harus dipenuhi dalam SEM minimal berukuran 100 yang akan memberikan dasar untuk mengestimasi sampling error. Dalam model estimasi menggunakan maximum likelihood (ML) ukuran sampel yang harus digunakan antara lain 100-200 untuk mendapatkan estimasi parameter yang tepat (Ghozali, 2014).
2. Normalitas Data, Syarat dalam melakukan pengujian berbasis SEM yaitu melakukan uji asumsi data dan variabel yang diteliti dengan uji normalitas. Data dapat dikatakan berdistribusi normal jika nilai c.r skewness dan c.r kurtosis berada pada posisi  $\pm 2,58$  (Santoso, 2011). Sebaran data harus dianalisis untuk

melihat apakah asumsi normalitas dipenuhi sehingga data dapat diolah lebih lanjut untuk pemodelan (Cleff, 2014).

3. *Outliers Data*, *Outliers* data adalah observasi data yang nilainya jauh di atas atau di bawah rata-rata nilai (nilai ekstrim) baik secara univariate maupun multivariate karena kombinasi karakteristik unik yang dimilikinya sehingga jauh berbeda dari observasi lainnya (Ferdinand, 2006). Pemeriksaan *outliers* dapat dilakukan dengan membandingkan nilai *Mahalanobis d-squared* dengan *chi square dt*. Nilai *Mahalanobis d-squared* < *chisquare dt*. Cara lain untuk memeriksa adanya tidaknya data outliers adalah dengan melihat nilai  $p_1$  dan  $p_2$ ,  $p_1$  diharapkan memiliki nilai yang kecil, sedangkan  $p_2$  sebaliknya, data *outliers* diindikasikan ada jika  $p_2$  bernilai 0.000 (Ghozali, 2014).
4. Multikolinearitas, Multikolinearitas dapat dideteksi dari determinan matriks kovarians. Asumsi multikolinearitas mensyaratkan tidak adanya korelasi yang sempurna atau besar antara variabel-variabel eksogen. Nilai korelasi di antara variabel yang teramati tidak boleh sebesar 0,9 atau lebih (Ghozali, 2014). Nilai matriks kovarians yang sangat kecil memberikan indikasi adanya masalah multikolinearitas atau singularitas. Multikolinearitas menunjukkan kondisi dimana antar variabel penyebab terdapat hubungan linier yang sempurna, eksak, *perfectly predicted* atau *singularity* (Kusnendi, 2008).

Setelah semua asumsi terpenuhi, maka tahapan-tahapan dari analisis SEM selanjutnya dapat dilakukan. Terdapat beberapa prosedur yang harus dilewati dalam teknik analisis data menggunakan SEM yang secara umum terdiri dari tahap-tahap sebagai berikut (Bollen & Long, 1993):

1. Spesifikasi Model, Tahap spesifikasi pembentukan model yang merupakan pembentukan hubungan antara variabel laten yang satu dengan variabel laten yang lainnya dan juga terkait hubungan antara variabel laten dengan variabel manifes didasarkan pada teori yang berlaku (Sarjono & Julianita, 2015). Langkah ini dilakukan sebelum estimasi model. Berikut ini merupakan langkah-langkah untuk mendapatkan model yang diinginkan dalam tahap spesifikasi model (Wijanto, 2007), yaitu:
  - a. Spesifikasi model pengukuran
    - 1) Mendefinisikan variabel-variabel laten yang ada dalam penelitian.

- 2) Mendefinisikan variabel-variabel yang teramati.
  - 3) Mendefinisikan hubungan di antara variabel laten dengan variabel yang teramati.
- b. Spesifikasi model struktural, yaitu mendefinisikan hubungan kausal di antara variabel-variabel laten tersebut.
  - c. Menggambarkan diagram jalur dengan *hybrid* model yang merupakan kombinasi dari model pengukuran dan model struktural, jika diperlukan (bersifat opsional).
2. Identifikasi Model, Tahap ini berkaitan dengan pengkajian tentang kemungkinan diperolehnya nilai yang unik untuk setiap parameter yang ada di dalam model dan kemungkinan persamaan simultan yang tidak ada solusinya. Terdapat tiga kategori dalam persamaan secara simultan, di antaranya (Wijanto, 2007):
    - a. *Under-identified model*, yaitu model dengan jumlah parameter yang diestimasi lebih besar dari jumlah data yang diketahui. Keadaan yang terjadi pada saat nilai *degree of freedom/df* menunjukkan angka negatif, pada keadaan ini estimasi dan penilaian model tidak bisa dilakukan.
    - b. *Just-identified model*, yaitu model dengan jumlah parameter yang diestimasi sama dengan jumlah data yang diketahui. Keadaan ini terjadi saat nilai *degree of freedom/df* berada pada angka 0, keadaan ini disebut pula dengan istilah *saturated*. Jika terjadi *just identified* maka estimasi dan penilaian model tidak perlu dilakukan.
    - c. *Over-identified model*, yaitu model dengan jumlah parameter yang diestimasi lebih kecil dari jumlah data yang diketahui. Keadaan yang terjadi saat nilai *degree of freedom/df* menunjukkan angka positif, pada keadaan inilah estimasi dan penilaian model dapat dilakukan.
    - d. Besarnya *degree of freedom* (df) pada SEM adalah besarnya jumlah data yang diketahui dikurangi jumlah parameter yang diestimasi yang nilainya kurang dari nol ( $df = \text{jumlah data yang diketahui} - \text{jumlah parameter yang diestimasi} < 0$ ).
  3. Estimasi, Metode estimasi model didasarkan pada asumsi sebaran dari data, jika data berdistribusi normal multivariat maka estimasi model dilakukan dengan

metode *maximum likelihood* (ML) namun juga data menyimpang dari sebaran normal multivariate, metode estimasi yang dapat digunakan adalah *robust maximum likelihood* (rml) atau *weighted least square* (WLS). Langkah ini ditujukan untuk menentukan nilai estimasi setiap parameter model yang membentuk matriks  $\Sigma(\Theta)$ , sehingga nilai parameter tersebut sedekat mungkin dengan nilai yang ada di dalam matriks S (matriks kovarians dari variabel yang teramati/sampel) (Sarjono & Julianita, 2015). Pada penelitian ini akan dilihat apakah model menghasilkan sebuah *estimated population covariance matrix* yang konsisten dengan sampel *covariance matrix*. Tahap ini dilakukan pemeriksaan kecocokan beberapa *model tested* (model yang memiliki bentuk yang sama tetapi berbeda dalam hal jumlah atau tipe hubungan kausal yang merepresentasikan model) yang secara subjektif mengindikasikan apakah data sesuai atau cocok dengan model teoritis atau tidak.

4. Uji Kecocokan Model, Tahap ini berkaitan dengan pengujian kecocokan antara model dengan data. Uji kecocokan model dilakukan untuk menguji apakah model yang dihipotesiskan merupakan model yang baik untuk merepresentasikan hasil penelitian. Terdapat beberapa statistik untuk mengevaluasi model yang digunakan. Umumnya terdapat berbagai jenis indeks kecocokan yang digunakan untuk mengukur derajat kesesuaian antara model yang dihipotesiskan dengan data yang disajikan. Kesesuaian model dalam penelitian ini dilihat dalam tiga kondisi berikut: 1) *Absolute Fit Measures* (cocok secara mutlak), 2) *Incremental Fit Measures* (lebih baik relatif terdapat model-model lain) dan, 3) *Parsimonius Fit Measures* (lebih sederhana relatif terhadap model-model alternatif). Uji kecocokan dilakukan dengan menghitung *goodness of fit* (GOF). Dasar pengambilan nilai batas (*cut-off value*) untuk menentukan kriteria *goodness of fit* dapat dilakukan dengan mengambil pendapat berbagai ahli. Adapun indikator pengujian *goodness of fit* dan nilai *cut-off* (*cut-off value*) yang digunakan dalam penelitian ini merujuk pada pendapat (Yvonne & Kristaung, 2013) sebagai berikut:
  - a. *Chi-square* ( $X^2$ ), Ukuran yang mendasari pengukuran secara keseluruhan (*overall*) yaitu *likelihood ratio change*. Ukuran ini merupakan ukuran utama dalam pengujian measurement model, yang menunjukkan apakah model

merupakan model *overall fit*. Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui matriks kovarian sampel berbeda dengan matriks kovarian hasil estimasi. Maka oleh sebab itu *chi-square* bersifat sangat sensitif terhadap besarnya sampel yang digunakan. Kriteria yang digunakan adalah apabila matriks kovarian sampel tidak berbeda dengan matriks hasil estimasi, maka dikatakan data fit dengan data yang dimasukkan. Model dianggap baik jika nilai *chi-square* rendah. Meskipun *chi-square* merupakan alat pengujian utama, namun tidak dianggap sebagai satu-satunya dasar penentuan untuk menentukan model fit, untuk memperbaiki kekurangan pengujian *chi-square* digunakan  $\chi^2/df$  (CMIN/DF), dimana model dapat dikatakan fit apabila nilai CMIN/DF < 2,00.

- b. *Goodness of Fit Index* (GFI) dan *Adjusted Goodness of Fit Index* (AGFI), GFI bertujuan untuk menghitung proporsi tertimbang varian dalam matriks sampel yang dijelaskan oleh matriks kovarians populasi yang diestimasi. Nilai *good of fit index* berukuran antara 0 (*poor fit*) sampai dengan 1 (*perfect fit*). Oleh karena itu, semakin tinggi nilai GIF maka menunjukkan model semakin *fit* dengan data. *Cut-off value* GFI adalah  $\geq 0,90$  dianggap sebagai nilai yang baik (*perfect fit*).
- c. *Root Mean Square Error of Approximation* (RMSEA), RMSEA adalah indeks yang digunakan untuk mengkompensasi kelemahan *chi-square* ( $X^2$ ) pada sampel yang besar. nilai RMSEA yang semakin rendah, mengindikasikan model semakin *fit* dengan data. Ukuran *cut-off-value* RMSEA adalah  $\leq 0,08$  dianggap sebagai model yang diterima.
- d. *Adjusted Goodness of Fit Indices* (AGFI), AGFI merupakan GFI yang disesuaikan terhadap *degree of freedom*, analog dengan  $R^2$  dan regresi berganda. GFI maupun AGFI merupakan kriteria yang memperhitungkan proporsi tertimbang dari varian dalam sebuah matriks *kovarians sampel*. *Cut-off-value* dari AGFI adalah  $\geq 0,90$  sebagai tingkatan yang baik. Kriteria ini dapat diinterpretasikan jika nilai  $\geq 0,95$  sebagai *good overall model fit*. Jika nilai berkisar antara 0,90-0,95 sebagai tingkatan yang cukup dan jika besarnya nilai 0,80-0,90 menunjukkan *marginal fit*.



- e. *Tucker Lewis Index* (TLI), TLI merupakan alternatif *incremental fit index* yang membandingkan sebuah model yang diuji terhadap baseline model. Nilai yang direkomendasikan sebagai acuan untuk diterima sebuah model adalah  $\geq 0,90$ .
  - f. *Comparative Fit Index* (CFI), Keunggulan dari model ini adalah uji kelayakan model yang tidak sensitive terhadap besarnya sampel dan kerumitan model, sehingga sangat baik untuk mengukur tingkat penerimaan sebuah model. Nilai yang direkomendasikan untuk menyatakan model *fit* adalah  $\geq 0,90$ .
  - g. *Parsimonious Normal Fit Index* (PNFI), PNFI merupakan modifikasi dari NFI. PNFI memasukkan jumlah degree of freedom yang digunakan untuk mencapai level *fit*. Semakin tinggi nilai PNFI semakin baik. Kegunaan utama dari PNFI yaitu untuk membandingkan model dengan *degree of freedom* yang berbeda. Jika perbedaan PNFI 0.60 sampai 0.90 menunjukkan adanya perbedaan model yang signifikan.
  - h. *Parsimonious Goodnees of Fit Index* (PGFI), PGFI merupakan modifikasi GFI atas dasar parsimony estimated model. Nilai PGFI berkisar antara 0 sampai 1.0 dengan nilai semakin tinggi menunjukkan model lebih *parsimony*.
5. Respesifikasi Model, Tahap ini berkaitan dengan respesifikasi model berdasarkan atas hasil uji kecocokan tahap sebelumnya. Pelaksanaan respesifikasi sangat tergantung pada strategi pemodelan yang akan digunakan. Sebuah model struktural yang secara statistis dapat dibuktikan *fit* dan antar-variabel mempunyai hubungan yang signifikan, tidaklah kemudian dikatakan sebagai satu-satunya model terbaik. Model tersebut merupakan satu di antara sekian banyak kemungkinan bentuk model lain yang dapat diterima secara statistik. Karena itu, dalam praktik seseorang tidak berhenti setelah menganalisis satu model. Peneliti cenderung akan melakukan respesifikasi model atau modifikasi model yakni upaya untuk menyajikan serangkaian alternatif untuk menguji apakah ada bentuk model yang lebih baik dari model yang sekarang ada. Tujuan modifikasi yaitu untuk menguji apakah modifikasi yang dilakukan dapat menurunkan nilai *chi-square* atau tidak, yang mana

semakin kecil angka *chi-square* maka model tersebut semakin fit dengan data yang ada. Adapun langkah-langkah dari modifikasi ini sebenarnya sama dengan pengujian yang telah dilakukan sebelumnya, hanya saja sebelum dilakukan perhitungan ada beberapa modifikasi yang dilakukan pada model berdasarkan kaidah yang sesuai dengan penggunaan AMOS. Adapun modifikasi yang dapat dilakukan pada AMOS terdapat pada *output modification indices* (M.I) yang terdiri dari tiga kategori yaitu *covariances*, *variances* dan *regressions weight*. Modifikasi yang umum dilakukan mengacu pada tabel *covariances*, yaitu dengan membuat hubungan *covariances* pada variabel/indikator yang disarankan pada tabel tersebut yaitu hubungan yang memiliki nilai M.I paling besar. Sementara modifikasi dengan menggunakan *regressions weight* harus dilakukan berdasarkan teori tertentu yang mengemukakan adanya hubungan antar variabel yang disarankan pada *output modification indices* (Santoso, 2011).

### 3.2.7.3 Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan dengan menggunakan bantuan *software* IBM SPSS AMOS versi 24.0 *for* Windows untuk menganalisis hubungan dalam model struktural yang diusulkan. Adapun model struktural yang diusulkan untuk menguji hubungan kausalitas antara *memorable tourism experience* terhadap *behavioral intention* melalui *destination image*. Pengujian hipotesis dilakukan dengan menggunakan *t-value* dengan tingkat signifikansi 0,05 dan derajat kebebasan sebesar  $n$  (sampel). Nilai *t-value* dalam program IBM SPSS AMOS versi 22.0 *for* Windows merupakan nilai *critical ratio* (C.R.). Apabila nilai *critical ratio*  $\geq 1,96$  atau nilai probabilitas  $\leq 0,05$  maka  $H_0$  ditolak  $H_1$  diterima.

Kriteria penerimaan atau penolakan hipotesis utama pada penelitian ini dapat ditulis sebagai berikut:

#### 1. Uji Hipotesis 1

$H_0: \gamma_1 = 0$ , artinya tidak terdapat hubungan positif *memorable tourism experience* terhadap *behavioral intention*.

$H_1: \gamma_1 > 0$ , artinya terdapat hubungan positif *memorable tourism experience* terhadap *behavioral intention*.

## 2. Uji Hipotesis 2

$H_0:\gamma_2 = 0$ , artinya tidak terdapat hubungan positif *memorable tourism experience* terhadap *destination image*.

$H_1:\gamma_2 > 0$ , artinya terdapat hubungan positif *memorable tourism experience* terhadap *destination image*.

## 3. Uji Hipotesis 3

$H_0:\gamma_3 = 0$ , artinya tidak terdapat hubungan positif *destination image* terhadap *behavioral intention*.

$H_1:\gamma_3 > 0$ , artinya terdapat hubungan positif *destination image* terhadap *behavioral intention*.

## 4. Uji Hipotesis 4

$H_0:\gamma_2\gamma_3 = 0$ , artinya tidak terdapat hubungan positif *memorable tourism experience* terhadap *behavioral intention* yang dimediasi oleh *destination image*.

$H_1:\gamma_2\gamma_3 \neq 0$ , artinya terdapat hubungan positif *memorable tourism experience* terhadap *behavioral intention* dimediasi oleh *destination image*.

.