

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **3.1 Objek Penelitian**

Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis pengaruh *tourist experience* terhadap *revisit intention* di Desa Wisata Alamendah menggunakan ilmu manajemen pemasaran. Adapun objek penelitian terdiri dari dua variabel yaitu variabel X dan variabel Y. Objek penelitian yang menjadi variabel bebas atau *independent variable* (X) yaitu *tourist experience* yang terdiri dari *sensory*, *affective*, *intellectual* dan *relational*. Sedangkan variabel terikat atau *dependent variable* (Y) yaitu *revisit intention* yang meliputi *likelihood to visit*, *likelihood to recommend*, dan *likelihood that the destination will be first choice*.

Unit analisis dalam penelitian ini adalah wisatawan nusantara atau wisatawan lokal yang berkunjung dan yang pernah berkunjung ke Desa Wisata Alamendah. Dipilihnya Desa Wisata Alamendah sebagai tempat penelitian karena berdasarkan hasil pra penelitian mengenai niat kunjungan kembali ke Desa Wisata Alamendah, menemukan bahwa dari 100 responden yang pernah berkunjung ke Desa Wisata Alamendah hanya sebanyak 39 responden yang mempunyai niat untuk berkunjung kembali, selain itu alasan mendasar menjadikan Desa Wisata Alamendah sebagai objek penelitian karena penulis ingin mengetahui apakah *tourist experience* berpengaruh terhadap niat kunjungan kembali di Desa Wisata Alamendah.

#### **3.2 Metode Penelitian**

##### **3.2.1 Jenis Penelitian dan Metode yang Digunakan**

Penentuan jenis penelitian dan metode yang digunakan harus dilakukan pada setiap penelitian, agar tujuan dari penelitian tersebut dapat diketahui dan dicapai. Berdasarkan tujuan penelitian dan variabel-variabel yang diteliti maka metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah penelitian deskriptif dan verifikatif. Melalui jenis penelitian deskriptif maka dapat diperoleh deskripsi mengenai gambaran *tourist experience* dan gambaran *revisit intention* pada Desa Wisata Alamendah. Sedangkan penelitian verifikatif bertujuan untuk memperoleh kebenaran dari suatu hipotesis yang dilaksanakan melalui pengumpulan data di

lapangan, hal ini dilakukan melalui metode survei terhadap wisatawan yang berkunjung ke Desa Wisata Alamendah untuk mengetahui penilaian atau persepsi wisatawan setelah berkunjung ke Desa Wisata Alamendah sehingga dapat diketahui pengaruh *tourist experience* terhadap *revisit Intention*.

Metode penelitian dibuat untuk memudahkan peneliti untuk membuat kesimpulan. Metode yang digunakan ini merupakan informasi dari sebagian data yang di dapat seperti data pertumbuhan kunjungan wisatawan ke Desa Wisata Alamendah, data pengunjung ke Desa wisata Alamendah dengan tujuan untuk mengetahui pendapat dari sebagian populasi terhadap objek yang sedang diteliti

### 3.2.2 Operasional Variabel

Pada penelitian ini terdapat dua variabel yang dikaji yaitu *tourist experience* ( $X$ ) sebagai variabel bebas yang terdiri dari *sensory* ( $X_1$ ), *affective* ( $X_2$ ), *intellectual* ( $X_3$ ) dan *relational* ( $X_4$ ). Selanjutnya yang menjadi variabel terikat ( $Y$ ) yaitu *revisit intention* dengan indikator berdasarkan *likelihood to visit again*, *likelihood to recommend*, dan *likelihood to be the first choice*. Secara lebih rinci operasionalisasi masing-masing variabel disajikan dalam Tabel 3.1 sebagai berikut.

**TABEL 3.1**  
**OPERASIONAL VARIABEL PENELITIAN**

Variabel/ Sub Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
<i>Tourist Experience</i> ( $X$ )	Pengalaman wisatawan adalah gabungan dari perasaan, persepsi dan sikap yang terbentuk selama proses pembuatan keputusan dan konsumsi yang terlibat dalam rangkaian interaksi dengan orang-orang, objek, proses dan lingkungan yang mengarah kepada respons kognitif, emosional sensorial dan <i>behavioral</i> (Rajnish, 2017)				
<i>Sensory</i> ( $X_1$ )	Meliputi perasaan bahwa destinasi memiliki kesan kuat dan menarik yang melibatkan rangsangan sensorik	<i>Feel</i>	Perasaan menyenangkan yang dirasakan wisatawan saat berada di Desa Wisata Alamendah	<i>Interval</i>	1
			Semangat yang dirasakan wisatawan saat berada di Desa Wisata Alamendah	<i>Interval</i>	2
		<i>Visual</i>	Daya tarik Desa Wisata Alamendah (wahana, atraksi wisata, titik-titik untuk berswafoto)	<i>Interval</i>	3
			Keindahan alam yang ditawarkan Desa Wisata Alamendah	<i>Interval</i>	4

Variabel/ Sub Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No Item	
<i>Affective</i> ( $X_2$ )	Menjadikan pengalaman itu relevan dan bermanfaat secara pribadi	<i>Comfortable</i>	Kenyamanan selama berada di Desa Wisata Alamendah	<i>Interval</i>	5	
			Keamanan untuk berwisata di Desa Wisata Alamendah	<i>Interval</i>	6	
		<i>Satisfaction</i>	Kepuasan wisatawan terhadap fasilitas saat berada di Desa Wisata Alamendah	<i>Interval</i>	7	
			Tingkat kepuasan wisatawan terhadap pelayanan saat berada di Desa Wisata Alamendah	<i>Interval</i>	8	
		<i>Charm</i>	Daya tarik atraksi di Desa Wisata Alamendah yang mampu memberikan kesan pada wisatawan	<i>Interval</i>	9	
			Seberapa menarik paket wisata yang ditawarkan Desa Wisata Alamendah kepada wisatawan	<i>Interval</i>	10	
	<i>Spesial Emotion</i>	Relaksasikan diri selama berada di Desa Wisata Alamendah	<i>Interval</i>	11		
		Memahami diri sendiri selama berkunjung ke Desa Wisata Alamendah	<i>Interval</i>	12		
	<i>Intellectual</i> ( $X_3$ )	Pikiran dan ingatan serta faktor yg melibatkan kesadaran, produk dan evaluasi	<i>Act</i>	Partisipasi wisatawan dalam kegiatan di Desa Wisata Alamendah	<i>Interval</i>	13
				Partisipasi wisatawan untuk mempelajari gaya hidup pedesaan di Desa Wisata Alamendah	<i>Interval</i>	14
			<i>Expectation</i>	Kesesuaian ekspektasi wisatawan terhadap lingkungan di Desa Wisata Alamendah	<i>Interval</i>	15
				Kesesuaian ekspektasi wisatawan terhadap kegiatan di Desa Wisata Alamendah	<i>Interval</i>	16
<i>Relational</i> ( $X_4$ )	Melibatkan interaksi yang memerlukan hubungan jangka Panjang	<i>Knowledge</i>	Tingkat pengetahuan wisatawan terkait informasi terbaru Desa Wisata Alamendah	<i>Interval</i>	18	
		<i>Hospitality</i>	Tingkat keramahan pengurus Desa Wisata Alamendah terhadap wisatawan	<i>Interval</i>	19	
		<i>Curiosity</i>	Tingkat bertambahnya rasa keingintahuan wisatawan terhadap Desa Wisata Alamendah	<i>Interval</i>	17	
<i>Revisit Intention</i> ( $Y$ )	<i>Revisit intention</i> dapat didefinisikan sebagai kemungkinan yang ditegaskan untuk mengunjungi kembali suatu tempat wisata (Han, 2009).					
		<i>Likelihood to visit again</i>	Tingkat keinginan wisatawan untuk kembali lagi di masa yang akan datang	<i>Interval</i>	20	

Variabel/ Sub Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
			Kemungkinan untuk menjadi tujuan berikutnya	<i>Interval</i>	21
	<i>Likelihood to recommend</i>		Tingkat keinginan wisatawan untuk merekomendasi kepada orang lain	<i>Interval</i>	22
			Keinginan untuk memberi penilaian terhadap Desa Wisata Alamendah	<i>Interval</i>	23
	<i>Likelihood to be the first choice</i>		Tingkat keinginan konsumen untuk menjadikan Desa Wisata Alamendah Rancabali sebagai pilihan pertama	<i>Interval</i>	24

### 3.2.3 Jenis dan Sumber Data

Sumber data adalah segala sesuatu yang dapat memberikan informasi mengenai data. Berdasarkan sumbernya data dapat dibedakan menjadi dua, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer dalam penelitian ini adalah data yang akan diperoleh melalui penyebaran kuesioner secara *online* melalui *google form* kepada wisatawan yang sedang dan pernah berkunjung ke Desa Wisata Alamendah. Sementara untuk data sekunder diperoleh melalui data yang mengacu pada informasi yang dikumpulkan dari sumber yang telah ada. Untuk lebih rinci akan dijelaskan dalam Tabel 3.2 yang menjelaskan mengenai sumber data yang digunakan dalam penelitian ini.

**TABEL 3.2**  
**JENIS DAN SUMBER DATA**

No	Jenis Data	Sumber Data	Jenis Data
1	Data kunjungan wisatawan ke kabupaten Bandung	Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Jawa Barat	Sekunder
2	Data pra penelitian tentang <i>revisit intention</i> ke Desa Wisata Alamendah	Pra penelitian yang dilakukan oleh penulis	Sekunder
3	Data kunjungan wisatawan ke Desa Wisata Alamendah	Badan pengelola Desa Wisata Alamendah	Sekunder
4	Hal-hal yang berhubungan dengan <i>tourist experience</i> dan <i>revisit intention</i>	<i>E book</i> dan jurnal	Sekunder
5	Tanggapan wisatawan mengenai <i>tourist experience</i> di Desa Wisata Alamendah	Partisipan yang berkunjung ke Desa Wisata Alamendah	Primer
6	Tanggapan wisatawan mengenai <i>revisit intention</i> di Desa Wisata Alamendah	Partisipan yang berkunjung ke Desa Wisata Alamendah	Primer

Sumber: Pengolahan Data 2023

### **3.2.4 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling**

#### **3.2.4.1 Populasi**

Dalam melakukan penelitian, kegiatan pengumpulan data merupakan langkah penting guna mengetahui karakteristik dari populasi yang merupakan elemen-elemen dalam objek penelitian. Data tersebut digunakan dalam mengambil keputusan untuk menguji hipotesis. Populasi penelitian ini adalah seluruh wisatawan Desa Wisata Alamendah, merujuk pada data yang didapatkan penulis dari badan pengelola Desa Wisata Alamendah, jumlah seluruh wisatawan pada tahun 2022 masih dalam proses perhitungan, sejauh yang sudah terhitung mulai dari bulan januari sampai september yaitu sekitar 7000 wisatawan.

#### **3.2.4.2 Sampel**

Peneliti diperkenankan untuk mengambil sebagian objek populasi yang telah ditentukan untuk mewakili bagian yang lain yang diteliti. Ukuran sampel diambil dengan menggunakan Rumus Hair. Rumus Hair digunakan karena ukuran populasi yang belum diketahui dengan pasti ditambah waktu yang tidak memadai.

Menurut Hair (2010) bahwa apabila ukuran sampel terlalu besar, maka metode menjadi sangat sensitif sehingga sulit untuk mendapatkan ukuran-ukuran *goodness of fit* yang baik. Untuk itu jumlah sampel akan ditentukan berdasarkan hasil perhitungan sampel minimum. Penentuan jumlah sampel minimum menurut Hair (2010) adalah:

(Jumlah pertanyaan) x (5 sampai 10) Berdasarkan pedoman tersebut, maka jumlah sampel untuk penelitian ini adalah,  $N = 24 \times 5 = 120$  responden.

Berdasarkan rumus diatas, maka jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 120 wisatawan yang pernah berkunjung ke Desa Wisata Alamendah.

#### **3.2.4.3 Teknik Sampling**

Teknik sampling merupakan teknik pengambilan sampling untuk menentukan sampel mana yang akan digunakan dalam penelitian. Sampling adalah proses pemilihan jumlah elemen yang tepat dari populasi, sehingga sampel penelitian dan pemahaman tentang sifat atau karakteristik memungkinkan bagi kita untuk menggeneralisasi sifat atau karakteristik tersebut pada elemen populasi (Uma Sekaran, 2013:244).

Pada dasarnya terdapat dua tipologi dari teknik pengambilan sampel yaitu *probability sampling* dan *non-probability sampling*. *Probability sampling* merupakan teknik pengambilan sampel dimana setiap elemen atau anggota populasi memiliki peluang yang sama untuk terpilih sebagai sampel. *Probability sampling* memiliki empat jenis teknik penarikan yaitu *simple random sampling*, *systematic random sampling*, *stratification sampling*, dan *cluster sampling*. Sedangkan *non-probability sampling* adalah kebalikannya dimana setiap elemen atau populasi tidak memiliki peluang yang sama dan pemilihan sampel bersifat objektif.

Adapun teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *systematic random sampling*. *Systematic random sampling* (sampling acak sistematis) merupakan teknik pengambilan sampel berdasarkan urutan dari anggota populasi yang telah diberi nomor urut (Sugiyono, 2016). Kasjono, H.S (2009) menjelaskan bahwa *systematic random sampling* adalah suatu teknik pengambilan sampel dimana hanya unsur pertama saja dari sampel yang dipilih secara acak, sedangkan unsur-unsur selanjutnya dipilih secara sistematis menurut suatu pola tertentu. Untuk memberikan penjelasan yang lebih terperinci, langkah teknik penarikan sampel dalam penelitian ini dipaparkan sebagai berikut:

1. Menentukan sampel sasaran, dalam penelitian ini yang menjadi sasaran adalah wisatawan yang pernah berkunjung ke Desa Wisata Alamendah.
2. Menentukan *social media* untuk menentukan sasaran, dalam penelitian ini Instagram yang akan dijadikan sebagai tempat untuk menentukan sasaran.
3. Menentukan waktu yang akan digunakan untuk menentukan sampling, dalam penelitian ini waktu yang digunakan adalah Selasa sampai Minggu.

Alasan penggunaan *systematic random sampling* pada Desa Wisata Alamendah karena lebih mudah dan menghemat waktu, secara intuisi penarikan sampel ini dianggap lebih teliti dibanding teknik yang lain, populasinya sejenis dan dapat dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi tersebut, serta agar peneliti dapat dengan mudah menentukan objek untuk dijadikan sampel dengan tetap menerapkan aturan yang mana pada setiap elemen dalam populasi memiliki peluang yang sama.

### 3.2.5 Teknik Pengumpulan data

Teknik pengumpulan data merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari desain penelitian (Sekaran, 2013). Data yang telah terkumpul digunakan untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan. Teknik pengumpulan data yang digunakan penulis adalah:

#### 1. Observasi

Observasi dilakukan dengan meninjau serta melakukan pengamatan langsung terhadap objek yang diteliti yaitu Desa Wisata Alamendah, khususnya mengenai *tourist experience* meliputi *sensory*, *affective*, *intellectual* dan *relational* yang dilaksanakan dan pengaruhnya terhadap *revisit intention* di Desa Wisata Alamendah.

#### 2. Kuesioner

Teknik analisis data mengenai penyebaran seperangkat daftar pernyataan-pernyataan tertulis kepada wisatawan yang pernah mengunjungi Desa Wisata Alamendah. Kuesioner dalam berbentuk *form* pada aplikasi *Google Form*. Peneliti memberikan kuesioner yang berisi beberapa pernyataan dan pernyataan mengenai karakteristik responden, pengalaman dan penilaian wisatawan, penilaian terhadap *tourist experience* dan *revisit intention* wisatawan di Desa Wisata Alamendah. Penyebaran kuesioner akan dilakukan dengan cara disebarakan kepada wisatawan yang ada disana dan yang pernah berkunjung ke Desa Wisata Alamendah. Lalu peneliti akan menyebarkan kuesioner melalui *social media* seperti Whatsapp Massager dan Instagram.

#### 3. Studi literatur

Pengumpulan data mengadakan tinjauan terhadap beberapa literatur baik buku maupun jurnal ilmiah yang berhubungan dengan teori-teori yang ada kaitannya dengan masalah dan variabel-variabel yang diteliti. Maksud dari studi kepustakaan ini adalah agar penulis mempunyai konsep yang jelas sebagai pegangan teori dalam pemecahan masalah, yang dapat menunjang pengolahan data dan mendukung data-data primer dengan cara mencari dan menghimpun serta mempelajari buku-buku maupun jurnal ilmiah yang berkaitan dengan *tourist experience* dan *revisit intention*.

### 3.2.6 Pengujian Validitas dan Reliabilitas

Setelah data yang diperoleh dari responden melalui kuesioner terkumpul, selanjutnya adalah mengolah dan menafsirkan data sehingga dari hasil tersebut dapat dilihat apakah antara variabel *tourist experience* (X) ada pengaruhnya atau tidak terhadap variabel *revisit intention* (Y). Sebelum melakukan analisis data, dan juga untuk menguji layak atau tidaknya kuesioner yang disebarakan kepada responden, terlebih dahulu dilakukan Uji Validitas dan Uji Reliabilitas untuk melihat tingkat kebenaran serta kualitas data.

#### 3.2.6.1 Pengujian Validitas

Uji validitas yang dilakukan bertujuan untuk menguji sejauh mana item kuesioner yang valid dan mana yang tidak. Hal ini dilakukan dengan mencari korelasi setiap item pertanyaan dengan skor total pertanyaan untuk hasil jawaban responden yang mempunyai skala pengukuran interval perhitungan korelasi antara pernyataan ke satu dengan skor total digunakan alat uji korelasi. Pearson mengemukakan bahwa formula yang digunakan untuk tujuan ini adalah rumus korelasi *Product Moment*, yaitu:

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

(Sugiyono, 2017)

Keterangan:

$r_{xy}$  = Koefisien korelasi *product moment*

$n$  = Banyaknya responden

$\sum$  = Kuadrat faktor variabel X

$\sum x^2$  = Kuadrat faktor variable X

$\sum y^2$  = Kuadrat faktor variable Y

$\sum_{xy}$  = Jumlah perkalian faktor korelasi variabel X dan Y

Pengujian validitas diperlukan untuk mengetahui apakah instrumen yang digunakan untuk mencari data primer dalam sebuah penelitian dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya terukur. Keputusan pengujian validitas menggunakan taraf signifikansi dengan kriteria sebagai berikut:

1. Nilai r dibandingkan dengan nilai  $r_{tabel}$  dengan  $dk = n - 2$  dan taraf signifikansi  $\alpha = 0.05$ .

2. Jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$  maka pertanyaan tersebut valid.
3. Jika  $r_{hitung} \leq r_{tabel}$  maka pertanyaan tersebut tidak valid.
4. Berdasarkan jumlah angket yang diuji sebanyak 30 responden dengan tingkat signifikansi 5% dan derajat kebebasan  $dk = n-2$ ,  $dk = 30 - 2 = 28$ , maka didapat  $r$  tabel sebesar 0,374

Perhitungan validitas item instrumen dilakukan dengan bantuan program SPSS 26 for windows. Hasil perhitungan dengan menggunakan SPSS 26 for windows diperoleh hasil pengujian validitas dari item pertanyaan yang diajukan peneliti. Hasil uji validitas peneliti kepada 30 responden dapat dilihat pada tabel 3.3 berikut:

**TABEL 3.3**  
**HASIL PENGUJIAN VALIDITAS**

No.	Pertanyaan	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
<b><i>Tourist Experience (X)</i></b>				
<b><i>Sensory (X<sub>1</sub>)</i></b>				
1	Perasaan menyenangkan yang dirasakan wisatawan saat berada di Desa Wisata Alamendah	0,460	0,374	Valid
2	Semangat yang dirasakan wisatawan saat berada di Desa Wisata Alamendah	0,509	0,374	Valid
3	Daya Tarik Desa Wisata Alamendah (wahana, atraksi wisata, titik-titik untuk berswafoto)	0,611	0,374	Valid
4	Keindahan alam yang ditawarkan Desa Wisata Alamendah	0,703	0,374	Valid
5	Kenyamanan selama berada di Desa Wisata Alamendah	0,447	0,374	Valid
6	Keamanan untuk berwisata di Desa Wisata Alamendah	0,435	0,374	Valid
<b><i>Affective (X<sub>2</sub>)</i></b>				
7	Kepuasan wisatawan terhadap fasilitas saat berada di Desa Wisata Alamendah	0,479	0,374	Valid
8	Tingkat kepuasan wisatawan terhadap pelayanan saat berada di Desa Wisata Alamendah	0,592	0,374	Valid
9	Daya tarik atraksi di Desa Wisata Alamendah yang mampu memberikan kesan pada wisatawan	0,624	0,374	Valid
10	Seberapa menarik paket wisata yang ditawarkan Desa Wisata Alamendah kepada wisatawan	0,760	0,374	Valid
11	merelaksasikan diri selama berada di Desa Wisata Alamendah	0,403	0,374	Valid

12	Memahami diri sendiri selama berkunjung ke Desa Wisata Alamendah	0,447	0,374	Valid
<b><i>Intellectual (X<sub>3</sub>)</i></b>				
13	Partisipasi wisatawan dalam kegiatan di Desa Wisata Alamendah	0,403	0,374	Valid
14	Partisipasi wisatawan untuk mempelajari gaya hidup pedesaan di Desa Wisata Alamendah	0,447	0,374	Valid
15	Kesesuaian ekspektasi wisatawan terhadap lingkungan di Desa Wisata Alamendah	0,673	0,374	Valid
16	Kesesuaian ekspektasi wisatawan terhadap kegiatan di Desa Wisata Alamendah	0,546	0,374	Valid
17	Tingkat bertambahnya rasa keingintahuan wisatawan terhadap Desa Wisata Alamendah	0,447	0,374	Valid
<b><i>Relational (X<sub>4</sub>)</i></b>				
18	Tingkat pengetahuan wisatawan terkait informasi terbaru Desa Wisata Alamendah	0,518	0,374	Valid
19	Tingkat keramahan pengurus Desa Wisata Alamendah terhadap wisatawan	0,558	0,374	Valid
<b><i>Revisit Intention (Y)</i></b>				
<b><i>Likelihood to visit again (Y<sub>1</sub>)</i></b>				
20	Tingkat keinginan wisatawan untuk kembali lagi di masa yang akan datang	0,527	0,374	Valid
21	Kemungkinan untuk menjadi tujuan berikutnya	0,502	0,374	Valid
<b><i>Likelihood to recommend (Y<sub>2</sub>)</i></b>				
22	Tingkat keinginan wisatawan untuk merekomendasi kepada orang lain	0,621	0,374	Valid
23	Keinginan untuk memberi penilaian terhadap Desa Wisata Alamendah	0,628	0,374	Valid
<b><i>Likelihood to be the first choice (Y<sub>3</sub>)</i></b>				
24	Tingkat keinginan konsumen untuk menjadikan Desa Wisata Alamendah Rancabali sebagai pilihan pertama	0,541	0,374	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data dengan SPSS-26, 2023

Berdasarkan Tabel 3.3 hasil pengujian untuk variabel *tourist experience* yang berjumlah 19 item menunjukkan item pertanyaan dalam kuesioner valid, dikarenakan nilai *r* hitung lebih besar dari *r* tabel (0,374). Item pernyataan tertinggi yaitu “Seberapa menarik paket wisata yang ditawarkan Desa Wisata Alamendah kepada wisatawan” dengan nilai 0,760 dan item pertanyaan terendah yaitu “merelaksasikan diri selama berada di Desa Wisata Alamendah” dengan nilai 0,403. Begitupun untuk item pertanyaan pada variabel *Revisit Intention*, dari 5 item pertanyaan semuanya menunjukkan nilai *r* hitung lebih besar dari *r* tabel (0,374)

oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa semua item pertanyaan valid dan dapat digunakan dalam penelitian ini.

### 3.2.6.2 Pengujian Reliabilitas

Reliabilitas menunjukkan sejauh mana data bebas dari kesalahan sehingga dapat menjamin pengukuran yang konsisten sepanjang waktu dalam seluruh instrumen. Dengan kata lain, reliabilitas adalah indikasi stabilitas dan konsistensi instrumen untuk mengukur konsep dan membantu untuk menilai kebaikan dari ukuran (Sekaran & Bougie, 2013).

Malhotra (2015:226) mendefinisikan reliabilitas sebagai sejauh mana suatu ukuran bebas dari kesalahan acak. Reliabilitas dinilai dengan cara menentukan hubungan antara skor yang diperoleh dari skala administrasi yang berbeda. Jika asosiasi tinggi, maka skala akan menghasilkan hasil yang konsisten sehingga dapat dikatakan reliabel.

Pengujian reliabilitas kuesioner penelitian dilakukan dengan rumus Alpha. Rumus Alpha digunakan untuk mencari reliabilitas instrumen yang skornya bukan 1 dan 0, misalnya angket atau soal bentuk uraian (Arikunto, 2009). Pada penelitian ini reliabilitas dicari dengan menggunakan rumus *alpha* atau *Cronbach's alpha* ( $\alpha$ ) dikarenakan instrumen pertanyaan kuesioner yang dipakai merupakan rentangan antara beberapa nilai dalam hal ini menggunakan skala diferensial yaitu skala untuk mengukur sikap yang alternatif jawaban tersusun dalam satu garis kontinum di mana jawaban yang sangat positif terletak di bagian kanan garis, dan jawaban yang sangat negatif terletak di bagian kiri garis, atau sebaliknya.

Rumus *alpha* atau *Cronbach's alpha* ( $\alpha$ ), sebagai berikut:

$$r_{11} = \left[ \frac{k}{k-1} \right] \left[ 1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right]$$

(Sugiyono, 2010)

Keterangan:

$r_{11}$  = Reliabilitas instrument

$k$  = Jumlah item yang diuji

$\sigma_b^2$  = Varian total

$\sum \sigma_t^2$  = Jumlah varian skor tiap-tiap item

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

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

(Sugiyono, 2010)

Keterangan:

n = jumlah sampel

$\sigma^2$  = nilai varians

$\sum x^2$  = jumlah skor

Koefisien *Alpha Cronbach* ( $C\alpha$ ) merupakan statistik yang paling umum digunakan untuk menguji reliabilitas suatu instrumen penelitian.

1. Suatu instrumen penelitian diindikasikan memiliki tingkat reliabilitas memadai jika koefisien *Cronbach Alpha* lebih besar atau sama dengan 0,70.
2. Suatu instrumen penelitian diindikasikan memiliki tingkat reliabilitas tidak memadai jika koefisien *Cronbach Alpha* lebih kecil dari 0,70.
3. Apabila angka *Cronbach Alpha* mendekati 1, maka semakin tinggi tingkat reabilitasnya.

Perhitungan reliabilitas dilakukan dengan bantuan SPSS 26 *for windows* dapat diketahui jika koefisien internal seluruh item  $C\alpha$  hitung  $\geq C\alpha$  minimal dengan tingkat signifikansi 10% maka item pertanyaan dikatakan reliabel karena  $C\alpha$  hitung  $\geq 0,700$ .

Berdasarkan hasil perhitungan SPSS 26 *for windows* diperoleh hasil reabilitas pada tabel 3.4 berikut:

**TABEL 3.4**  
**HASIL PENGUJIAN RELIABILITAS**

No.	Variabel	$C\alpha_{hitung}$	$C\alpha_{minimal}$	Kesimpulan
1	<i>Tourist Experience</i>	0,871	0,700	Reliabel
2	<i>Revisit Intention</i>	0,779	0,700	Reliabel

No.	Variabel	$C\alpha_{hitung}$	$C\alpha_{minimal}$	Kesimpulan
-----	----------	--------------------	---------------------	------------

Sumber: Hasil Pengolahan Data dengan SPSS-26, 2023

Pada Tabel 3.4 hasil pengujian reliabilitas dapat diketahui bahwa hasil tingkat reliabilitas pada penelitian ini, untuk *Tourist Experience* yaitu sebesar 0,871 dan untuk *Revisit Intention* yaitu sebesar 0,779. Maka dapat disimpulkan bahwa item pertanyaan kuesioner sudah reliabel karena *cronbach's alpha* ( $\alpha$ )  $\geq 0,700$ .

### 3.2.7 Analisis Data

Analisis data merupakan suatu cara untuk mengukur, mengelola, dan menganalisis data tersebut. Tujuan pengolahan data adalah untuk memberikan keterangan yang berguna, serta untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan dalam penelitian ini. Maka dari itu, teknik analisis data diarahkan pada pengujian hipotesis serta menjawab masalah yang diajukan. Alat penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner. Kuesioner disusun oleh peneliti berdasarkan variabel yang terdapat dalam penelitian, yaitu memberikan keterangan dan data mengenai *tourist experience* yang mempengaruhi *revisit intention* di Desa Wisata Alamendah. Adapun yang menjadi variabel bebas atau variabel X adalah *tourist experience* yang terdiri dari *sensory*, *affective*, *intellectual* dan *relational*. Objek yang merupakan variabel terikat atau variabel Y adalah *revisit intention*, sehingga penelitian ini ialah untuk meneliti *Tourist Experience* (X) terhadap *Revisit Intention* (Y).

#### 3.2.7.1 Analisis Data Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk mencari kuatnya hubungan antara variabel melalui analisis korelasi dan membuat perbandingan dengan membandingkan rata-rata data sampel tanpa perlu menguji signifikansinya. Alat penelitian yang digunakan adalah kuesioner. Kuesioner ini disusun oleh penulis berdasarkan variabel yang terdapat dalam penelitian, yaitu memberikan keterangan dari data mengenai *Tourist Experience* (X), sedangkan *Revisit Intention* (Y) sebagai variabel terikat di Desa Wisata Alamendah.

Analisis deskriptif yang digunakan untuk mendeskripsikan variabel-variabel dalam penelitian ini yaitu:

1. Analisis deskriptif mengenai *Tourist Experience* di Desa Wisata Alamendah.
2. Analisis deskriptif mengenai *Revisit Intention* di di Desa Wisata Alamendah.

### 3.2.7.2 Analisis Data Verifikatif

Analisis berikutnya adalah analisis verifikatif. Analisis data verifikatif dilakukan setelah analisis deskriptif dan diperlukan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan secara statistik. Setelah data seluruh responden terkumpul lalu dilakukan analisis data. Beberapa tahap dalam melakukan kegiatan analisis verifikatif sebagai berikut:

### 3.2.7.3 Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi berganda merupakan satu analisis peramalan nilai pengaruh dua variabel bebas (X) atau lebih terhadap variabel terikat (Y) untuk membuktikan ada atau tidaknya hubungan kausal antara dua variabel bebas atau lebih. Bentuk persamaan regresi berganda untuk dua prediktor sebagai berikut:

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

Keterangan:

a = Intercept = Nilai Y pada X = 0

b = Koefisien regresi = Rata-rata perubahan Y jika X bertambah 1 unit

X<sub>1</sub> = *sensory*

X<sub>2</sub> = *affective*

X<sub>3</sub> = *intellectual*

X<sub>4</sub> = *relational*

Y = *Revisit Intention*

Dalam melakukan teknik analisis regresi linear berganda terdapat asumsi yang harus dipenuhi, yaitu:

#### 1. Uji Normalitas

Uji normalitas berfungsi untuk melihat apakah nilai residual terdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki nilai residual terdistribusi normal. Syarat pertama untuk melakukan analisis regresi adalah normalitas, yaitu data sampel hendaknya memenuhi persyaratan distribusi normal. Untuk mengetahui apakah data yang digunakan berdistribusi normal atau tidak, dapat menggunakan *normal probability plot*. Dasar pengambilan keputusan uji normalitas adalah:

- Data berdistribusi normal, jika nilai sig (signifikansi) > 0,05
- Data berdistribusi tidak normal, jika nilai sig (signifikansi) < 0,05

## 2. Uji Linearitas

Uji linearitas bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linear atau tidak secara signifikan. Uji ini biasanya digunakan sebagai prasyarat dalam analisis korelasi atau regresi linear. Dasar pengambilan keputusan dalam uji linearitas adalah:

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

## 3. Uji Autokorelasi

Persamaan regresi yang baik adalah yang tidak memiliki masalah autokorelasi, jika terjadi autokorelasi maka persamaan tersebut tidak layak dipakai prediksi. Masalah autokorelasi baru timbul jika ada korelasi secara linier antar kesalahan pengganggu periode  $t$  (berada) dan kesalahan pengganggu periode  $t-1$  (sebelumnya).

## 4. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah untuk melihat apakah terdapat ketidak samaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap atau disebut homoskedastisitas. Suatu regresi dikatakan tidak terdeteksi heteroskedastisitas apabila diagram pencar residualnya tidak membentuk pola tertentu. Dasar pengambilan keputusan dalam uji heteroskedastisitas adalah:

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

## 5. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinieritas adalah untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (*independent*). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel bebas (tidak terjadi multikolinearitas). Jika variabel bebas saling berorelasi, maka variabel-variabel ini tidak orthogonal adalah variabel bebas yang nilai korelasi antara sesama

variabel bebas sama dengan nol. Dasar pengambilan keputusan dalam uji multikolinearitas adalah:

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

Setelah pengujian asumsi klasik dan analisis regresi linear berganda, yang nanti akan menentukan proses pembentukan model analisis. Selanjutnya akan dicari hubungan *social media marketing* dengan keputusan berkunjung melalui analisis koefisien korelasi dan analisis koefisien determinasi, sebagai berikut:

### **1. Analisis Koefisien Korelasi**

Analisis korelasi bertujuan untuk mencari hubungan antara kedua variabel yang diteliti. Antara korelasi dan regresi keduanya mempunyai hubungan yang sangat erat. Korelasi yang tidak dilanjutkan dengan regresi adalah korelasi yang tidak mempunyai hubungan kausal atau sebab akibat, atau hubungan fungsional. Analisis regresi dilakukan bila hubungan dua variabel berupa hubungan kausal atau fungsional. Dua teknik korelasi yang sangat populer sampai sekarang, yaitu Korelasi Pearson dan Korelasi Rank Spearman.

- Korelasi searah jika nilai koefisien korelasi ditemukan positif yaitu berkisar antara 0 sampai +1. Artinya jika nilai variabel X tinggi, maka nilai variabel Y akan tinggi pula.
- Sebaliknya jika nilai koefisien korelasi negatif, yaitu berkisar antara 0 sampai -1 disebut korelasi tidak searah. Artinya jika nilai variabel X tinggi, maka nilai variabel Y akan menjadi rendah (dan sebaliknya).
- Apabila  $r = 0$ , artinya antara dua variabel tidak berkorelasi, apabila  $r = +1$  artinya berkorelasi positif secara sempurna, dan apabila  $r = -1$ , artinya berkorelasi negatif secara sempurna.

Rumus yang dipergunakan untuk menghitung koefisien korelasi sederhana adalah sebagai berikut: (Rumus ini disebut juga dengan Pearson Product Moment)

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

Keterangan:

$n$  = Banyaknya Pasangan data X dan Y

$\sum x$  = Total Jumlah dari Variabel X

$\sum y$  = Total Jumlah dari Variabel Y

$\sum x^2$  = Kuadrat dari Total Jumlah Variabel X

$\sum y^2$  = Kuadrat dari Total Jumlah Variabel Y

$\sum_{XY}$  = Hasil Perkalian dari Total Jumlah Variabel X dan Variabel Y

## 2. Analisis Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi menyatakan besar kecilnya nilai variable X terhadap Y. koefien determinasi merupakan kuadrat dari koefisien korelasi ( $r^2$ ). Rumus koefisien determinasi adalah sebagai berikut:

$$KD = r^2 \times 100\%$$

Keterangan:

KD = Nilai koefisien determinasi

$r$  = Nilai koefisien korelasi

Kriteria untuk analisis koefisien determinasi adalah:

- Jika KD mendekati nol (0), berarti pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat lemah.
- Jika KD mendekati satu (1), berarti pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat kuat.

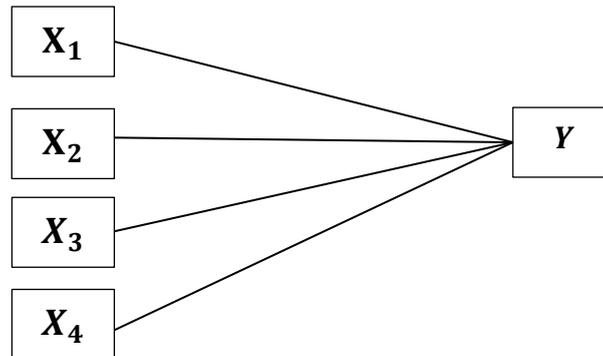
Koefisien determinasi bertujuan untuk mengetahui seberapa besar presentase variasi perubahan dalam satu variabel (*dependent*) ditentukan oleh perubahan dalam variabel lain (*independent*).

### 3.2.8 Pengujian Hipotesis

Dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda yang digunakan untuk mengetahui pengaruh antara variabel bebas (X) yaitu *sensory* ( $X_1$ ), *affective* ( $X_2$ ), *intellectual* ( $X_3$ ) dan *relational* ( $X_4$ ) terhadap variabel terikat (Y)

yaitu *revisit intention*. Maka terlebih dahulu hipotesis konseptual digambarkan dalam sebuah paradigma yang dapat dilihat pada gambar berikut:

**GAMBAR 3. 1**  
**REGRESI BERGANDA**



Keterangan:

- $X_1$  = *sensory*
- $X_2$  = *affective*
- $X_3$  = *intellectual*
- $X_4$  = *relational*
- $Y$  = *revisit intention*

Langkah terakhir dari analisis data yaitu menguji hipotesis dengan tujuan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan yang cukup jelas dan dapat dipercaya antara *Tourist Experience* yang terdiri dari *sensory* ( $X_1$ ), *affective* ( $X_2$ ), *intellectual* ( $X_3$ ) dan *relational* ( $X_4$ ), dengan *Revisit Intention* ( $Y$ ). Rancangan hipotesis dalam penelitian ini adalah:

**A. Secara Simultan**

- $H_0 : \rho_{YX} = 0$ , artinya tidak terdapat pengaruh signifikan antara *Tourist Experience* terhadap *Revisit Intention*.
- $H_a : \rho_{YX} \neq 0$ , artinya terdapat pengaruh signifikan antara *Tourist Experience* terhadap *Revisit Intention*.

Kriteria untuk hipotesis yang diajukan adalah:

- Jika  $F_{hitung} \leq F_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak artinya X berpengaruh terhadap Y
- Jika  $F_{hitung} \geq F_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima artinya X tidak berpengaruh terhadap Y.

## B. Secara Parsial

1.  $H_0 : \rho_{ZX_1} = 0$ , artinya tidak terdapat pengaruh *Sensory* terhadap *Revisit Intention*.  
 $H_a : \rho_{ZX_1} \neq 0$ , artinya terdapat pengaruh antara *Sensory* terhadap *Revisit Intention*.
2.  $H_0 : \rho_{ZX_1} = 0$ , artinya tidak terdapat pengaruh *Affective* terhadap *Revisit Intention*.  
 $H_a : \rho_{ZX_1} \neq 0$ , artinya terdapat pengaruh antara *Affective* terhadap *Revisit Intention*.
3.  $H_0 : \rho_{ZX_2} = 0$ , artinya tidak terdapat pengaruh antara *Intellectual* terhadap *Revisit Intention*.  
 $H_a : \rho_{ZX_2} \neq 0$ , artinya terdapat pengaruh antara *Intellectual* terhadap *Revisit Intention*.
4.  $H_0 : \rho_{ZX_1} = 0$ , artinya tidak terdapat pengaruh *Relational* terhadap *Revisit Intention*.  
 $H_a : \rho_{ZX_1} \neq 0$ , artinya terdapat pengaruh antara *Relational* terhadap *Revisit Intention*.