

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Penelitian ini dilakukan di kawasan yang mencakup destinasi wisata Taman Nasional Kepulauan Seribu. Objek yang diteliti dari penelitian ini adalah Promosi Digital (X) dengan keputusan berkunjung wisatawan (Y). Subjek dalam penelitian ini adalah Kunjungan Wisatawan Taman Nasional Kepulauan Seribu selama 5 tahun terhitung sejak tahun 2018-2023. Lokasi, Objek, dan Subjek penelitian ini telah dipilih secara cermat hingga dapat memberikan informasi yang jelas secara tepat mengenai pengaruh promosi digital terhadap keputusan berkunjung wisatawan Taman Nasional Kepulauan Seribu. Data utama yang digunakan adalah kuesioner yang diolah peneliti dengan data pendukung penelitian kepustakaan seperti jurnal atau sumber buku yang memiliki kredibilitas. memakai pendekatan kuantitatif. Teknik pengambilan sampel adalah *Purposive Sampling* dengan Pengumpulan data menggunakan Kuesioner dan Skala Likert. Teknik pengolahan yang digunakan adalah Analisis Regresi Linear Sederhana, dan Uji Asumsi Klasik.

Penelitian ini menggunakan pendekatan Kuantitatif. adalah penelitian yang berlandaskan filsafat positifisme, yang digunakan untuk meneliti suatu sampel (Reichenbach et al., 2019). yang lebih menekankan kepada pengujian teori yang dipakai dalam penelitian menggunakan pengukuran variabel dan angka dan juga menggunakan analisis yang sesuai dengan ketentuan statistik, agar memperoleh hasil penelitian yang tepat dan bermanfaat. Selain itu, penelitian ini memanfaatkan teknik analisis statistik yang ketat untuk memastikan hasil yang diperoleh tepat dan dapat diandalkan. Prosedur analisis statistik digunakan untuk menguji hubungan kausal, mengidentifikasi pola, dan membuat generalisasi yang valid dari data sampel ke populasi yang lebih luas. Dengan demikian, penelitian ini dapat menghasilkan temuan yang bermanfaat dan relevan untuk pengembangan teori serta penerapan praktis.

Dalam pendekatan ini, data dikumpulkan melalui instrumen yang telah divalidasi dan reliabel, seperti kuesioner atau survei, yang dirancang untuk mengukur variabel-variabel yang relevan. Data yang diperoleh kemudian dianalisis menggunakan teknik statistik yang sesuai. Secara keseluruhan, pendekatan kuantitatif dalam penelitian ini bertujuan untuk memberikan pemahaman yang

mendalam dan terukur tentang fenomena yang diteliti. Melalui pengumpulan data numerik yang sistematis dan analisis statistik yang rigor, penelitian ini berupaya untuk mencapai hasil yang akurat dan dapat dipertanggungjawabkan, yang pada gilirannya dapat berkontribusi pada pengembangan ilmu pengetahuan dan praktik yang lebih baik di bidang terkait.

Penelitian ini berada pada kategori survey (deskriptif dan korelasional). Metode survey merupakan metode kuantitatif yang dipakai dengan tujuan mendapatkan data tentang hal-hal yang berkaitan dengan aspek penelitian seperti hubungan variabel dari sampel dalam populasi tertentu, dengan teknik pengumpulan data melalui kuesioner. Metode survey termasuk kemampuan untuk mengumpulkan data dari sampel yang besar dan tersebar, fleksibilitas dalam perancangan kuesioner, dan berpotensi untuk menggeneralisasikan hasil ke populasi yang lebih luas, penyajian temuan survey dalam bentuk berupa laporan, grafik yang mempresentasikan hasil dan rekomendasi data penelitian. Penelitian ini juga menggunakan penelitian pustaka. Penelitian kepustakaan adalah penelitian yang berlandaskan data sekunder melalui sumber-sumber dari buku ataupun jurnal yang berkaitan yang sama dengan penelitian yang dilakukan (Reichenbach et al., 2019). Penelitian kepustakaan melibatkan pengumpulan dan analisis informasi dari berbagai sumber tertulis yang relevan dengan topik yang diteliti, dapat berupa buku, jurnal, artikel ilmiah, laporan, dan bahan tulisan lainnya yang serupa.

3.2 Partisipan

Partisipan yang terlibat dalam penelitian ini menggunakan beberapa kriteria, Kriteria responden dalam penelitian ini mencakup Wisatawan yang sudah pernah mengunjungi Taman Nasional Kepulauan Seribu dalam kurun waktu 2018-2023, Pengguna yang Sudah pernah mengunjungi Website dan Instagram Taman Nasional Kepulauan Seribu dalam kurun waktu 2018-2023, dan Sudah memiliki Kartu Tanda Penduduk resmi. Dekripsi wisatawan yang didapat melalui hasil penyebaran kuesioner menunjukkan bahwa karakteristik berdasarkan jenis kelamin terbesar adalah responden laki-laki berjumlah 88 atau 67,2%, sedangkan Wanita berjumlah 43 atau 32,8%. Hal ini menunjukkan bahwa wisatawan yang berkunjung ke Taman Nasional dengan aktivitas olahraga air atau sekedar snorkeling bawah laut lebih diminati oleh laki-laki karna kegiatan tersebut ditujukan untuk beberapa kalangan saja. Karakteristik berdasarkan jenis pekerjaan terbesar adalah pegawai swasta sejumlah 85 atau 64,9% dan disusul oleh wirausaha sejumlah 20 atau 15%. Penulis beropini

Marcel Viergiano Maryonoputra, 2024

PENGARUH PROMOSI DIGITAL TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG WISATAWAN DI TAMAN NASIONAL KEPULAUAN SERIBU

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

bahwa para pegawai swasta pada umumnya melakukan kegiatan berlibur kantor bersama ataupun outbound di akhir pekan disana, dan TNKS juga menjadi ladang bisnis yang menguntungkan untuk para wirausahawan. Karakteristik berdasarkan pendapatan terbesar ditempati dengan jumlah Rp 5.100.000 – Rp 10.000.000 atau 48,9% dan disusul dengan pendapatan sejumlah Rp 2.600.000 – Rp 5.000.000 atau 21,4%. Hal tersebut menunjukkan bahwa wisatawan yang berkunjung ke Taman Nasional Kepulauan Seribu termasuk ke dalam ekonomi yang stabil dan mampu untuk melakukan kegiatan wisata. Karakteristik berdasarkan jumlah kunjungan terbanyak adalah 2-4 kali atau 68,7%, dan disusul dengan 5-7 kali atau 19,1%. Hal tersebut mengindikasikan bahwa sebagian besar wisatawan mengunjungi Taman Nasional Kepulauan Seribu sebanyak lebih dari sekali dan mendapatkan kepuasan sehingga memutuskan untuk berkunjung Kembali. Karakteristik berdasarkan sumber informasi terbesar adalah media sosial sejumlah 76 atau 58%, dan disusul oleh keluarga/kerabat dengan jumlah 38 atau 29%. Hal tersebut membuktikan bahwa promosi digital media sosial memiliki pengaruh paling tinggi dibandingkan yang lainnya sehingga perlu terjaga konsistensi dan kualitas yang baik dari konten serta manajemen media sosial tersebut. Keluarga atau kerabat juga masih memiliki pengaruh yang baik mengingat banyak wisatawan yang merasa puas setelah berkunjung ke TNKS dan menyebarkannya melalui *mouth to mouth* ke keluarga atau kerabatnya. Karakteristik berdasarkan waktu lama berkunjung terbanyak adalah 1-2 hari atau 45%, dan setelahnya adalah 3-5 hari atau 38,9%. Hal tersebut menunjukkan bahwa wisatawan Taman Nasional Kepulauan Seribu memiliki lama kunjungan waktu yang optimal yaitu lebih dari sehari, sesuai dengan aktivitas disana serta juga dengan paket wisata yang dijual.

3.3 Populasi dan Sampel

Populasi adalah keseluruhan elemen yang akan dijadikan wilayah generalisasi untuk diukur dan diteliti (Roflin et al., 2021). Populasi dalam hal ini memiliki kuantitas dan karakteristik khusus yang ditetapkan berdasarkan pertimbangan yang diperlukan dan nantinya akan dipelajari, dibahas, dan menghasilkan kesimpulan yang bermanfaat. Populasi tidak hanya sekumpulan individu, tetapi objek lainnya. Populasi dalam penelitian ini adalah wisatawan yang sudah pernah mengunjungi Destinasi Wisata Taman Nasional kepulauan Seribu setidaknya sekali dalam kurun waktu 2018-2023. Jumlah populasi adalah 7.308 wisatawan, yang didalamnya termasuk wisatawan Nusantara dan wisatawan asing. Dengan menganalisis data dari populasi yang luas ini, peneliti mengidentifikasi tren, pola, dan hubungan yang mungkin ada di antara berbagai variabel yang

diteliti. Selain itu, kesimpulan yang dihasilkan dari penelitian ini dapat memberikan rekomendasi yang bermanfaat bagi pengelola Taman Nasional Kepulauan Seribu dalam meningkatkan strategi pemasaran dan pelayanan kepada wisatawan. Secara keseluruhan, definisi dan karakteristik populasi dalam penelitian ini dirancang untuk memastikan bahwa data yang diperoleh relevan dan dapat digunakan untuk mencapai tujuan penelitian yang telah ditetapkan. Melalui pendekatan ini, diharapkan penelitian ini dapat memberikan kontribusi yang signifikan baik dalam teori maupun praktik pengelolaan destinasi wisata.

Sampel adalah jumlah dan karakteristik itu sendiri dari populasi yang ada tersebut (Roflin et al., 2021). Sampel dipilih untuk berpartisipasi dalam penelitian dengan tujuan untuk mewakili keseluruhan populasi tersebut. Penggunaan sampel memungkinkan untuk melakukan studi yang praktis, efisien, dan terukur tanpa harus mengumpulkan data dari seluruh populasi, yang sering kali tidak memungkinkan. Apabila jumlah ataupun ukuran dari populasi yang digunakan besar, maka dalam hal ini diperlukanlah penggunaan sampel berdasarkan populasi tersebut. Jenis sampel yang dipakai dalam penelitian ini yaitu *Purposive Sampling*. *Purposive Sampling* adalah Teknik pengambilan sampel yang untuk mendapatkan sampel yang mewakili tujuan serta memenuhi standar yang ada dalam memberikan informasi (Purnawinadi & Lintang, 2020). *Purposive sampling* digunakan karena Teknik sampel ini menargetkan subjek dengan tepat efisien, serta dipilih berdasarkan kriteria yang spesifik sehingga menghasilkan data yang relevan dan membuat peneliti mendapatkan data yang mendalam dan bermakna dari berbagai kelompok.

Rumus yang digunakan untuk Perhitungan Sampel menggunakan rumus Slovin (Marlius & Mutiara, 2022), yaitu :

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

Keterangan :

n = jumlah sampel

N = Jumlah Populasi

E = presentase batas toleransi

Berdasarkan rumus tersebut, maka perhitungan jumlah sampel menggunakan rumus slovin didapatkan :

$$n = \frac{422,519}{1 + (422,519 \cdot (0,1)^2)}$$

$$n = \frac{422,519}{1 + 4,22}$$

$$n = \frac{422,519}{5,22}$$

$$n = 80,94 \sim 81$$

Berdasarkan hasil perhitungan tersebut, maka sampel yang didapatkan berjumlah 81. Namun agar memudahkan dalam menyelesaikan penelitian, maka jumlah tersebut disesuaikan oleh peneliti menjadi 100 responden.

3.3.1 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah proses atau suatu cara yang digunakan peneliti dalam penelitiannya untuk mengumpulkan data dan mencapai tujuan dari penelitian (Ivan Qomusuddin, 2021). Adapun pengumpulan data yang digunakan dalam instrumen penelitian ini adalah Kuesioner. Kuesioner adalah teknik pengumpulan data dengan cara menyebarkan kumpulan pernyataan atau pertanyaan kepada responden yang akan menjawabnya sampai memenuhi jawaban yang diperlukan (Roflin et al., 2021). Penelitian ini akan menggunakan Skala Likert. Skala Likert merupakan skala untuk mengukur opini dan cara pandang terhadap fenomena tertentu (Roflin, 2021). Skala likert digunakan karena dapat menangkap variasi dari opini para responden dan mengkategorikannya dengan tepat. Hasil dari skala likert lebih baik untuk disajikan atau diinterpretasikan serta dapat memudahkan pembaca dalam memahaminya.

Tabel 3.2
Skala Likert
 Sumber : (Suasapha, 2020)

Dengan menggunakan Skala Likert dan kriteria jawaban skor seperti pada tabel diatas, maka akan

dapat terukur	No.	Pernyataan	Kode	Skor
variabel melalui	1	Sangat Setuju	SS	5
jabaran indikator	2	Setuju	S	4
variabel, yang	3	Ragu-Ragu	RG	3
kemudian	4	Tidak Setuju	TS	2
digunakan sebagai	5	Sangat Tidak Setuju	STS	1

tolak ukur untuk membuat susunan pertanyaan kuesioner dan menghasilkan jawaban ataupun kesimpulan penelitian ini.

3.4 Operasional Variabel

Operasional Variabel adalah objek yang menjadi fokus dari peneliti yang memiliki karakteristik atau sifat yang dipelajari berupa orang, benda, alam, ataupun kejadian (Priadana & Sunarsi, 2021). Variabel berdasarkan hubungan diklasifikasikan menjadi Variabel yang mempengaruhi atau *Eksogen* dan Variabel yang dipengaruhi atau *Endogen*. Variabel *Eksogen* dalam penelitian ini adalah Promosi digital (X). Sedangkan variabel *Endogen* dalam penelitian ini adalah Keputusan Berkunjung Wisatawan (Y).

Tabel 3.1
 Operasional Variabel

Sumber : Oleh peneliti

Variabel	Konsep Teoritis	Dimensi	Analisis	Skala	Item
Promosi Digital (X)	Promosi digital merupakan cara berkomunikasi yang digunakan untuk menjangkau konsumen untuk mengambil tindakan yang berhubungan dengan tujuan produk atau layanan (Larasati , 2021).	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Cost Transaction</i> 2. <i>Interactive</i> 3. <i>Incentive Program</i> 4. <i>Site Design</i> <p>(Daniel Laksana & Dharmayanti , 2018)</p>	<p>Skala Penilaian kuesioner yang digunakan meliputi :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Variabel <i>Cost/transaction</i> <ol style="list-style-type: none"> a. Tingkat ketersediaan informasi terkait produk/jasa yang ditawarkan. b. Tingkat ketersediaan promo dan diskon menarik dalam penawaran iklan Promosi Digital TNKS. c. Tingkat jangkauan dari Instagram dan Website TNKS sebagai media yang dicari oleh wisatawan. 2. Variabel <i>Interactive</i> <ol style="list-style-type: none"> a. Tingkat keinteraktifan media Instagram dan Website TNKS secara keseluruhan dalam memudahkan wisatawan untuk menemukan dan mengingatnya. b. Tingkat ketersediaan Penyampaian Bahasa yang digunakan dalam Promosi Digital TNKS. c. Tingkat ketersediaan penyampaian syarat dan ketentuan produk Promosi Digital TNKS. d. Tingkat keinteraktifan Konten yang diberikan Promosi Digital TNKS. e. Tingkat ketersediaan <i>event/kegiatan</i> interaktif dengan masyarakat pada promosi digital TNKS 3. Variabel <i>Incentive Program</i> <ol style="list-style-type: none"> a. Tingkat manfaat program Konten yang diberikan Promosi Digital TNKS bagi wisatawan. b. Tingkat keunikan program Promosi Digital TNKS sehingga membuat wisatawan tertarik untuk 	Interval	<ol style="list-style-type: none"> 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11

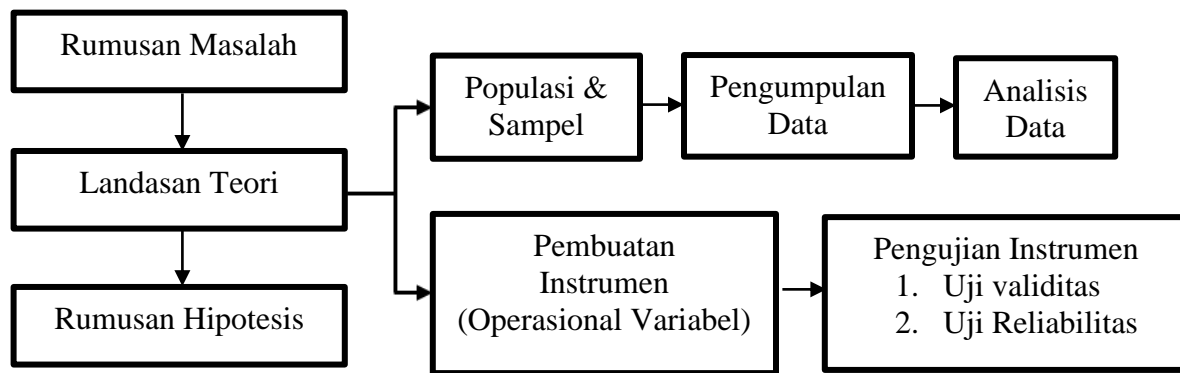
			<p>terus mengikuti perkembangannya.</p> <p>c. Tingkat kepuasan Wisatawan dengan program promosi digital dari TNKS.</p> <p>d. Tingkat kestrategisan program Promosi digital TNKS dalam membuat konten yang bervariasi.</p> <p>4. Variabel <i>Site Design</i></p> <p>a. Tingkat keatraktifan Desain website dan Instagram TNKS secara visual dan audio.</p> <p>b. Tingkat keamanan desain konten TNKS sehingga aman dari kekerasan atau seksual.</p> <p>c. Tingkat keberagaman Desain konten promosi digital Taman Nasional yang tidak tertuju hanya untuk kelompok usia atau <i>gender</i> tertentu saja.</p> <p>d. Tingkat keunikan dan keberagaman dari desain konten TNKS sehingga membuat wisatawan mengingat desain dari kontennya.</p>	12
				13
				14
				15
				16
Keputusan Berkunjung (Y)	Keputusan berkunjung wisatawan adalah suatu tahap dimana wisatawan menentukan pilihan berdasarkan kebutuhan dan keinginan mereka dan melakukan tindakan pembelian terhadap produk wisata setelah mencari informasi	<p>Pemilihan Produk</p> <p>Pemilihan Merek</p> <p>Pemilihan Penyalur</p> <p>Jumlah Kunjungan Waktu</p> <p>Kunjungan Metode</p> <p>Pembayaran</p> <p>(Napu & Nurhidayat, 2022)</p>	<p>Skala Penilaian kuesioner yang digunakan meliputi :</p> <p>1. Pemilihan Produk</p> <p>a. Tingkat kualitas Atraksi dan aktivitas wisata yang disuguhkan TNKS.</p> <p>2. Pemilihan Merek</p> <p>3.1.1 Tingkat pemilihan <i>Branding</i> dari Taman Nasional Kepulauan Seribu yang unik dan membuat wisatawan selalu mengingatnya.</p> <p>3.1.2 Tingkat popularitas Taman Nasional Kepulauan Seribu.</p> <p>3. Pemilihan Penyalur</p> <p>a. Tingkat kualitas manajemen wisata yang ada di TNKS.</p>	17
				18
				19
				20

	mengenai produk tersebut sebelumnya (Sirait & Puddin, 2018).		<ul style="list-style-type: none"> b. Tingkat kemudahan aksesibilitas TNKS yang baik. 4. Jumlah Kunjungan <ul style="list-style-type: none"> a. Tingkat kualitas pengalaman berlibur ke TNKS sehingga membuat wisatawan ingin berkunjung kembali. 5. Waktu Kunjungan <ul style="list-style-type: none"> a. Tingkat kesepadanan waktu dan pengalaman kunjungan ke TNKS dengan biaya yang dikeluarkan. b. Tingkat kualitas pengalaman Kunjungan ke TNKS yang membuat wisatawan betah dan ingin berlama-lama disana. 6. Metode Pembayaran <ul style="list-style-type: none"> a. Tingkat keberagaman Metode pembayaran dalam membeli produk/jasa wisata Taman Nasional Kepulauan Seribu. 	<ul style="list-style-type: none"> 21 22 23 24 25
--	--	--	---	--

3.5 Instrumen Penelitian

Data penelitian adalah keterangan yang menjadi gambaran dari masalah ataupun hasil karakteristik populasi atau sampel. Karakteristik data yang ada berbentuk angka dengan data primer berupa kuesioner yang dan dibagikan kepada responden yang telah dipilih berdasarkan kriteria penelitian. Data primer penelitian ini menggunakan kuesioner yang diolah oleh peneliti berdasarkan sumber yang dapat dipercaya, dan disebarakan secara digital melalui software *Google form*. Sebelum pertanyaan kuesioner, terdapat pertanyaan mengenai informasi dan data diri seperti jenis kelamin, usia, pendapatan, dan juga pekerjaan. Jumlah total pertanyaan dari kuesioner ini adalah 23 butir pertanyaan yang berfokus kepada keempat dimensi dari variabel x, yaitu Promosi Digital. sedangkan data sekunder dalam penelitian ini berlandaskan penelitian kepustakaan seperti jurnal atau sumber buku yang memiliki kredibilitas, dan data statistik yang berasal dari sumber yang terpercaya sehingga menambah kredibilitas penelitian ini.

3.6 Prosedur Penelitian



Gambar 1

Prosedur Penelitian

3.7 Analisis Data

Analisis data dapat didefinisikan sebagai proses memeriksa, membersihkan, dan mengubah data dengan tujuan untuk menemukan informasi yang dibutuhkan dan mendukung penelitian. Analisis data memungkinkan penulis untuk memahami data yang digunakan, dan membuat identifikasi atau prediksi berbasis data yang jelas (Napu & Nurhidayat, 2022). Dalam penelitian ini, serangkaian analisis data yang dilakukan adalah Uji Validitas dan Reliabilitas yang dilakukan sebelum kuesioner disebar, untuk menentukan apakah kuesioner valid dan reliabel. Selain itu terdapat rangkaian analisis data seperti Uji Asumsi Klasik, Analisis Regresi Sederhana, Analisis Deskriptif, serta Uji F dan T. seluruh rangkaian analisis data dilakukan menggunakan perangkat lunak SPSS statistic versi 25 dan diolah menggunakan laptop. Setelah penyebaran kuesioner, data dikumpulkan dan disusun menggunakan aplikasi Microsoft Excel untuk memudahkan penulis dalam menyortir dan mengolah data.

3.7.1 Uji Validitas

Uji validitas adalah pengujian untuk mengetahui apakah alat ukur yang digunakan (pernyataan dalam kuesioner) adalah valid atau tidak (Janna & Herianto, 2021). Alat ukur/kuesioner bisa dikatakan valid jika pertanyaan yang digunakan menginformasikan hal yang diukur dari kuesioner tersebut. Uji ini dilakukan untuk menilai sejauh mana isi dari media survey atau kuesioner dapat mencakup keseluruhan aspek dari inti dan tujuan penelitian yang dilakukan, menilai sejauh mana alat ukur dapat memberikan hasil yang berkorelasi dengan

kriteria yang ditujukan dan diinginkan peneliti, namun tetap dengan etika dan standar dalam keilmuan. Uji dilakukan menggunakan metode statistik yang benar dan memastikan alat ukur bekerja dengan relevan sehingga aman untuk disebarkan di lapangan. Uji validitas penelitian ini menggunakan perangkat lunak *IBM SPSS Versi 25*. Korelasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Product moment pearson* dengan dasar nilai *Corrected Item-Total Correlation*.

Tabel 2.3
 Hasil Uji Validitas
 Sumber : Oleh peneliti

VALIDITAS				
Variabel	No Soal	rxy	r tabel	status
X1	1	0.803	0,361	VALID
	2	0.843	0,361	VALID
	3	0.786	0,361	VALID
X2	4	0.891	0,361	VALID
	5	0.727	0,361	VALID
	6	0.735	0,361	VALID
	7	0.791	0,361	VALID
	8	0.887	0,361	VALID
X3	9	0.732	0,361	VALID

	10	0.924	0,361	VALID
	11	0.815	0,361	VALID
	12	0.761	0,361	VALID
X4	13	0.501	0,361	VALID
	14	0.729	0,361	VALID
Y	15	0.818	0,361	VALID
	16	0.713	0,361	VALID
	17	0.675	0,361	VALID
	18	0.675	0,361	VALID
	19	0.529	0,361	VALID
	20	0.735	0,361	VALID
	21	0.924	0,361	VALID
	22	0.657	0,361	VALID
	23	0.785	0,361	VALID

Validitas diperoleh jika hasil korelasi yang didapatkan dibandingkan dengan nilai kritis dengan taraf signifikan sebesar 5%, data diambil dari 30 responden diluar respnden utama. dalam penelitian ini nilai signifikans 5% adalah 0,361 dikarenakan jumlah responden uji validitas sejumlah 28 responden. Berdasarkan tes validitas yang telah dilakukan, didapatkan hasil yang menunjukkan seluruh r hitung telah berada di atasr tabel sebesar 0,361 sehingga dinyatakan Valid dan dapat digunakan.

3.7.2 Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas adalah susunan yang menunjukkan seakurat apa alat ukur penelitian memiliki konsistensi dan bisa diandalkan (Janna & Herianto, 2021). Uji reliablitas menentukan konsistensi atau kestabilan hasil yang diberikan oleh alat ukur, dalam penelitian ini adalah kuesioner yang akan disebarakan, memastikan bahwa Ketika alat ukur digunakan dalam kondisi dan waktu yang berbeda, hasil yang diperolehnya akan tetap sama dan konsisten. Uji ini dilakukan untuk memastikan alat ukur dapat dipercaya dan diandalkan untuk memberikan hasil yang diharapkan, agar data yang dikumpulkan dapat digunakan untuk membuat kebijakan atau Keputusan yang valid, tidak melenceng, serta dapat diinterpretasikan kepada para pembaca akademisi. Uji reliabilitas ini menggunakan perangkat lunak *IBM SPSS versi 25*. Jenis uji reliabilitas yang digunakan menggunakan metode *Cronbarch Alpha*. Menurut metode tersebut, suatu instrument dapat dikatakan reliabel dan dapat diterima apabila nilai Alpha lebih dari 0,6.

Tabel 3.3
Hasil Uji Reliabilitas
Sumber : SPSS

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.969	23

Berdasarkan hasil tes reliabilitas yang telah dilakukan kepada 30 responden, didapatkan hasil nilai Cronbach Alpha sebesar 0,962 sehingga lebih besar dari 0,6 atau dinyatakan *Reliabel* atau dapat diandalkan.