

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### 3.1 Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif dengan paradigma *positivist*. Pendekatan *positivist* memandang bahwa pada ilmu pengetahuan objek material dapat diukur dengan cara yang memungkinkan terjadinya reduksi menjadi data kuantitatif (Stephen Kwadwo Antwi et al, 2015). Creswell, J.W. dan Creswell, J.D (2018, hlm. 111) mengungkapkan bahwa penelitian kuantitatif suatu pendekatan yang mengandalkan penggunaan data numerik dan analisis, pendekatan ini telah terbukti sangat efektif dalam menghasilkan informasi yang relevan dalam membuat keputusan untuk penelitian masa depan.

Penelitian kuantitatif memiliki tujuan mengukur kumpulan fakta yang bersifat objektif dengan menitikberatkannya pada variabel penelitian. Dalam pengertian yang lebih rinci, penelitian kuantitatif dapat memproses penyelidikan yang sistematis suatu fenomena dengan pengumpulan data menggunakan teknik statistik, matematika, atau komputasi yang dapat diukur. Sejalan dengan pandangan Creswell, J.W. dan Creswell, J.D (2018, hlm. 111), penelitian ini tepat menggunakan pendekatan kuantitatif dikarenakan penelitian menentukan seperangkat konstruk (atau variabel) yang saling terkait, yang kemudian dirumuskan menjadi hipotesis, kemudian menguji hubungan antar variabel tersebut. Dalam konteks penelitian, teori dapat muncul sebagai argumen, diskusi, gambaran, dasar pemikiran, atau kerangka konseptual, yang secara umum berkontribusi dalam menjelaskan atau meramalkan fenomena yang terjadi di dunia.

Pada penelitian ini, digunakan metode penelitian kuantitatif yang mencakup jenis penelitian bersifat deskriptif dan verifikatif. Menurut pendapat Malhotra (2015, hlm. 87) pada penelitian deskriptif memiliki tujuan menggambarkan variabel atau karakteristik faktor dalam konteks tertentu. Penelitian deskriptif bertujuan untuk memberikan gambaran dan menjelaskan

aspek yang relevan terkait dengan fenomena yang akan diteliti. Hal ini mencakup sudut pandang individu, sosial, dan aspek-aspek lain yang terkait. Penelitian ini akan memberikan informasi mengenai pandangan responden terhadap konten Instagram, citra destinasi dan niat berkunjung ke destinasi wisata.

Sementara itu, menurut Sekaran, Uma dan Bougie (2016:44) penelitian verifikatif melakukan verifikasi atas ilmu yang telah ada dengan mengujin hal tersebut. Melalui penelitian verifikatif, peneliti akan memperoleh kebenaran dari sebuah hipotesis yang diuji dengan mengumpulkan data di lapangan (Sugiyono, 2018. hlm. 36). Dalam penelitian ini, tujuan penelitian verifikatif adalah untuk memperoleh pemahaman tentang pengaruh konten foto instagram buatan DMO yang dimediasi oleh citra destinasi terhadap niat berkunjung ke destinasi wisata.

Berdasarkan jenis penelitian tersebut yang diperoleh melalui pengumpulan data berdasarkan data lapangan, maka digunakan metode *desain survey*. Dalam konteks ini, desain survei yang dimaksudkan menghasilkan informasi berbentuk angka yang menjelaskan tren, sikap, dan pendapat populasi tertentu, atau melalui pengujian hubungan antara variabel dalam populasi, dengan mempelajari contoh yang mewakili populasi tersebut (McMillan dan Schumacher, 2006, hlm. 233; Creswell, J.W. dan Creswell, J.D 2018, hlm. 242). Dengan menggunakan desain survei, peneliti dapat menjawab tiga jenis pertanyaan seperti pertanyaan yang bersifat deskriptif, pertanyaan mengenai hubungan antara variabel dan pertanyaan mengenai hubungan prediktif antara variabel dari waktu ke waktu.

Melalui survei ini, data, fakta, atau informasi yang diperoleh memungkinkan untuk menggambarkan kondisi dari setiap variabel yang sedang diteliti mencakup konten foto instagram buatan DMO, citra destinasi dan niat berkunjung ke destinasi wisata. Dengan menganalisis data yang terkumpul, kita dapat memperoleh pemahaman mengenai hubungan dan interaksi antara variabel tersebut. Informasi yang diperoleh dari survei ini dapat membantu kita dalam mengidentifikasi pengaruh variabel konten foto instagram buatan DMO terhadap variabel citra destinasi yang dimediasi oleh citra destinasi, sehingga mendapat pemahaman yang lebih baik tentang hubungan antar variabel tersebut. Dengan

demikian dalam konteks penelitian ini, penelitian survei digunakan untuk memvalidasi fakta-fakta di lapangan secara sistematis, faktual, dan juga akurat.

Tujuan dari desain penelitian survei ini adalah untuk meneliti populasi secara keseluruhan, baik yang memiliki jumlah yang besar maupun yang kecil, dengan menggunakan sampel yang dipilih dari populasi tersebut. Dengan melakukan survei, tujuannya adalah untuk menemukan tingkat kejadian, distribusi, dan hubungan relatif antara faktor-faktor atau variabel-variabel yang sedang diteliti. Dengan cara ini, kita dapat memperoleh pemahaman yang lebih baik tentang karakteristik populasi secara keseluruhan dan memahami hubungan antara variabel-variabel yang sedang diteliti.

Saran dari Creswell, J.W. dan Creswell, J.D (2018, hlm. 246) bahwa mulailah bagian dengan menjelaskan alasan untuk desain, tunjukkan mengapa metode survei merupakan jenis pendekatan yang cocok penelitian ini, Tunjukkan data yang dikumpulkan dan Tentukan bentuk pengumpulan data. Terlepas dari bentuk pengumpulan data, Fowler (2014) juga menyarankan bahwa berikan alasan untuk prosedur tersebut, menggunakan argumen berdasarkan kekuatan dan kelemahannya, biaya, ketersediaan data, dan kenyamanannya.

## **3.2 Populasi, Sampel**

### **3.2.1 Populasi**

Sesuai dengan pendapat Sekaran dan Bougie (2016, hlm. 237), populasi merujuk pada keseluruhan kelompok orang, peristiwa, atau hal yang menarik dan diinginkan untuk diteliti oleh seorang peneliti. Dalam penelitian, populasi adalah subjek atau objek yang menjadi fokus penelitian yang ingin dipelajari secara menyeluruh. Populasi ini dapat mencakup berbagai individu, kelompok, peristiwa, atau fenomena yang relevan dengan topik penelitian. Dengan memahami populasi dengan baik, peneliti dapat merencanakan metode penelitian yang sesuai dan menghasilkan temuan yang dapat digeneralisasikan ke populasi tersebut.

Populasi juga dapat diartikan sebagai area generalisasi penelitian yang mencakup objek atau subjek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu

yang ditentukan oleh peneliti. Artinya, populasi menentukan batasan dan cakupan dari kelompok yang akan diteliti dalam penelitian. Peneliti memiliki kebebasan untuk menentukan karakteristik yang relevan untuk inklusi dalam populasi, yang bisa berupa individu, kelompok, peristiwa, atau fenomena tertentu. Dengan memahami populasi dengan baik, peneliti dapat merancang penelitian yang sesuai dan menghasilkan temuan yang dapat digeneralisasikan ke populasi yang dituju (Creswell, J.W. dan Creswell, J.D (2018, hlm. 247)

Ukuran populasi mengacu pada jumlah keseluruhan anggota yang diselidiki. Dalam menganalisis data dan variabel, menetapkan populasi merupakan tahap yang penting. Dalam penelitian ini, populasi yang diteliti adalah para pengikut akun Instagram wonderfulindonesia yang berusia Gen Y dan Z. Namun, jumlah anggota populasi tidak diketahui.

### 3.2.2 Sampel

Sampel merupakan bagian dari populasi yang diambil dengan menggunakan metode khusus (Creswell, J.W. dan Creswell, J.D, 2018, hlm. 248; Sekaran dan Bougie, 2016, hlm. 240). Sedangkan menurut McDaniel dan Gates (2015) Sampel dapat diartikan sebagai sebagian kecil dari seluruh anggota populasi yang menjadi fokus perhatian. Sebagai bagian dari populasi, sampel ini digunakan oleh peneliti untuk menyimpulkan hasil penelitian. Pengambilan sampel dilakukan oleh peneliti agar dapat membuat generalisasi terhadap populasi secara umum. Sampel yang diambil hanya melibatkan sejumlah objek yang telah ditetapkan, dengan syarat bahwa bagian tersebut mewakili karakteristik yang sedang diteliti. Dalam penelitian, tidak mungkin untuk mengamati seluruh populasi. Oleh karena itu, peneliti memilih sebagian objek dari populasi yang telah ditentukan untuk diambil sebagai sampel.

Teknik yang diterapkan untuk menentukan sampel adalah menggunakan teknik *nonprobability sampling*. *Nonprobability sampling* tidak memberikan peluang yang setara bagi setiap anggota populasi yang dipilih sebagai sampel. Teknik *nonprobability sampling* digunakan dalam penelitian ini berdasarkan karakteristik responden yang dipilih oleh peneliti (İlker Etikan et al., 2016). Pemilihan *purposive sampling* diputuskan karena metode ini melibatkan

penentuan kriteria-kriteria khusus untuk sampel yang akan diambil ketika menyebar kuesioner penelitian (Hamed Taherdoost dan Taherdoost, 2016). Sampel yang dipilih untuk penelitian ini terdiri dari pengikut akun Instagram @wonderfulindonesia yang termasuk dalam kelompok generasi Y dan Z. Generasi Y melibatkan individu yang lahir antara tahun 1981 dan 1994, sementara generasi Z mencakup individu yang lahir antara tahun 1995 dan 2012 (C. Li dan Xinjia Huang, 2022).

Dalam penentuan ukuran sampel dalam *purposive sampling*, digunakan pendekatan Lemeshow untuk tahap analisis *structural equation modelling* (SEM). Pendekatan ini dipilih karena populasi yang akan diteliti memiliki jumlah yang tidak diketahui. Berikut adalah rumus penentuan sampel dalam pendekatan Lemeshow:

$$n = \frac{Z^2 P(1 - P)}{D^2}$$

Keterangan :

n = Jumlah Sampel

Z = Skor pada kepercayaan 95% yaitu 1,96

P = Maksimal estimasi proporsi pengikut Instagram Wonderfull Indonesia

Generasi Y dan Z yaitu 0,534

D = Sampling error sebesar 5%

Penelitian ini menggunakan tingkat ketelitian responden yaitu sebesar 95% dan tingkat kesalahan yaitu sebesar 5%. Melalui penggunaan rumus sebelumnya, didapatkan hasil yaitu :

$$n = \frac{Z^2 P(1 - P)}{D^2}$$

$$n = \frac{1,96 \cdot 0,5334 (1 - 0,534)}{0,05^2}$$

$$n = \frac{0,95595}{0,0025}$$

$$n = 382,38$$

Dari hasil perhitungan, jumlah sampel yang dihitung adalah 382,38 orang, yang kemudian dibulatkan menjadi 400 orang untuk mempermudah pengolahan data.

Sementara tahap analisis *exploratory factor analysis* (EFA), penelitian ini melibatkan partisipasi 200 responden sebagai sampel, sesuai dengan pandangan Thompson (2004) yang menyarankan minimal 200 responden untuk mencapai stabilitas dalam analisis faktor. Penentuan jumlah sampel ini dilakukan dengan tujuan memastikan bahwa data yang terkumpul memiliki representasi yang memadai dan dapat diandalkan dalam proses analisis, sesuai dengan prinsip kecukupan yang diakui dalam literatur penelitian

### 3.3 Instrumen Penelitian

Pada instrumen penelitian kuantitatif ini, menggunakan alat untuk pengumpulan data berupa kuesioner online. Kuesioner merupakan metode untuk mengumpulkan data dengan cara menanyakan pertanyaan atau pernyataan kepada responden, sesuai dengan kebutuhan penelitian. Dalam pertanyaan/pernyataan penelitian disusun membentuk struktur indikator pada faktor yang menjadi pokok pertanyaan/pernyataan. Setiap pertanyaan yang diajukan dalam kuesioner dilengkapi dengan opsi jawaban yang dapat dipilih oleh responden.

Penelitian ini meneliti pengaruh konten foto instagram buatan DMO (X) yang dimediasi oleh citra destinasi (M) terhadap niat berkunjung (Y) ke destinasi wisata. Dalam penelitian ini digunakan *semantic differential scale* sebagai skala ukur dengan skala tujuh poin dan atribut bipolar yang digunakan untuk mengukur makna suatu variabel (Verhagen et al., 2015). *Semantic differential scale* suatu alat ukur psikologi yang memperbolehkan objek yang diteliti untuk diukur secara bipolar, melalui variabel-variabel yang memiliki kutub positif dan negatif seperti baik-buruk, tinggi-rendah, besar-kecil (Khalid et al., 2012).

Dalam penggunaan *Semantic Differential Scale*, beberapa dimensi terbentuk dari variabel yang diukur dan dibagi, kemudian dipisahkan menjadi sub-variabel. Selanjutnya sub-variabel tersebut dijadikan indikator kemudian dapat menjadi dasar untuk menyusun instrumen penelitian, yang terdiri dari

serangkaian pertanyaan/ Pernyataan yang akan diberikan kepada responden (Verhagen et al., 2015).

### **3.4 Prosedur Penelitian**

Prosedur penelitian adalah rangkaian tahap yang digunakan untuk mengumpulkan dan menganalisis data guna menjawab pertanyaan / pernyataan penelitian yang diajukan. Dalam penelitian ini melibatkan beberapa tahapan, termasuk pengumpulan data, operasionalisasi variabel, dan analisis data. Berikut adalah penjelasan mengenai setiap tahap tersebut:

#### **3.4.1 Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data merupakan unsur krusial yang ada pada desain penelitian yang digunakan untuk menghimpun data yang relevan dalam merespon pertanyaan penelitian. Menurut Sekaran dan Bougie (2016, hlm 160), teknik dalam pengumpulan data memainkan peran penting dalam desain penelitian. Terdapat teknik dalam pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini, antara lain:

##### **1. Kuesioner**

Instrumen penelitian yang digunakan adalah kuesioner, yang merupakan metode untuk mengumpulkan data primer dengan menyebarkan serangkaian pertanyaan kepada pengikut akun Instagram @wonderfulindonesia dari generasi Y dan Z. Kuesioner ini mencakup sejumlah pernyataan yang menggambarkan indikator pada variabel konten foto instagram buatan DMO, citra destinasi, dan niat untuk mengunjungi destinasi wisata. Partisipan akan memilih jawaban berdasarkan persepsi mereka terhadap pertanyaan yang diajukan.

Tahap-tahap dalam penyusunan kuesioner penelitian melibatkan langkah-langkah sebagai berikut:

- a. Mengidentifikasi dimensi dan juga indikator yang dapat mencerminkan hasil dari penelitian dengan meneliti literatur pada penelitian sebelumnya, lalu menyusun kerangka kuesioner.
- b. Menyusun pernyataan dan opsi jawaban yang akan diajukan dalam penelitian. Kuesioner ini menggunakan metode instrumen tertutup, dimana

responden dapat memilih jawaban dari opsi-opsi yang telah disediakan peneliti.

- c. Memberikan nilai untuk setiap jawaban responden dari pernyataan dengan menggunakan skala interval.
- d. Setelah penyusunan dan pemberian nilai, maka selanjutnya melakukan diskusi untuk meninjau redaksi yang sesuai dan indikator pengukuran dengan dosen pembimbing. Setelah dianggap sesuai, naskah kuesioner disusun secara lengkap dan terstruktur.

Langkah-langkah distribusi kuesioner secara online adalah sebagai berikut:

- a. Menghasilkan serangkaian pernyataan secara daring melalui Google Drive. Dengan menggunakan alamat email, formulir kuesioner dibuat.
- b. Menyusun tata letak kuesioner sesuai dengan tujuan. Setelah selesai, kuesioner disebarakan dengan mengirimkan tautan kepada responden melalui grup telegram dan WhatsApp.

### 3.4.2 Operasional Variabel

Penelitian ini melibatkan elemen variabel bebas atau independen (X), variabel intervening (M), dan variabel terikat atau dependen (Y) yang dijelaskan sebagai berikut :

#### 1. Variabel Independen.

Variabel independen adalah variabel yang memiliki pengaruh terhadap variabel terikat (dependen). Variabel independen memiliki pengaruh atau menjadi pemicu perubahan atau munculnya variabel dependen, yang terletak dibagian kiri (Creswell, J.W. dan Creswell, J.D, 2018, hlm. 113). Dalam penelitian ini, variabel independen yaitu konten foto instagram buatan DMO (X). Pada penelitian ini berkaitan dengan pengaruh konten foto terhadap variabel terikat, yaitu variabel yang ingin diteliti, pemilihan konten foto instagram buatan DMO sebagai variabel independen dapat menjadi pilihan yang tepat. dikarenakan Instagram merupakan platform populer yang banyak digunakan untuk berbagi foto, sehingga memungkinkan untuk mengumpulkan data yang relevan dengan penelitian ini.

Serta Instagram merupakan salah satu platform media sosial yang paling banyak digunakan oleh banyak orang di berbagai negara. Dengan populernya Instagram, konten foto yang diunggah oleh pengguna dapat memiliki pengaruh yang signifikan dalam berbagai konteks, seperti pengaruh terhadap citra suatu destinasi, perilaku konsumen seperti niat berkunjung hingga pengambilan keputusan.

## 2. Variabel Intervening.

Variabel intervening merupakan variabel yang mempengaruhi hubungan antara variabel independen dan variabel dependen menjadi tidak langsung dan tidak dapat diamati atau diukur secara langsung secara teoritis (Creswell, J.W. dan Creswell, J.D, 2018, hlm. 109). Variabel ini berfungsi sebagai variabel perantara antara variabel independen dan dependen, sehingga variabel independen tidak secara langsung mempengaruhi perubahan atau munculnya variabel dependen. Dalam penelitian ini, variabel intervening sebagai citra destinasi (M). Dalam konteks penelitian ini citra destinasi berfungsi sebagai variabel perantara yang membantu menjelaskan hubungan antara variabel independen dan variabel dependen. Dengan menggunakan citra destinasi sebagai variabel intervening, penelitian dapat lebih memahami bagaimana variabel independen mempengaruhi variabel dependen melalui pengaruh yang dimediasi oleh citra destinasi. Serta, citra destinasi seringkali merupakan konsep yang sangat subjektif, yang terkait dengan persepsi dan penilaian individu terhadap suatu destinasi. Dalam penelitian ini, citra destinasi menjadi variabel perantara yang membantu mengukur dan memahami bagaimana persepsi dan penilaian terhadap destinasi dapat mempengaruhi hubungan antara variabel independen dan variabel dependen.

## 3. Variabel Dependen

Variabel dependen sebagai variabel output, kriteria, atau konsekuensi, adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel independent (Creswell, J.W. dan Creswell, J.D, 2018, hlm. 114). Variabel dependen mewakili hasil atau akibat dari variasi variabel independen. Dalam konteks penelitian ini, variabel dependen yaitu niat berkunjung (Y). Dalam konteks penelitian ini, fokusnya

adalah menunjukkan hubungan sebab-akibat variabel dependen dalam penjelasan ini menggambarkan hasil atau akibat dari variasi variabel independen. Dalam hal ini, niat berkunjung mengindikasikan konsekuensi atau hasil dari faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi keinginan seseorang untuk mengunjungi suatu tempat. Dengan kata lain, niat berkunjung merupakan respons yang dihasilkan oleh individu terhadap faktor-faktor tertentu yang menjadi variabel independen.

Operasionalisasi variabel adalah proses mengubah konsep-konsep abstrak menjadi ukuran yang dapat diobservasi dan diukur. Hal ini dilakukan dengan menetapkan variasi tertentu pada sifat, atribut, atau nilai dari objek atau kegiatan yang sedang diteliti, yang telah ditentukan oleh peneliti sehingga bisa ditarik kesimpulan. Oleh karena itu, diperlukan penjabaran variabel dalam bentuk matrix of variable (MoV) untuk memberikan kejelasan pada metodologi dan memastikan reproduibilitas hasil penelitian J. Lutabingwa et al (2007) Berikut ini adalah penjabaran variabel dalam matrix of variable:

**Tabel 3. 1 Matrix of Variable**

No	Variabel	Dimensi	Indikator	Pertanyaan	No Item
1	Konten foto instagram buatan DMO (Ismarizal, B., dan Kusumah, A. H. G, 2023)		Kecerahan Warna (Ismarizal, B., dan Kusumah, A. H. G, 2023) (Yu et al., 2021) (Hauser et al., 2022) (Yu et al., 2020)	Mengukur sejauh mana kecerahan warna pada konten foto destinasi wisata yang diposting oleh akun instagram wonderfulindonesia	1
			Kontras Warna (Ismarizal, B., dan Kusumah, A. H. G, 2023)	Kontras warna pada konten foto destinasi wisata yang diposting oleh akun instagram wonderfulindonesia	2
			Komposisi (Ismarizal, B., dan Kusumah, A. H. G, 2023)	Mengukur sejauh mana kualitas komposisi pada konten foto destinasi	3

Beni Ismarizal, 2024

*PENGARUH KONTEN FOTO INSTAGRAM BUATAN DESTINATION MARKETING ORGANIZATION (DMO) TERHADAP NIAT BERKUNJUNG KE DESTINASI WISATA YANG DIMEDIASI OLEH CITRA DESTINASI*

Universitas Pendidikan Indonesia | [repositori.upi.edu](http://repositori.upi.edu) | [perpustakaan.upi.edu](http://perpustakaan.upi.edu)

(Mengxia Zhang et al., 2018)	wisata yang diposting oleh akun instagram wonderfulindonesia	
Resolusi (Ismarizal, B., dan Kusumah, A. H. G, 2023)	Mengukur tingkat resolusi pada konten foto destinasi wisata yang diposting oleh akun instagram wonderfulindonesia	4
Pilihan kata yang tepat (Ismarizal, B., dan Kusumah, A. H. G, 2023)	Mengukur sejauh mana Penggunaan kata-kata pada caption konten foto destinasi wisata yang diposting oleh akun instagram wonderfulindonesia	5
Kecocokan antara foto dan caption (Ismarizal, B., dan Kusumah, A. H. G, 2023)	Mengukur sejauh mana kecocokan antara konten foto destinasi wisata dan caption yang diposting oleh akun Instagram wonderfulindonesia	6
Frasa yang dapat membangkitkan emosi (Ismarizal, B., dan Kusumah, A. H. G, 2023)	Mengukur Tingkat Kecocokan antara konten foto destinasi wisata dan caption yang diposting oleh akun instagram wonderfulindonesia	7
Tanggapan komentar pengguna lain (Ismarizal, B., dan Kusumah, A. H. G, 2023) (Leung, 2021)	Mengukur sejauh mana Persepsi dari komentar pengguna lain pada konten foto di akun instagram wonderfulindonesia	8
Respon pengelola akun (Ismarizal, B.,	Mengukur sejauh mana respon dan kualitas tanggapan	9

			dan Kusumah, A. H. G, 2023)	dari pengelola akun terhadap komentar yang diberikan pada konten foto instagram buatan DMO	
2	Citra Destinasi (Shao-Hua Liang dan Lai, 2022)	Citra kognitif (Üner et al., 2022)	Pemandangan yang indah (Üner et al., 2022) (Shao-Hua Liang dan Lai, 2022)	Mengukur sejauh mana postingan foto akun instagram wonderfulindonesia menawarkan pemandangan destinasi yang indah	10
			Kegiatan budaya yang menarik (Üner et al., 2022)	Mengukur sejauh mana postingan foto akun instagram wonderfulindonesia menawarkan kegiatan budaya yang menarik	11
			Akomodasi yang sesuai (Üner et al., 2022)	Mengukur sejauh mana postingan foto akun instagram wonderfulindonesia menawarkan akomodasi yang sesuai	12
			Makanan lokal yang menarik (Üner et al., 2022)	Mengukur sejauh mana postingan foto akun instagram wonderfulindonesia menawarkan makanan lokal yang menarik	13
			Pantai dan olahraga air yang bagus (Üner et al., 2022)	Mengukur sejauh mana postingan foto akun instagram wonderfulindonesia menawarkan pantai dan olahraga air yang bagus	14
			Atraksi sejarah yang menarik (Shao-Hua	Mengukur sejauh mana postingan Postingan foto akun	15

Beni Ismarizal, 2024

*PENGARUH KONTEN FOTO INSTAGRAM BUATAN DESTINATION MARKETING ORGANIZATION (DMO) TERHADAP NIAT BERKUNJUNG KE DESTINASI WISATA YANG DIMEDIASI OLEH CITRA DESTINASI*

Universitas Pendidikan Indonesia | [repositori.upi.edu](http://repositori.upi.edu) | [perpustakaan.upi.edu](http://perpustakaan.upi.edu)

	Liang dan Lai, 2022)	instagram wonderfulindonesia menawarkan atraksi sejarah yang menarik	
	Tempat destinasi yang damai (Shao-Hua Liang dan Lai, 2022)	Mengukur sejauh mana postingan foto akun instagram wonderfulindonesia menawarkan destinasi yang damai	16
	Tempat untuk bersantai (Shao-Hua Liang dan Lai, 2022)	Mengukur sejauh mana postingan foto akun instagram wonderfulindonesia menawarkan destinasi yang cocok untuk bersantai	17
	Tempat untuk beristirahat (Shao-Hua Liang dan Lai, 2022)	Mengukur sejauh mana postingan foto akun instagram wonderfulindonesia menawarkan destinasi yang tepat untuk beristirahat	18
Citra afektif (Shao-Hua Liang dan Lai, 2022)	Menggairahkan (Shao-Hua Liang dan Lai, 2022)	Mengukur Sejahtera mana postingan foto akun instagram wonderfulindonesia menawarkan destinasi yang menggairahkan	19
	Menyenangkan (Shao-Hua Liang dan Lai, 2022)	Mengukur Sejahtera mana Postingan foto akun instagram wonderfulindonesia menawarkan destinasi yang menyenangkan	20
	Membangkitkan	Mengukur Sejahtera	21

		semangat (Shao-Hua Liang dan Lai, 2022)	mana Postingan foto akun instagram wonderfulindonesia menawarkan destinasi yang membangkitkan semangat	
3	Niat Berkunju ng (Marta Sánchez et al., 2016)	Mengunjungi Masa Depan (Marta Sánchez et al., 2016)	Mengukur Se jauh mana keinginan mengunjungi destinasi wisata ketika melihat konten foto di akun instagram wonderfulindonesia dimasa yang akan dating	22
		Pilihan Liburan Masa Depan  (Marta Sánchez et al., 2016)	Mengukur Se jauh mana memilih destinasi wisata yang ada pada postingan akun instagram wonderfulindonesia di liburan berikutnya	23
		Memilih preferensi (Marta Sánchez et al., 2016)	Mengukur Se jauh mana Memilih destinasi wisata yang terdapat pada postingan akun instagram wonderfulindonesia dibandingkan lainnya	24

### 3.4.3 Teknik dan Alat Analisis

Teknik dan alat analisis memainkan peran yang cukup penting karena dapat menggambarkan variabel yang dapat diteliti sebagai dasar pembentukan hipotesis dalam penelitian. Untuk memastikan keakuratan dan keandalan data yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner, sangat penting untuk menguji instrumen penelitian secara cermat. Pengujian ini dilakukan dengan tujuan menilai validitas dan reliabilitas instrumen yang digunakan. Validitas mengukur

Beni Ismarizal, 2024

*PENGARUH KONTEN FOTO INSTAGRAM BUATAN DESTINATION MARKETING ORGANIZATION (DMO) TERHADAP NIAT BERKUNJUNG KE DESTINASI WISATA YANG DIMEDIASI OLEH CITRA DESTINASI*

Universitas Pendidikan Indonesia | [repository.upi.edu](https://repository.upi.edu) | [perpustakaan.upi.edu](https://perpustakaan.upi.edu)

sejauh mana instrumen tersebut benar-benar mencerminkan variabel yang ingin diteliti, sedangkan reliabilitas mengukur konsistensi instrumen tersebut dalam mengukur variabel tersebut..

Pengujian instrumen dilakukan sebelum kuesioner didistribusikan kepada responden sebagai sampel. Hal ini bertujuan untuk mengukur bahwa kuesioner yang digunakan valid serta reliabel, sehingga data yang diperoleh sesuai dengan kebutuhan peneliti. Tujuan dari pengujian instrumen dalam penelitian ini yaitu untuk mendapatkan data kuantitatif yang akurat (Lütfi Sürücü et al., 2020). Dalam pengujian instrumen penelitian, dilakukan proses evaluasi terhadap pernyataan-pernyataan dalam kuesioner. Pernyataan-pernyataan tersebut dievaluasi untuk memastikan kesesuaian dengan konstruk variabel yang ingin diteliti. Selain itu, dilakukan pula pengujian terhadap reliabilitas instrumen dengan menggunakan teknik seperti uji validitas konten dan uji *koefisien alpha Cronbach*. Pengujian instrumen penelitian yang dilakukan sebelumnya akan memberikan keyakinan kepada peneliti bahwa instrumen yang digunakan *valid* serta *reliabel*. Dengan demikian, keberhasilan penelitian sangat bergantung pada keakuratan dan keandalan data, sehingga data yang diperlukan haruslah valid dan reliabel.

#### **3.4.4 Pengujian Instrumen**

Evaluasi instrumen penelitian dilakukan untuk menguji validitas dan reliabilitasnya. Proses ini juga bertujuan untuk menilai sejauh mana instrumen penelitian memenuhi standar metode yang diterapkan. Kualitas suatu penelitian sangat tergantung pada akurasi dan keandalan data. Oleh karena itu, memastikan bahwa data penelitian memenuhi standar validitas dan reliabilitas menjadi hal yang kritis.

Pengujian instrumen dalam penelitian dilaksanakan untuk memverifikasi validitas dan reliabilitas daftar pernyataan kuesioner sebelum disalurkan ke sampel yang telah ditetapkan. Uji validitas dan reliabilitas bertujuan untuk memastikan data yang diperoleh sesuai dengan keperluan penelitian. Pengujian instrumen dalam penelitian ini juga dijalankan untuk menegaskan bahwa

pengukuran yang dilakukan menghasilkan data kuantitatif yang tepat (Lütfi Sürücü et al., 2020).

Dengan melakukan pengujian instrumen penelitian, peneliti dapat menjamin bahwa data yang diperoleh adalah valid dan reliabel menjadi suatu keharusan. Data yang valid akan mencerminkan dengan akurat variabel yang sedang diteliti, sedangkan data yang reliabel akan konsisten dalam memberikan hasil yang sama jika pengukuran dilakukan ulang. Dengan demikian, pengujian instrumen penting dalam memastikan bahwa data yang diperoleh dapat diandalkan dalam analisis dan interpretasi penelitian.

#### 3.4.4.1 Uji Validitas

Uji validitas merujuk pada proses evaluasi sejauh mana sebuah alat pengukur dapat dianggap valid atau sah. Dalam validitas instrumen pengukur mengacu pada kemampuan instrumen tersebut untuk secara akurat mengukur atau memperoleh informasi yang diinginkan mengenai objek atau konstruk yang ingin diukur (Lütfi Sürücü et al., 2020). Uji validitas sering digunakan dalam konteks data kuantitatif, seperti pada penggunaan kuesioner yang digunakan untuk instrumen pada pengumpulan data.

Tujuan dari uji validitas adalah untuk memastikan bahwa pernyataan atau item-item dalam kuesioner yang disebar kepada responden menyatakan data tersebut valid dan dapat digunakan secara efektif sebagai instrumen pengukur (Lütfi Sürücü et al., 2020). Dengan menguji validitas, dapat dipastikan bahwa instrumen dapat merefleksikan konstruk yang ingin diukur dan menghasilkan data yang akurat dan dapat dipercaya.

Berdasarkan analisis statistik, jika skor dari semua item dalam alat pengukur memiliki korelasi yang signifikan dengan skor total, sehingga dapat disimpulkan bahwa alat pengukur tersebut memiliki validitas. Validitas instrumen dapat dihitung dengan korelasi product moment yang dikemukakan oleh Pearson. Rumus korelasi product moment diusulkan oleh Pearson adalah sebagai berikut:

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

Keterangan:

$r_{xy}$  = koefisien korelasi antara skor butir soal X dan Y

N = banyaknya subjek

X = skor untuk setiap butir soal

Y = total skor yang diperoleh

Dalam pengujian signifikansi koefisien korelasi digunakan uji-t sesuai dengan rumusan Susetyo (2010) yaitu sebagai berikut:

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

Keterangan:

r = koefisien korelasi Pearson

n = banyaknya subjek

Terdapat keputusan dalam uji validitas yaitu dengan taraf signifikan sebagai berikut:

1. Jika nilai  $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ , maka item pertanyaan dikatakan valid. Ini berarti ada hubungan yang signifikan antara item pertanyaan tersebut dengan skor total instrumen pengukur.
2. Jika nilai  $r_{hitung} < r_{tabel}$ , maka item pertanyaan dikatakan tidak valid. Ini menunjukkan bahwa item pertanyaan tidak memiliki hubungan yang signifikan dengan skor total instrumen pengukur dan kemungkinan tidak memvalidasi konstruk yang ingin diukur

Pada saat pengujian validitas, ukuran sampel  $n-2$  digunakan sebagai derajat kebebasan (dk) dalam mengacu pada tabel distribusi t atau z yang relevan. Nilai taraf signifikansi  $\alpha = 0,05$  menunjukkan bahwa kita menggunakan tingkat kepercayaan 95% untuk pengambilan keputusan.

#### **3.4.4.2 Uji Reliabilitas**

Uji reliabilitas digunakan sebagai alat ukur untuk mengukur sejauh mana konsistensi hasil kuesioner sebagai indikator dari suatu variabel atau konstruk yang diteliti. Reliabilitas suatu kuesioner mengacu pada konsistensi atau stabilitas dalam jawaban yang diberikan oleh responden (Lütfi Sürücü et al., 2020).

Beni Ismarizal, 2024

*PENGARUH KONTEN FOTO INSTAGRAM BUATAN DESTINATION MARKETING ORGANIZATION (DMO) TERHADAP NIAT BERKUNJUNG KE DESTINASI WISATA YANG DIMEDIASI OLEH CITRA DESTINASI*

Universitas Pendidikan Indonesia | [repositori.upi.edu](https://repositori.upi.edu) | [perpustakaan.upi.edu](https://perpustakaan.upi.edu)

Penentuan reliabilitas dilakukan dengan menggunakan nilai *Cronbach's Alpha*. Umumnya, nilai *Cronbach's Alpha* yang diinginkan yaitu 0,70 atau lebih (Gail M. Sullivan dan Sullivan, 2011).

Dalam mengambil keputusan mengenai reliabilitas suatu konstruk atau variabel, langkah-langkah berikut dapat diikuti:

1. Suatu konstruk/variabel dikatakan reliabel jika nilai *Cronbach's Alpha* yang diperoleh lebih besar dari 0,70. Nilai ini menyatakan bahwa kuesioner memiliki tingkat konsistensi internal yang cukup tinggi, sehingga dapat diandalkan dalam mengukur konstruk atau variabel yang diteliti.
2. Suatu konstruk/variabel dikatakan tidak reliabel jika nilai *Cronbach's Alpha* yang diperoleh kurang dari 0,70. Hal ini menyatakan bahwa kuesioner memiliki tingkat konsistensi internal yang rendah, sehingga tidak dapat diandalkan sebagai alat pengukuran yang valid. Dalam hal ini, perlu dilakukan evaluasi dan penyesuaian terhadap kuesioner tersebut untuk meningkatkan reliabilitasnya.

Untuk menguji reliabilitas yang terbentuk dari kuesioner dengan skala yang bertingkat, dapat digunakan rumus *Alpha Cronbach*. Rumus *Alpha Cronbach* untuk mengukur konsistensi antara butir item pernyataan secara internal dalam kuesioner. Rumus *Alpha Cronbach* yaitu sebagai berikut:

$$r = \left( \frac{n}{n-1} \right) \left( 1 - \frac{\sum \sigma_t^2}{\sigma_t^2} \right)$$

Keterangan :

$n$  = Jumlah butir kuesioner;

$\sum \sigma_t^2$  = Jumlah variasi skor butir yang valid;

$\sigma_t^2$  = Variasi total skor butir.

Dalam pengujian reliabilitas menggunakan *Cronbach's alpha*, terdapat interpretasi umum untuk mengukur reliabilitas berdasarkan nilai alpha yang diperoleh. Interpretasi ini dapat membantu dalam mengevaluasi tingkat

reliabilitas butir item pernyataan pada kuesioner. Berikut adalah interpretasi umum yang sering digunakan:

1. Jika nilai  $\alpha > 0.90$ : Menunjukkan reliabilitas yang sangat tinggi atau sempurna. Ini menunjukkan bahwa seluruh item pada kuesioner memiliki tingkat konsistensi yang sangat baik dan dapat diandalkan untuk mengukur konstruk yang diinginkan.
2. Jika nilai  $\alpha$  0.70 - 0.90: Menunjukkan reliabilitas yang tinggi. Ini menunjukkan bahwa seluruh item pada kuesioner memiliki konsistensi yang baik dan dapat diandalkan, meskipun mungkin ada sedikit variasi dalam reliabilitas masing-masing item.
3. Jika nilai  $\alpha$  0.50-0.70: Menunjukkan reliabilitas yang moderat. Ini menunjukkan bahwa ada beberapa variasi dalam reliabilitas item pada kuesioner, dan beberapa item mungkin tidak konsisten atau tidak diandalkan
4. Jika nilai  $\alpha < 0.50$ : Menunjukkan reliabilitas yang rendah. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat ketidakkonsistenan yang signifikan dalam item-item pada kuesioner, dan beberapa item mungkin tidak diandalkan sebagai pengukuran yang valid.

#### 3.4.4.3 Hasil Uji Instrumen

Pengujian validitas dilakukan dengan menggunakan metode analisis validitas seperti Validitas Konstruk (*Construct Validity*) untuk setiap butir item pernyataan pada kuesioner. Validitas konstruk akan mengevaluasi instrumen pengukuran atau kuesioner dapat mengukur konstruk yang diinginkan, dalam hal ini variabel konten foto instagram buatan DMO (X), citra destinasi (M), dan niat berkunjung (Y).

**Tabel 3. 2 Hasil Pengujian Validitas**

No	Item Pernyataan	R_hitung	R_tabel	Keterangan
<b>Konten foto instagram buatan DMO (X)</b>				
1	Kecerahan warna pada konten foto destinasi wisata yang diposting oleh akun instagram wonderfulindonesia	0,871	0,362	Valid
2	Kontras warna pada konten foto destinasi wisata yang diposting oleh	0,755	0,362	Valid

Beni Ismarizal, 2024

*PENGARUH KONTEN FOTO INSTAGRAM BUATAN DESTINATION MARKETING ORGANIZATION (DMO) TERHADAP NIAT BERKUNJUNG KE DESTINASI WISATA YANG DIMEDIASI OLEH CITRA DESTINASI*

Universitas Pendidikan Indonesia | [repository.upi.edu](https://repository.upi.edu) | [perpustakaan.upi.edu](https://perpustakaan.upi.edu)

akun instagram wonderfulindonesia					
3	kualitas komposisi pada konten foto destinasi wisata yang diposting oleh akun instagram wonderfulindonesia	0,850	0,362	Valid	
4	Resolusi pada konten foto destinasi wisata yang diposting oleh akun instagram wonderfulindonesia	0,823	0,362	Valid	
5	Penggunaan kata-kata pada caption konten foto destinasi wisata yang diposting oleh akun instagram wonderfulindonesia	0,823	0,362	Valid	
6	Kecocokan antara konten foto destinasi wisata dan caption yang diposting oleh akun instagram wonderfulindonesia	0,871	0,362	Valid	
7	Frasa atau kalimat mampu membangkitkan emosi pada caption konten foto destinasi wisata	0,823	0,362	Valid	
8	Persepsi muncul dari komentar pengguna lain pada konten foto di akun instagram wonderfulindonesia	0,850	0,362	Valid	
9	Respon dan kualitas tanggapan dari pengelola akun terhadap komentar yang diberikan pada konten foto instagram buatan DMO	0,871	0,362	Valid	
<b>Citra Destinasi (M)</b>					
1	Postingan foto akun instagram wonderfulindonesia menawarkan pemandangan destinasi yang indah	0,734	0,362	Valid	
2	Postingan foto akun instagram wonderfulindonesia menawarkan kegiatan budaya yang menarik	0,778	0,362	Valid	
3	Postingan foto akun instagram wonderfulindonesia menawarkan akomodasi yang sesuai	0,870	0,362	Valid	
4	Postingan foto akun instagram wonderfulindonesia menawarkan makanan lokal yang menarik	0,870	0,362	Valid	
5	Postingan foto akun instagram wonderfulindonesia menawarkan pantai dan olahraga air yang bagus	0,805	0,362	Valid	
6	Postingan foto akun instagram wonderfulindonesia menawarkan	0,860	0,362	Valid	

Beni Ismarizal, 2024

*PENGARUH KONTEN FOTO INSTAGRAM BUATAN DESTINATION MARKETING ORGANIZATION (DMO) TERHADAP NIAT BERKUNJUNG KE DESTINASI WISATA YANG DIMEDIASI OLEH CITRA DESTINASI*

Universitas Pendidikan Indonesia | [repositori.upi.edu](http://repositori.upi.edu) | [perpustakaan.upi.edu](http://perpustakaan.upi.edu)

atraksi sejarah yang menarik						
7	Postingan foto akun instagram wonderfulindonesia menawarkan destinasi yang damai	0,778	0,362	Valid		
8	Postingan foto akun instagram wonderfulindonesia menawarkan destinasi yang cocok untuk bersantai	0,870	0,362	Valid		
9	Postingan foto akun instagram wonderfulindonesia menawarkan destinasi yang tepat untuk beristirahat	0,805	0,362	Valid		
10	Postingan foto akun instagram wonderfulindonesia menawarkan destinasi yang menggairahkan	0,860	0,362	Valid		
11	Postingan foto akun instagram wonderfulindonesia menawarkan destinasi yang menyenangkan	0,860	0,362	Valid		
12	Postingan foto akun instagram wonderfulindonesia menawarkan destinasi yang membangkitkan semangat	0,772	0,362	Valid		
Niat Berkunjung (Y)						
1	Berkeinginan mengunjungi destinasi wisata ketika melihat konten foto di akun instagram wonderfulindonesia dimasa yang akan datang	0,982	0,362	Valid		
2	Memilih destinasi wisata yang ada pada postingan akun instagram wonderfulindonesia di liburan berikutnya	0,913	0,362	Valid		
3	Memilih destinasi wisata yang terdapat pada postingan akun instagram wonderfulindonesia dibandingkan lainnya	0,776	0,362	Valid		

Berdasarkan Tabel 3.2 menunjukkan hasil uji validitas beberapa variabel yaitu Konten foto instagram buatan DMO, Citra Destinasi dan Niat berkunjung. Pada hasil tersebut dinyatakan nilai tertinggi pada variabel Niat Berkunjung yaitu sebesar 0,982. Sedangkan nilai terendah terdapat pada variabel Citra Destinasi yaitu 0,775. Adapun dari 19 item pertanyaan menunjukkan r hitung melebihi r tabel yaitu 0,362. Dari hasil tersebut, keseluruhan item pertanyaan/penyataan

Beni Ismarizal, 2024

*PENGARUH KONTEN FOTO INSTAGRAM BUATAN DESTINATION MARKETING ORGANIZATION (DMO) TERHADAP NIAT BERKUNJUNG KE DESTINASI WISATA YANG DIMEDIASI OLEH CITRA DESTINASI*

Universitas Pendidikan Indonesia | [repositori.upi.edu](http://repositori.upi.edu) | [perpustakaan.upi.edu](http://perpustakaan.upi.edu)

yang berjumlah 19 pertanyaan dinyatakan valid atau sah dan layak untuk pengumpulan data selanjutnya.

Setelah dilakukan uji validitas dan hasil menunjukkan bahwa data yang digunakan valid, kemudian dilakukan uji reliabilitas untuk mengukur konsistensi dari kuesioner yang dibuat yang merupakan indikator variabel atau konstruk.

**Tabel 3. 3 Hasil Pengujian Reliabilitas**

No	Variabel	Angka Alpha	Keterangan
1	Konten foto instagram buatan DMO	0,946	Reliabel
2	Citra Destinasi	0,956	Reliabel
3	Niat Berkunjung	0,847	Reliabel

Dari tabel 3.3 menunjukkan hasil pengujian reliabilitas pada variabel Konten foto instagram buatan DMO sebesar 0,946 maka nilai reliabilitas dapat dikatakan tinggi, pada variabel Citra Destinasi sebesar 0,956 maka nilai reliabilitas dikatakan reliabilitas sempurna dan variabel Niat Berkunjung sebesar 0,847 sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh item reliabel, konsisten dan memiliki reliabilitas yang kuat. Dari seluruh nilai Cronbach Alpha menunjukkan  $> 0,7$  dan sehingga semua variabel dinyatakan reliabel.

### 3.5 Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini, dilakukan pengujian data menggunakan teknik analisis validitas dan reliabilitas data menggunakan perangkat lunak SPSS. Analisis tersebut dilakukan untuk memastikan keakuratan data, sehingga data tersebut dapat digunakan dengan validitas dan reliabilitas yang tinggi untuk penelitian lebih lanjut. Setelah data terkumpul, selanjutnya data diolah untuk selanjutnya dilakukan analisis data. Pentingnya analisis data dalam penelitian ini terletak pada evaluasi statistik terhadap data yang terhimpun, serta untuk menilai apakah data mendukung hipotesis yang telah diajukan (Sekaran dan Bougie, 2016). Google Form digunakan sebagai alat penelitian dalam bentuk kuesioner. Variabel-variabel yang terdapat dalam penelitian berdasarkan kuesioner telah

Beni Ismarizal, 2024

*PENGARUH KONTEN FOTO INSTAGRAM BUATAN DESTINATION MARKETING ORGANIZATION (DMO) TERHADAP NIAT BERKUNJUNG KE DESTINASI WISATA YANG DIMEDIASI OLEH CITRA DESTINASI*

Universitas Pendidikan Indonesia | [repositori.upi.edu](https://repositori.upi.edu) | [perpustakaan.upi.edu](https://perpustakaan.upi.edu)

disusun oleh peneliti. Setelah data terkumpul, analisis validitas dan reliabilitas dilakukan menggunakan perangkat lunak SPSS untuk memastikan bahwa kuesioner tersebut telah diuji dengan baik.

Dalam penelitian ini, peneliti menyusun kuesioner yang terdapat dalam penelitian berdasarkan variabel-variabel yang diuji sebelumnya. Kuesioner tersebut kemudian akan digunakan untuk mengumpulkan data dari responden. Setelah data terkumpul, data tersebut akan diolah dan ditafsirkan untuk melihat apakah terdapat pengaruh antara variabel konten foto instagram buatan DMO (X), variabel citra destinasi (M), dan variabel niat berkunjung (Y).

Olah data melibatkan proses pengolahan data yang mencakup pembersihan data, pengkodean, dan penyusunan variabel. Setelah itu, analisis statistik akan dilakukan untuk memeriksa hubungan antara variabel-variabel yang diteliti. Dalam hal ini, analisis struktural menggunakan teknik seperti SEM untuk menguji hubungan kausal antara variabel-variabel yang terbentuk.

Hasil analisis akan ditafsirkan untuk memberikan pemahaman yang lebih dalam tentang hubungan antara variabel konten foto instagram buatan DMO (X), variabel citra destinasi (M), dan variabel niat berkunjung (Y). Dalam hal ini, dapat dilihat apakah konten foto instagram buatan DMO memiliki pengaruh terhadap citra destinasi dan citra destinasi memiliki pengaruh terhadap niat berkunjung.

Kegiatan analisis data dalam penelitian ini terdapat beberapa tahapan dalam analisis data, yaitu sebagai berikut:

1. Penyusunan data

Tahap ini bertujuan melihat kelengkapan identitas dan pengisian data yang sesuai dengan tujuan penelitian. Pada tahap ini, peneliti memastikan bahwa data yang terkumpul sudah lengkap dan valid.

2. Penyeleksian data

Tahap ini dilakukan untuk mengetahui keakuratan dan kelengkapan data yang telah terkumpul. Peneliti melakukan pemeriksaan terhadap data untuk dapat memastikan bahwa tidak ada data yang hilang atau tidak sesuai dengan kriteria yang ditentukan.

### 3. Tabulasi data

Pada tahap ini, data yang terkumpul akan dimasukkan ke dalam program Microsoft Office Excel. Setelah itu, setiap item pada kuesioner diberikan skor, kemudian skor-skor tersebut dijumlahkan untuk setiap item. Peneliti juga dapat menyusun ranking skor untuk setiap variabel penelitian untuk melihat peringkat tertinggi dan terendah.

### 4. Menganalisis data

Tahap ini melibatkan penggunaan rumus statistik dan interpretasi data untuk mencapai kesimpulan penelitian. Proses pengolahan data melibatkan penggunaan rumus statistik yang relevan. Hasil analisis data akan membantu peneliti dalam memahami dan menginterpretasikan hubungan antar variabel.

### 5. Pengujian

Tahap ini menggunakan perangkat lunak IBM AMOS 26 for Windows. Pengujian hipotesis yang diajukan dalam penelitian digunakan untuk menguji hubungan kausal antara variabel-variabel yang diteliti dan memperkirakan parameter dalam model.

#### **3.5.1 Analisis Statistik Deskriptif Kuantitatif**

Pada penelitian ini, metode analisis statistik deskriptif kuantitatif digunakan untuk mendapatkan informasi langsung dari respon kuesioner yang diberikan oleh semua partisipan Creswell, J.W. dan Creswell, J.D (2018, hlm. 228). Dalam analisis deskriptif, tujuannya adalah untuk memberikan deskripsi dan menjelaskan karakteristik variabel penelitian tanpa perlu menguji signifikansi statistik. Analisis ini melibatkan penggunaan metode korelasi untuk mengevaluasi hubungan antar variabel, dan menghitung perbandingan rata-rata dari data sampel.

Terdapat analisis deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan beberapa variabel penelitian. Variabel-variabel tersebut antara lain:

1. Analisis Deskriptif konten foto instagram buatan DMO (X), dengan sub variabel: X1 kredibilitas teks, X2 estetika.
2. Analisis Deskriptif citra destinasi(M) dengan sub variabel: M1 citra destinasi kognitif, M2 citra destinasi afektif.

Beni Ismarizal, 2024

*PENGARUH KONTEN FOTO INSTAGRAM BUATAN DESTINATION MARKETING ORGANIZATION (DMO) TERHADAP NIAT BERKUNJUNG KE DESTINASI WISATA YANG DIMEDIASI OLEH CITRA DESTINASI*

Universitas Pendidikan Indonesia | [repository.upi.edu](https://repository.upi.edu) | [perpustakaan.upi.edu](https://perpustakaan.upi.edu)

3. Analisis Deskriptif niat berkunjung yaitu mengunjungi masa depan, pilihan liburan masa depan dan memilih preferensi.

Dengan menggunakan analisis deskriptif, penelitian ini akan melihat beberapa gambaran yang jelas dan informatif mengenai karakteristik variabel-variabel ini tanpa melakukan pengujian signifikansi.

### **3.5.2 Analisis data Verifikatif**

Pada penelitian ini, dilakukan analisis verifikatif dengan menggunakan teknik *Exploratory Factor Analysis* (EFA) untuk mengetahui faktor apa saja pada konten foto instagram buatan DMO kemudian dilakukan *Structural Equation Model* (SEM) untuk menguji hipotesis dan mengungkap perilaku variabel penelitian. Tujuannya untuk mengetahui korelasi antara variabel-variabel yang diteliti. Agar dapat menggunakan teknik analisis jalur, diperlukan data yang memiliki bentuk interval.

Analisis ini juga bertujuan untuk mengukur dan menguji pengaruh variabel independen, yaitu konten foto instagram buatan DMO, terhadap variabel intervening, yaitu citra destinasi, dan implikasinya terhadap variabel terikat, yaitu niat berkunjung. Dalam konteks variabel-variabel dalam penelitian ini, digunakan teknik analisis SEM. Setelah data penelitian terkumpul, dilakukan uji prasyarat dengan mengidentifikasi model, menguji normalitas data, menganalisis model pengukuran, menganalisis model struktural, serta menguji kesesuaian model secara keseluruhan.

Pada analisis struktural, akan dilakukan pengujian hipotesis untuk menguji sejauh mana pengaruh variabel independen terhadap variabel intervening, serta pengaruh variabel intervening terhadap variabel terikat (Jr et al., 2018). Uji model struktural dilakukan untuk mengevaluasi sejauh mana model yang digunakan dapat menggambarkan hubungan antar variabel. Selanjutnya, dilakukan uji model pengukuran untuk menguji validitas dan reliabilitas konstruk, serta uji kesesuaian model secara keseluruhan (overall model fit) untuk memastikan bahwa data yang diperoleh sesuai dengan model. Dengan mengikuti langkah-langkah tersebut, analisis verifikatif akan

memberikan hasil yang akurat dan valid dalam menguji hipotesis dalam penelitian ini.

### 3.5.2.1 Analisis *Structural Equation Model* (SEM)

Pada penelitian ini, digunakan teknik analisis *Structural Equation Model* (SEM) untuk menganalisis data. SEM dapat mempelajari pola hubungan antara konstruk laten (variabel yang tidak terlihat) dengan indikatornya, hubungan antara konstruk laten satu dengan konstruk laten lainnya, serta memperhitungkan kesalahan pengukuran langsung dengan teknik statistik. SEM termasuk dalam keluarga statistik dependen multivariat, yang memungkinkan analisis beberapa variabel dependen dan independen secara langsung (Hair et al., 1995) sebagaimana dijelaskan dalam Ghozali (2006, hlm. 20).

SEM memfasilitasi analisis sejumlah hubungan secara bersamaan yang memberikan hasil yang efisiensi secara statistik. SEM memiliki berbagai aplikasi utama, termasuk model sebab-akibat (*causal modeling*) atau analisis jalur (*path analysis*), analisis faktor konfirmatori (*confirmatory factor analysis*), model-regresi (*regression models*), analisis faktor urutan kedua (*second order factor analysis*), model struktur kovarian (*covariance structure models*), dan model struktur korelasi.

Teknik analisis data SEM memungkinkan untuk memperkirakan hubungan ketergantungan ganda dan memberikan kemampuan untuk menggambarkan konsep yang sebelumnya tidak terlihat dalam hubungan yang ada. SEM juga mempertimbangkan kemungkinan adanya kesalahan pengukuran dalam variabel yang diamati.

SEM memberikan pilihan yang lebih robust dibandingkan dengan metode lainnya seperti menggunakan regresi berganda, analisis jalur, analisis faktor, analisis time series, dan analisis kovarian. Dengan kemampuan untuk menganalisis hubungan yang kompleks, memodelkan konsep yang tidak teramati, dan memperhitungkan kesalahan pengukuran, SEM memberikan kerangka kerja yang lebih komprehensif untuk analisis data yang lebih akurat dan informatif.

Secara teknis, *Structural Equation Modeling* (SEM) dapat dibagi menjadi SEM berbasis kovarian yang menggunakan AMOS, LISREL dan SEM berbasis

varian yang lebih fokus pada model prediksi. Dalam SEM berbasis kovarian, dasar model dikembangkan berdasarkan teori-teori yang akurat dengan tujuan mengkonfirmasi sebuah model dengan data empiris. Sementara itu, dalam SEM berbasis varian, fokus utamanya adalah pada model yang dapat diprediksi, sehingga dukungan teori yang kuat bukanlah hal terpenting.

Tahapan analisis SEM minimal melalui lima tahapan, sebagaimana dijelaskan oleh Latan (2013: 42-69):

1. Spesifikasi Model.

Spesifikasi model melibatkan pembentukan model berdasarkan teori yang mendukung penelitian terhadap isu yang sedang diinvestigasi. Model dikonsepsi dengan menentukan konstruk yang akan diselidiki dan mengidentifikasi dimensinya. Hubungan antar konstruk dalam model harus ditetapkan dengan jelas dan didasarkan pada dasar teori.

2. Identifikasi Model.

Langkah ini memiliki signifikansi dalam memastikan bahwa model yang diajukan dapat diidentifikasi. Model yang tidak dapat diidentifikasi tidak dapat diestimasi atau dihitung. Identifikasi model melibatkan perhitungan derajat kebebasan dan memastikan bahwa nilai derajat kebebasan positif. Setelah spesifikasi dan identifikasi model, langkah berikutnya adalah menentukan ukuran sampel yang sesuai.

3. Estimasi Model.

Pada tahap ini, model diestimasi melalui pemilihan metode estimasi yang sesuai, seperti Maximum Likelihood (ML) setelah data terkumpul. Proses estimasi model ini melibatkan penyesuaian model agar sesuai dengan data empiris.

4. Evaluasi Model.

Langkah ini melibatkan penilaian dan interpretasi hasil analisis. Evaluasi dimulai dengan melakukan uji normalitas data, diikuti oleh pengujian model pengukuran menggunakan analisis faktor konfirmatori untuk menguji valid atau sah dan juga reliabel suatu data pada variabel yang terukur. Selanjutnya, dilakukan pengujian model struktural. Pada tahap

akhir, dilakukan penilaian kesesuaian model secara keseluruhan dengan menggunakan goodness of fit (GoF) yang sesuai.

#### 5. Modifikasi Model

Tahap ini melibatkan modifikasi atau penyesuaian model berdasarkan hasil interpretasi dan hasil evaluasi sebelumnya. Jika nilai goodness of fit (GoF) model tidak sesuai, perlu dilakukan modifikasi atau re-spesifikasi model dengan mempertimbangkan masukan dari hasil evaluasi.

Dengan melalui tahapan-tahapan diatas, analisis SEM dapat dilakukan dengan lebih sistematis dan dapat memberikan hasil yang lebih valid dan reliabel.

#### 3.5.2.2 Identifikasi Model

Identifikasi model dilakukan dengan memperhitungkan degree of freedom (df) atau derajat kebebasan. Rumus yang digunakan untuk menghitung derajat kebebasan tersebut, sebagaimana yang dijelaskan oleh Santoso (2012:60), adalah sebagai berikut:

$$d_f := \frac{1}{2} [(p) \cdot (p - 1)] - k$$

Keterangan:

- p = jumlah variabel manifes (*observed variables*) dalam suatu model;  
 k = jumlah parameter yang diestimasi dalam model.

Rumus tersebut menghitung selisih antara jumlah total observasi atau sampel dengan jumlah dari parameter yang diestimasi. Derajat kebebasan ini memberikan informasi tentang seberapa banyak data yang dapat bervariasi dalam proses estimasi model.

Dengan menggunakan rumus diatas, kita dapat mengidentifikasi derajat kebebasan yang akan digunakan dalam analisis model. Hal ini penting untuk memastikan jumlah data yang cukup dan mempertimbangkan kompleksitas model yang digunakan dalam analisis tersebut.

Dalam penggunaan program analisis data AMOS, hasil penghitungan derajat kebebasan (df) juga disajikan. Terdapat tiga jenis identifikasi model untuk menentukan suatu model dapat diestimasi (Santoso, 2012; Latan, 2013):

1. *Just identified model* atau model jenuh  
Apabila hasil perhitungan derajat kebebasan menghasilkan nilai 0, maka model masuk ke dalam kategori Just Identified. Pada kondisi ini, model sudah teridentifikasi dengan baik, dan tidak memerlukan estimasi atau penilaian lebih lanjut.
2. *Under Identified or unidentified*  
Apabila perhitungan derajat kebebasan (df) menghasilkan nilai yang negatif, maka model tergolong dalam kategori Unidentified. Hal ini menandakan bahwa model tidak teridentifikasi secara memadai, sehingga tidak memungkinkan dilakukannya estimasi. Untuk mengatasi kondisi ini, solusinya dapat melibatkan penambahan jumlah variabel manifestasi atau pengurangan parameter yang akan diestimasi dalam model.
3. *Overidentified*  
Apabila hasil perhitungan dari derajat kebebasan menghasilkan nilai yang positif, maka model termasuk dalam kategori Overidentified. Dalam hal ini, model dapat langsung diestimasi karena memiliki derajat kebebasan yang memadai. Model ini memberikan kesempatan untuk melakukan penilaian dan estimasi parameter.

Dengan menggunakan tiga jenis identifikasi diatas, pengguna AMOS dapat mengevaluasi apakah model yang mereka analisis dapat diestimasi berdasarkan hasil perhitungan derajat kebebasan. Hal ini membantu dalam menentukan langkah selanjutnya dalam proses analisis data.

### 3.5.2.3 Uji Normalitas Data

Pengujian normalitas data dilakukan untuk menganalisis distribusi data secara umum (*multivariat*). Prosedur ini melibatkan perhitungan *critical ratio* (c.r) multivariat. Program AMOS dapat memberikan hasil dari perhitungan normalitas data dan informasi terperinci tentang distribusi data. Untuk mendapatkan nilai c.r, terdapat dua langkah yang dapat dilakukan, seperti diuraikan oleh Santoso (2012:86):

1. Menghitung standar *error* (se) multivariat.

$$s.e := \sqrt{\frac{8p(p+2)}{N}}$$

Keterangan:

se = Kesalahan standar

N = Jumlah sampel

p = Jumlah indikator (variabel manifes).

2. Menghitung cr multivariat.

$$c.r := \frac{\text{angka multivariat}}{s.e}$$

Data dapat dikatakan berdistribusi normal apabila tidak memiliki kemencengan yang signifikan ke kanan atau ke kiri, serta memiliki keruncingan yang ideal. Untuk menilai normalitas data, terdapat nilai *cut-off* yang umumnya digunakan berdasarkan penelitian Schumaker dan Lomax sebagaimana yang disebutkan dalam Latan (2013:103). Nilai *cut-off* tersebut adalah:

1. Untuk kemencengan (*skewness*) dan keruncingan (*kurtosis*), nilai yang dianggap normal yaitu nilai memiliki antara 1.0 hingga 1.5. Jika nilai kemencengan dan keruncingan data berada di rentang tersebut, maka data dapat dianggap memiliki distribusi normal.
2. Selain itu, nilai *critical ratio* (c.r) juga dapat digunakan sebagai acuan untuk menilai normalitas data. Menurut Latan, nilai c.r memiliki syarat -2,58 < c.r < 2,58 untuk dikategorikan sebagai data berdistribusi normal.

Dengan menggunakan nilai *cut-off* tersebut, peneliti dapat mengevaluasi apakah data yang dimiliki memenuhi syarat normalitas atau tidak. Jika data tidak memenuhi kriteria tersebut, maka peneliti perlu melakukan transformasi data atau menggunakan metode analisis yang tidak bergantung pada asumsi distribusi normal.

Jika ditemukan bahwa terdapat data yang berdistribusi anormal, langkah yang bisa dilakukan dengan melakukan pendeteksian dan outliers

atau penghapusan data. Data pencilan dapat diidentifikasi dengan menggunakan dua metode berikut:

1. Mengamati nilai probabilitas 1 ( $p_1$ ) atau probabilitas 2 ( $p_2$ ): Untuk mengidentifikasi data yang berpotensi menjadi pencilan, umumnya digunakan nilai cut-off yang berasal dari tabel Mahalanobis Distance yang tersedia di AMOS. Nilai-nilai  $p_1$  atau  $p_2$  diharapkan lebih besar dari 0,05 (Latan, 2013:106). Apabila nilai probabilitas berada di bawah 0,05, data tersebut dapat dianggap sebagai pencilan.
2. Melihat nilai *Mahalanobis Distance*: Santoso (2012:88) menjelaskan bahwa nilai Mahalanobis Distance dalam kolom Mahalanobis d-square pada tabel Mahalanobis Distance menunjukkan seberapa jauh suatu data berada dari titik pusat tertentu yang disebut centroid. Semakin jauh data dari titik pusat, semakin besar kemungkinan data tersebut merupakan outlier.

Dalam penelitian ini, akan digunakan metode pertama yaitu melihat nilai  $p_1$  ataupun  $p_2$  untuk mendeteksi data pencilan. Dengan melakukan pendeteksian tersebut, peneliti dapat memutuskan apakah data tersebut perlu dihapus atau dikoreksi dalam analisis selanjutnya.

#### 3.5.2.4 Uji Model Pengukuran (*measurement Model*)

Dalam analisis faktor konfirmatori menggunakan AMOS, validitas konvergen dapat diperoleh dengan melihat faktor loading atau parameter lambda ( $\lambda$ ). Faktor loading yang tinggi menggambarkan bahwa indikator secara konvergen merepresentasikan variabel laten yang diukur. Selain itu, terdapat juga squared multiple correlations yang menggambarkan persentase sejauh mana indikator dapat menjelaskan variabel laten. Persentase sisanya mewakili kesalahan pengukuran atau faktor unik. Menurut Wijaya (2009:138), untuk menguji validitas indikator, kita dapat memeriksa nilai critical ratio (c.r) pada tabel regression weights. Apabila nilai c.r melebihi dua kali standar error (se), maka dapat dianggap bahwa indikator tersebut valid dalam mengukur variabel yang sedang diukurnya.

Selain menggunakan nilai *c.r.*, Santoso (2012:145) menjelaskan bahwa kita juga dapat memperhatikan nilai estimasi pada tabel regression weights. Nilai ini mencerminkan kovarians antara variabel laten dan indikatornya. Untuk menguji apakah indikator tersebut secara signifikan menjelaskan variabel laten, uji hipotesis dapat dilakukan dengan membandingkan nilai probabilitas indikator dengan taraf signifikansi yang telah ditentukan, biasanya pada tingkat 0,05. Jika nilai probabilitas indikator lebih kecil dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis nol dapat ditolak. Tabel 3.4 merupakan Ringkasan Acuan Validitas, dapat digunakan sebagai panduan untuk menilai validitas indikator.

**Tabel 3. 4 Ringkasan acuan validitas**

Validitas	Parameter	Nilai Acuan
Validitas konvergen	Factor loading ( $\lambda$ )	Lebih besar dari 0,5
	<i>cr</i>	Lebih besar dari 2 kali s.e
	probabilitas	Lebih kecil dari 0,05

Selain melakukan pengujian validitas konstruk, penting juga untuk menguji reliabilitas konstruk. Pengujian reliabilitas bertujuan untuk membuktikan keakuratan, konsistensi, dan ketepatan instrumen yang digunakan dalam pengumpulan data. Dalam penelitian ini, reliabilitas diuji menggunakan teknik Cronbach's Alpha. Cronbach's Alpha adalah metode statistik yang digunakan untuk mengukur konsistensi internal atau reliabilitas dari suatu instrumen pengukuran. Nilai reliabilitas yang diterima secara umum dan menunjukkan tingkat akurasi yang baik adalah lebih dari 0,7.

Meskipun program AMOS tidak secara langsung menyajikan nilai reliabilitas Cronbach's Alpha, namun untuk menghitung nilai reliabilitas, dapat menggunakan persamaan yang diberikan oleh Sugiyono (2013) atau menggunakan software statistik lainnya yang menyediakan fitur untuk menghitung Cronbach's Alpha. Penting untuk mencari nilai reliabilitas setiap konstruk yang diukur dalam penelitian ini. Dengan menjaga nilai reliabilitas diatas 0,7, dapat dipastikan bahwa instrumen pengukuran memiliki tingkat akurasi dan konsistensi yang memadai dalam mengumpulkan data.

Adapun untuk menghitungnya dengan persamaan sebagai berikut:

$$r_i := \frac{k}{k-1} \left\{ 1 - \frac{\sum s_i^2}{s_t^2} \right\}$$

Keterangan :

R = reliabilitas instrumen

k = jumlah item pernyataan

$\sum s_i^2$  = Jumlah varians item

$s_t^2$  = varians item

Adapun untuk mencari varians item dengan persamaan berikut

$$S_i^2 := \frac{JK_i}{n} - \frac{JK_s}{n^2}$$

Keterangan:

$s_t^2$  = varians item;

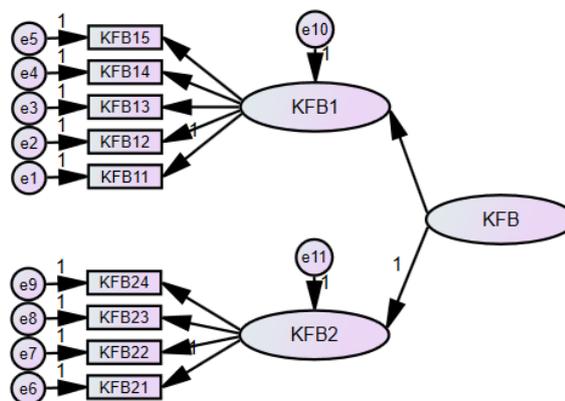
JK\_i = jumlah kuadrat seluruh skor item;

JK\_s = jumlah kuadrat subjek;

n = jumlah responden.

Pada variabel laten eksogen, yaitu konten foto instagram buatan DMO dan citra destinasi, kemudian memiliki pengaruh terhadap variabel laten endogen, yaitu niat berkunjung, baik secara langsung maupun tidak langsung. Rincian spesifikasi model pengukuran untuk masing-masing variabel dapat ditemukan pada gambar yang terlampir.

### 1. Model Pengukuran Variabel Laten Eksogen



Gambar 3. 1 Model Pengukuran Variabel Laten Eksogen

Beni Ismarizal, 2024

PENGARUH KONTEN FOTO INSTAGRAM BUATAN DESTINATION MARKETING ORGANIZATION (DMO) TERHADAP NIAT BERKUNJUNG KE DESTINASI WISATA YANG DIMEDIASI OLEH CITRA DESTINASI

Universitas Pendidikan Indonesia | [repositori.upi.edu](http://repositori.upi.edu) | [perpustakaan.upi.edu](http://perpustakaan.upi.edu)

Keterangan :

Konten foto instagram buatan DMO = Variabel X

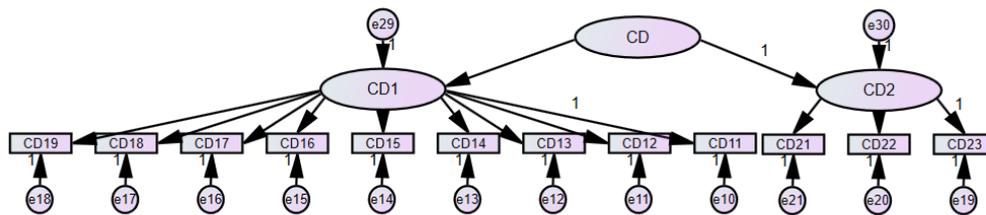
KFB1 = Dimensi kredibilitas teks

KFB2 = Dimensi estetika gambar

e = *Error* (kesalahan)

→ = Hubungan Kausalitas

## 2. Model Pengukuran Variabel Laten Eksogen



**Gambar 3. 2 Model Pengukuran Variabel Laten Eksogen**

Keterangan:

Citra Destinasi = Variabel M

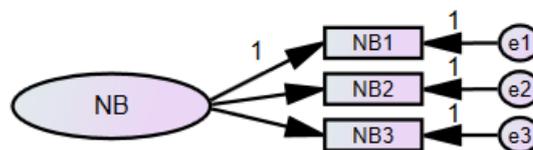
CD1 = Dimensi citra destinasi kognitif

CD2 = Dimensi citra destinasi Afektif

e = *Error* (kesalahan)

→ = Hubungan Kausalitas

## 3. Model Pengukuran Variabel Laten Endogen



**Gambar 3. 3 Model Pengukuran Niat Berkunjung**

Beni Ismarizal, 2024

*PENGARUH KONTEN FOTO INSTAGRAM BUATAN DESTINATION MARKETING ORGANIZATION (DMO) TERHADAP NIAT BERKUNJUNG KE DESTINASI WISATA YANG DIMEDIASI OLEH CITRA DESTINASI*

Universitas Pendidikan Indonesia | [repositori.upi.edu](http://repositori.upi.edu) | [perpustakaan.upi.edu](http://perpustakaan.upi.edu)

Keterangan:

Niat Berkunjung	= Variabel Y
NB1	= Mengunjungi masa depan
NB2	= Pilihan masa depan
NB3	= Memilih preferensi
e	= <i>Error</i> (kesalahan)
————→	= Hubungan Kausalitas

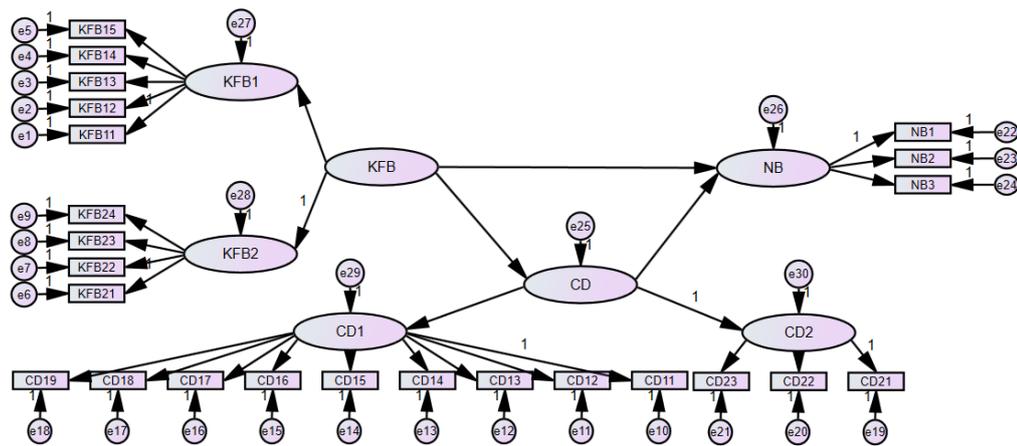
### 3.5.2.5 Uji Struktural Model (*structural model*)

Pengujian model struktural digunakan untuk mengevaluasi sejauh mana varians dari setiap variabel endogen dalam model dapat dijelaskan oleh variabel eksogen. Ini dapat dinilai dengan melihat nilai *R-squares*, yang mencerminkan persentase varians yang dijelaskan oleh variabel eksogen dan sebenarnya merupakan nilai squared multiple correlations.

Selain nilai *R-squares*, evaluasi model struktural juga melibatkan penilaian signifikansi statistik, yang dapat dilihat dari nilai probabilitas yang menjadi dasar untuk diterima atau ditolaknya hipotesis nol. Biasanya, nilai signifikansi yang umum digunakan adalah 5% atau  $P < 0,05$ , dan nilai critical ratio (c.r) harus melebihi 1,96. Pendekatan ini memastikan bahwa perbedaan antara hasil yang diamati dan yang diharapkan tidak terjadi secara kebetulan.

Model struktural mencerminkan hubungan yang terjadi antara konstruk yang dihipotesiskan dan menjelaskan kausalitas antar variabel. Model ini merepresentasikan serangkaian hubungan yang terjalin antar variabel laten yang dianggap linier, meskipun model dapat diperluas untuk mengakomodasi persamaan *non-linier*.

Dalam Gambar 3.4 terdapat diagram jalur yang menggambarkan pengaruh konten foto instagram buatan DMO terhadap niat berkunjung melalui citra destinasi. Diagram ini merupakan representasi dari model struktural yang digunakan dalam penelitian ini.



**Gambar 3. 4 Diagram Jalur Pengaruh Konten Foto Instagram Buatan DMO Terhadap Niat Berkunjung melalui Citra Destinasi**

Keterangan:

Konten foto instagram buatan DMO = Variabel X

KFB1 = Dimensi kredibilitas teks

KFB2 = Dimensi estetika gambar

Citra Destinasi = Variabel M

CD1 = Dimensi citra destinasi kognitif

CD2 = Dimensi citra destinasi afektif

Niat Berkunjung = Variabel Y

NB1 = Mengunjungi masa depan

NB2 = Pilihan masa depan

NB3 = Memilih preferensi

e dan r = *Error* (kesalahan)

—————> = Hubungan Kausalitas

### 3.5.2.6 Kriteria *goodness of fit* (GoF)

Langkah selanjutnya adalah menguji keseluruhan model atau kesesuaian keseluruhan model berdasarkan nilai *goodness of fit* (GoF). Setelah melakukan pengujian model pengukuran dan model struktural, GoF adalah indikator yang menunjukkan sejauh mana model yang telah diatur sesuai dengan matriks kovarians antara indikator atau variabel yang diamati. Jika hasil GoF baik, maka model tersebut dapat diterima. Namun, jika hasil GoF tidak memuaskan, maka model tersebut perlu ditolak atau dimodifikasi (Latan, 2013:49).

Beni Ismarizal, 2024

**PENGARUH KONTEN FOTO INSTAGRAM BUATAN DESTINATION MARKETING ORGANIZATION (DMO) TERHADAP NIAT BERKUNJUNG KE DESTINASI WISATA YANG DIMEDIASI OLEH CITRA DESTINASI**

Universitas Pendidikan Indonesia | [repositori.upi.edu](http://repositori.upi.edu) | [perpustakaan.upi.edu](http://perpustakaan.upi.edu)

Latan menjelaskan bahwa tidak semua kriteria GoF harus dipenuhi atau dilaporkan oleh seorang peneliti. Namun, dalam konteks ini, kriteria GoF yang dilaporkan mengikuti rekomendasi yang diberikan oleh Garson seperti yang tercatat dalam Latan (2013:49). Secara umum, program AMOS akan menampilkan hampir semua kriteria GoF yang relevan. Dengan menggunakan kriteria GoF, peneliti dapat mengevaluasi kesesuaian model dengan data dan membuat keputusan apakah model yang dispesifikasikan dapat diterima atau tidak. Penting untuk mempertimbangkan berbagai ukuran GoF, seperti chi-square, degree of freedom, CMIN/DF, RMSEA, CFI, dan indeks fit lainnya, untuk mendapatkan gambaran yang komprehensif tentang tingkat kesesuaian model dengan data yang diamati.

**Tabel 3. 5 Kriteria Goodness of Fit (GoF)**

Kriteria Index	Syarat
Chi- Square	Probabilitas (P) > 0,05
CMIN/df	≤ 2,00
RMSEA	< 0,08
Comparative fit index (CFI)	> 0,9 (mendekati 1)
Parsimonious comparative fit index	> 0,6
Akaike information criteria (AIC)	AIV < AIC saturated model dan independence model

Terdapat beberapa kriteria Index dengan syarat tertentu adalah sebagai berikut:

### 1. *Chi-Squares*

Chi-Squares atau sering dikenal dengan  $-2 \log$  likelihood adalah indikator indeks kecocokan yang menunjukkan adanya perbedaan atau deviasi antara matriks kovarians yang teramati dalam sampel dengan matriks kovarians yang dihasilkan oleh model yang telah disesuaikan (fitted). Fungsi chi-kuadrat direpresentasikan dalam bentuk rumus matematis berikut:

$$\chi^2 := (N - 1)$$

Keterangan:

$x^2$  = *Che squares*;

N = Besarnya sampel;

F = *Discrepancy*.

Rumus ini menggambarkan penghitungan nilai chi-kuadrat berdasarkan perbedaan antara log likelihood yang diestimasi oleh model dengan log likelihood yang diharapkan dalam populasi sebenarnya. Semakin besar nilai chi-kuadrat, semakin besar pula perbedaan antara matriks kovarians sampel dan model yang dihipotesiskan. Sedangkan Nilai Discrepancy diperoleh dengan mengurangi nilai frekuensi yang diamati ( $f_0$ ) dengan nilai frekuensi yang diharapkan ( $f_e$ ) (Latan, 2013:50).

## 2. *CMIN/df*

CMIN/DF (Chi-Square divided by Degree of Freedom) adalah suatu ukuran yang didapat dengan membagi nilai chi-square ( $x^2$ ) oleh degree of freedom (df). Nilai yang baik untuk mengevaluasi kesesuaian model adalah jika nilai CMIN/DF  $\leq 2$ .

Dalam analisis statistik, chi-square digunakan untuk menguji tingkat kesesuaian antara distribusi yang diharapkan dengan distribusi yang diamati. Degree of freedom merupakan jumlah parameter yang diestimasi dalam model.

Hasil membagi nilai chi-square dengan degree of freedom, CMIN/DF memberikan ukuran relatif yang memperhitungkan kompleksitas model dan jumlah data yang digunakan. Jika nilai CMIN/DF kurang dari atau sama dengan 2, sehingga model memiliki tingkat kesesuaian yang baik dengan data.

## 3. *Root Mean Square Error Of Approximation (RMSEA)*

RMSEA digunakan untuk mengukur nilai pada parameter model menyimpang dari matriks kovarians dalam populasi. Nilai RMSEA  $\leq 0,05$  menunjukkan model memiliki tingkat kesesuaian yang sangat baik.

Cara mencari nilai RMSEA, seperti yang dijelaskan oleh Latan (2013:53), adalah sebagai berikut:

- a. Estimasi model yang dihipotesiskan menggunakan metode analisis jalur atau SEM (*Structural Equation Modeling*).

Beni Ismarizal, 2024

**PENGARUH KONTEN FOTO INSTAGRAM BUATAN DESTINATION MARKETING ORGANIZATION (DMO) TERHADAP NIAT BERKUNJUNG KE DESTINASI WISATA YANG DIMEDIASI OLEH CITRA DESTINASI**

Universitas Pendidikan Indonesia | [repository.upi.edu](https://repository.upi.edu) | [perpustakaan.upi.edu](https://perpustakaan.upi.edu)

- b. Dapatkan nilai  $\chi^2$  (chi-square) dan derajat kebebasannya dari model tersebut.
- c. Peroleh nilai RMSEA dengan menggunakan rumus berikut:

$$\text{Population RMSEA} := \sqrt{\frac{F_0}{d}}$$

$$\text{Estimated RMSEA} := \sqrt{\frac{\bar{F}_0}{d}}$$

Dimana  $df$  adalah derajat kebebasan model. Rumus ini mengkomputasi penyimpangan rata-rata antara matriks kovarians yang dihasilkan dari model dengan matriks kovarians populasi yang sebenarnya. Semakin kecil nilai RMSEA, semakin baik kesesuaian model dengan data. RMSEA memberikan indikasi tentang sejauh mana model yang dihipotesiskan dapat menyajikan data dengan akurat, dengan nilai 0 menunjukkan kesesuaian sempurna antara model dan data.

#### 4. *Comparative fit index (CFI)*

CFI (Comparative Fit Index) adalah metrik perbandingan yang diajukan dengan null model. Indeks ini tidak dipengaruhi oleh jumlah sampel dan merupakan indikator yang sangat efektif untuk menilai sejauh mana model sesuai dengan data. Nilai CFI yang dianggap baik adalah  $> 0,90$ . Secara matematis, rumus CFI dapat dinyatakan sebagai berikut (Latan, 2013:58):

$$\text{CFI} := 1 - 1 - \frac{n(\hat{C} - d, 0)}{\max(\hat{C}_b - d_b, 0)} := 1 - \frac{NCP}{NCP_b}$$

Keterangan:

$C$  = *discrepancy*

$d$  = *degree of freedom* untuk model yang diuji;

$\hat{C}_b$  = *discrepancy* untuk *baseline* model;

$d_b$  = *degree of freedom* untuk *baseline* model;

$NCP$  = *nonkonsentralitas parameter* model yang diuji;

$NCP_b$  = *nonconcentrality parameter* untuk *baseline* model.

Rumus ini menggambarkan perbandingan antara CFI model hipotesis dengan CFI null model. Semakin tinggi nilai CFI yang dihipotesiskan dibandingkan dengan null model, semakin baik kesesuaian model tersebut. CFI

memberikan informasi tentang sejauh mana model yang dihipotesiskan dapat menyajikan data dengan cara yang lebih baik daripada null model, dengan nilai 1 menunjukkan kesesuaian sempurna antara model dan data.

### 5. *Parsimonious comparative fit index (PCFI)*

Parsimonious Comparative Fit Index (PCFI) adalah salah satu indeks evaluasi model dalam analisis jalur dan SEM (Structural Equation Modeling). PCFI digunakan untuk mengukur sejauh mana model yang disesuaikan sesuai dengan data, dengan mempertimbangkan tingkat parsimoni atau sederhana model.

$$PCFI := CFI \frac{d}{d_b}$$

Keterangan:

$d$  = *degree of freedom* untuk model yang diuji;

$d_b$  = *degree of freedom* untuk *baseline* model;

CFI = nilai CFI

### 6. *Akaike information criteria (AIC)*

AIC (Akaike's Information Criterion) Pada tahap perbandingan model, nilai AIC pada model default akan dibandingkan dengan AIC pada model saturated dan model independence. Asumsinya adalah bahwa nilai AIC pada model default seharusnya lebih rendah daripada nilai AIC pada model saturated dan model independence. Menurut Santoso (2012:125), rumus matematis AIC dapat dinyatakan sebagai berikut:

$$AIC := x^2 + 2 \cdot q$$

Keterangan:

AIC = nilai *akaike information criteria*;

$x^2$  = chi-square hitung;

q = jumlah parameter estimasi.

Rumus ini menggabungkan log-likelihood dari model kemudian diestimasi dengan jumlah parameter model. Tujuan dari perbandingan AIC adalah untuk memilih model yang memiliki nilai AIC terendah, maka memiliki kemampuan yang lebih baik dalam menjelaskan data dengan menggunakan jumlah parameter yang lebih efisien.

Beni Ismarizal, 2024

**PENGARUH KONTEN FOTO INSTAGRAM BUATAN DESTINATION MARKETING ORGANIZATION (DMO) TERHADAP NIAT BERKUNJUNG KE DESTINASI WISATA YANG DIMEDIASI OLEH CITRA DESTINASI**

Universitas Pendidikan Indonesia | [repositori.upi.edu](http://repositori.upi.edu) | [perpustakaan.upi.edu](http://perpustakaan.upi.edu)

### 3.5.2.7 Uji Hipotesis

Setelah melakukan pengujian model dan mendapatkan hasil yang menunjukkan kesesuaian (fit) antara model tersebut dengan data yang digunakan. Langkah selanjutnya melibatkan uji hipotesis dengan resampling bootstrap. Tujuan dari uji hipotesis ini adalah membandingkan nilai  $t$  yang dihitung dengan nilai  $t$  pada tabel. Jika nilai  $t$  yang dihitung melebihi nilai  $t$  tabel ( $t$  hitung  $>$   $t$  tabel), maka hipotesis dapat diterima. Dalam konteks pengujian hipotesis SEM, penilaian juga dapat dilakukan terhadap nilai  $p$ -value. Apabila nilai  $p$ -value kurang dari 0,05, hipotesis dapat diterima; sebaliknya, jika nilai  $p$ -value lebih besar dari 0,05, maka hipotesis tersebut akan ditolak. Proses pengujian hipotesis ini dilaksanakan dengan menggunakan perangkat lunak IBM SPSS AMOS versi 26.0 untuk Windows sebagai alat analisis.