

## **BAB III**

### **OBJEK DAN METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menganalisis pengaruh dari *user interactivity* pada media sosial Instagram terhadap citra atraksi wisata Kiara Artha Park Bandung. Terdapat 2 variabel pada penelitian ini yaitu *user intractivity* (X) sebagai variabel bebas dan citra atraksi wisata (Y) sebagai variabel terikat.

#### **3.1. Lokasi Penelitian**

Sebagai salah satu taman terbesar yang berada di tengah-tengah Kota Bandung, Kiara Artha Park membangun citra atraksi wisata sebagai tempat untuk menghabiskan waktu luang yang kuat sehingga banyak mengundang wisatawan datang untuk berkunjung. Kiara Artha Park merupakan salah satu atraksi wisata yang berupa taman yang berfungsi juga sebagai ruang untuk publik dengan banyaknya ragam aktivitas yang bisa dilakukan sehingga pengunjung bisa melakukan interaksi sosial (Rahmasari & Suryani, 2023). Sebagai salah satu taman terbesar di Bandung, Kiara Artha Park berlokasi di tengah kota atau lebih tepatnya di Jalan Banten, Kebonwaru, Kecamatan Batununggal, Kota Bandung, Jawa Barat 40272. Wisatawan dari berbagai usia memiliki banyak pilihan untuk menghabiskan waktu di Kiara Artha Park. Untuk menuju Kiara Artha Park diperlukan waktu sekitar 15 menit dengan mobil atau motor dari pusat Kota Bandung.

#### **3.2. Jenis dan Desain Penelitian**

Agar tercapainya tujuan dari sebuah penelitian, maka penting bagi peneliti untuk menentukan jenis dan juga metode yang akan digunakan pada penelitian tersebut. Penelitian ini mengambil jenis deskriptif dan verifikatif dengan harapan bahwa dengan jenis penelitian yang digunakan dapat memenuhi tujuan dari penelitian ini. Metode deskriptif akan mendeskripsikan hasil uji dari variabel-variabel yang diteliti, variabel yang dimaksud merupakan *user interactivity* dari Kiara Artha Park yang dibangun menggunakan media sosial Instagram dan citra atraksi wisata. Metode verifikatif penelitian ini digunakan untuk mengetahui bagaimana hasil uji kedua variabel tersebut berdampak pada hasil uji yang dilakukan.

Adapun teknik pendekatan dalam penelitian ini bersifat kuantitatif yang didasarkan oleh metode deskriptif dan verifikatif. Penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang menjabarkan secara menyeluruh melalui teknik pengumpulan data dari variabel yang digunakan untuk mengetahui korelasi sebab-akibat nya (Priadana & Sunarsi, 2021).

### **3.3. Operasional Variabel**

Menurut Priadana & Sunarsi (2021) variabel merupakan bagian dari atribut penelitian yang bervariasi sebagai bagian dari penelitian untuk kemudian diambil kesimpulannya. Dalam penelitian ini, variabel digunakan dari penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Barreda et al. (2016) dalam mengumpulkan data penelitian sebagai berikut.

#### **3.3.1. Variabel bebas**

Dalam konteks penelitian ini, *user interactivity* berfungsi sebagai variabel bebas karena berfungsi sebagai acuan atau poros untuk mempengaruhi variabel lain, juga dikenal sebagai variabel independen. Faktor penting yang mempengaruhi persepsi subjektif pengunjung potensial dan perilaku konsekuensi adalah *user interactivity*. Ini adalah isyarat ekstrinsik ketika pelanggan menilai barang dan jasa sebelum membeli (Lien et al., 2015). Variabel *user control* pada penelitian ini akan berfokus pada akun Instagram Kiara Artha Park dalam memasarkan citranya secara digital.

#### **3.3.2. Variabel terikat**

Dalam penelitian ini, variabel terikat adalah variabel yang dapat dipengaruhi oleh variabel lain atau independen. Citra atraksi wisata yang menjadi variabel terikat dalam penelitian ini adalah persepsi yang ditimbulkan karena adanya hubungan emosional yang terjadi antara pihak pengelola kepada pihak wisatawan yang menjadikan wisatawan memiliki pandangan terhadap sebuah atraksi wisata. Dalam penelitian ini, citra atraksi wisata mencerminkan gambaran wisatawan terhadap lokasi penelitian yaitu Kiara Artha Park karena adanya interaktivitas yang terjadi di media sosial Instagram Kiara Artha Park.

Tabel 3. 1. Indikator Kuesioner

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
<i>User Interactivity</i>	User Control	Banyak kendali yang bisa dilakukan di media sosial Instagram @kiaraartapark	Ordinal
		Kebebasan dalam memilih apa yang ingin dilihat	
		Banyak kendali atas informasi yang ada yang ada di media sosial	
		Memberikan gambaran aktivitas yang dapat dilakukan	
	Interaktivitas	Memberikan kenyamanan untuk pengunjung memberikan timbal balik	
		Mendengarkan saran dan ulasan pengunjung	
		Mendorong pengunjung untuk memberikan ulasan	
		Memberikan kesempatan bagi pengunjung untuk memberikan tanggapan	
		Memfasilitasi komunikasi dua arah	
<b>Citra Wisata</b>	Brand Value	Fasilitas yang menunjang dibandingkan kompetitor serupa	Ordinal
		Memberikan rasa percaya kepada pengunjung	
		Secara fungsi, lebih memadai dari kompetitor	
		Lebih tertarik untuk mengunjungi Kiara Artha Park dibandingkan kompetitor	
	Brand Image	Kiara Artha Park sangat memperhatikan kenyamanan pengunjung	
		Kinerja dari Kiara Artha Park yang stabil dan dapat terprediksi	
		Konsisten dalam memberikan kualitas terbaik kepada pengunjung	
	Brand Awareness	Kiara Artha Park dikenal sebagai taman yang dapat dijadikan tempat menghabiskan waktu luang	
		Memiliki daya tarik yang kuat dibandingkan kompetitor	
		Lebih unggul dari kompetitor	
		Lebih memilih Kiara Artha Park dibandingkan kompetitor	

Sumber: diolah peneliti (2024)

### 3.4. Populasi dan Sampel

#### 3.4.1. Populasi

Menurut Sugiyono (2013) populasi adalah sebuah wilayah yang karakteristiknya sesuai dengan yang dibutuhkan dalam sebuah penelitian yang kemudian dipelajari oleh peneliti lalu ditarik kesimpulannya. Populasi penting perannya dalam sebuah penelitian. Yang menjadi populasi pada penelitian ini adalah wisatawan yang pernah mengunjungi Kiara Artha Park dan sudah mengikuti akun Instagram @kiaraarthapark.

#### 3.4.2. Sampel

Sampel merupakan bagian dari populasi yang dapat menggambarkan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Dengan populasi yang jumlahnya besar, maka diperlukan adanya sampel untuk mempersingkat penelitian sehingga penelitian diharapkan dapat memangkas dana, tenaga dan waktu (Prof. Dr. Sugiyono, 2013). Sampel bersifat representatif dari populasi, sehingga hasil dari penelitian nanti akan menggambarkan keseluruhan dari populasi.

Begitu pula pada penelitian ini yang memiliki populasi yang besar karena besarnya pengikut dari akun Instagram @kiaraarthapark dan juga besarnya jumlah pengunjung harian dari Kiara Artha Park, maka peneliti membutuhkan adanya sampel yang representatif dari populasi tersebut untuk mempersingkat waktu penelitian. Berdasarkan paparan tersebut, rumus untuk menghitung jumlah sampel dari populasi total yang tidak diketahui maka menurut Hair et. al (2010) minimum responden yang ditetapkan adalah setidaknya berjumlah lima kali lebih banyak dari butir pernyataan yang diajukan dalam kuesioner. Maka untuk mengetahui jumlah sampel minimum pada penelitian ini menggunakan rumus sebagai berikut.

$$n = 5 \times \text{butir pernyataan kuesioner}$$

$$n = 5 \times 20$$

$$n = 100$$

Dengan rumus *Unknown Population* tersebut didapat bahwa jumlah sampel pada penelitian ini berjumlah 100 sampel dengan harapan sampel tersebut dapat merepresentasikan jumlah populasi.

### 3.4.3. Teknik Sampling

Metode *sampling* dapat membantu dalam menentukan jenis sampel yang akan digunakan dalam penelitian. Metode untuk menentukan sampling terbagi menjadi dua yaitu *probability sampling* dimana metode ini dapat memberikan kesempatan yang merata bagi keseluruhan populasi untuk dapat menjadi bagian dari sampel dan *non probability sampling* yaitu sebaliknya dimana populasi tidak mendapatkan kesempatan yang merata untuk dapat menjadi bagian dari sampel pada sebuah penelitian. Untuk penelitian ini, metode sampling yang digunakan adalah *non-probability sampling* dengan teknik *purposive sampling* yang merupakan metode pengambilan sampel dengan mempertimbangkan beberapa syarat atau pertimbangan sebelum mengambil sampel (Sugiyono, 2013). Penggunaan metode ini dimaksudkan agar sampel dalam penelitian ini memenuhi kriteria sebagai berikut:

1. Berusia minimal 17 tahun;
2. Memiliki akun Instagram dan mengikuti akun Instagram @kiaraarthapark;
3. Pernah melakukan kunjungan ke Kiara Artha Park.

Dengan pemilihan metode *non probability sampling* menggunakan *teknik purposive sampling* diharapkan sampel pada penelitian ini sesuai dengan dibutuhkan dan memenuhi syarat.

### 3.5. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan metode yang digunakan oleh peneliti untuk mencari sumber data untuk mendukung penelitian yang sedang dilangsungkan. Dengan adanya pengumpulan data yang kemudian berfungsi untuk menguji pada hipotesis yang telah ditentukan dan menjawab rumusan masalah pada penelitian tersebut untuk kemudian ditarik kesimpulannya (Makbul, 2021). Berikut merupakan beberapa metode yang diterapkan pada penelitian ini untuk mengumpulkan data yang diperlukan dalam penelitian ini.

1. Kuesioner

Atau dapat disebut juga angket merupakan daftar pernyataan yang menjadi indikator dalam sebuah penelitian untuk kemudian disebarkan kepada sampel dari penelitian atau responden. Kuesioner banyak digunakan dalam penelitian karena data yang didapat

melalui kuesioner bisa menghasilkan tingkat validitas dan reabilitas yang tinggi (Aslindar, 2022). Dalam penelitian ini, responden yang ditujukan untuk mengisi kuesioner merupakan wisatawan yang pernah atau berniat mengunjungi Kiara Artha Park dan sudah mengikuti akun Instagram @kiaraarthapark.

## 2. Studi Kepustakaan

Merupakan analisis dari berbagai studi literatur terdahulu dengan variabel-variabel terkait dengan penelitian yang sedang dilakukan yang kemudian menjadi salah satu sumber penelitian. Studi kepustakaan dari penelitian ini diambil dari beberapa referensi seperti artikel, jurnal, buku, tesis, skripsi, *website*, dan sumber sumber dari internet lainnya yang menunjang penelitian ini yang berkaitan dengan *user interactivity*, citra atraksi wisata, media sosial Instagram dan digitalisasi marketing.

### 3.6. Jenis dan Sumber Data

Pada penelitian ini, data yang dikumpulkan terbagi dari dua sumber yang kemudian dikelompokkan menjadi data primer dan data sekunder. Berikut merupakan penjelasan sumber yang didapat dari kedua data tersebut.

#### 1. Data primer

Data primer diperoleh oleh peneliti dari sumber secara langsung. Pada penelitian ini sumber tersebut merupakan kuesioner yang peneliti sebarakan pada beberapa platform media sosial seperti Whatsapp, Instagram, dan Twitter. Data primer tersebut diperlukan karena mencakup minat wisatawan untuk berkunjung ke Kiara Artha Park karena pemasaran citra atraksi wisatanya melalui media sosial Instagram.

#### 2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh peneliti melalui sumber lain sudah ada untuk kemudian dijadikan referensi pada penelitian ini. Data sekunder pada penelitian ini bersumber dari jurnal, artikel, buku terdahulu yang membahas mengenai *user interactivity*, citra atraksi wisata, pemasaran melalui media sosial dan media sosial Instagram.

### 3.7. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian digunakan untuk menjadi skala penilaian dari variabel yang diujikan pada sebuah penelitian yang pada penelitian ini berbentuk kuesioner. Untuk menguji kuesioner tersebut agar dikatakan layak, valid dan reliabel maka diperlukan pengujian.

#### 3.7.1. Uji validitas

Validitas sebuah penelitian menurut Amanda et al. (2019) diartikan sebagai alat ukur yang digunakan dalam penelitian sudah sesuai dimana instrumen tersebut dapat menjadi tolak ukur variabel yang sedang diteliti dimana jika nilai validitas sebuah penelitian tinggi maka semakin tinggi pula nilai akurasi. Uji validitas bertujuan untuk menentukan kredibilitas dari pertanyaan yang diajukan dalam kuesioner dan untuk menentukan korelasi dari seluruh pertanyaan yang diajukan dalam kuesioner dengan total keseluruhan skor yang responden berikan. Dalam teori Pearson, uji validitas dilakukan dengan metode *product moment* dengan rumus:

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

Gambar 3. 1. Rumus *Product Moment*

Keterangan:

r = Koefisien korelasi

N = Jumlah responden

XY = Jumlah skor distribusi X dan Y

X = Jumlah skor distribusi X

Y = Jumlah skor distribusi Y

X<sup>2</sup> = Jumlah kuadrat skor distribusi X<sup>2</sup>

Y<sup>2</sup> = Jumlah kuadrat skor distribusi Y<sup>2</sup>

Untuk menentukan sebuah pertanyaan dalam kuesioner tersebut valid atau tidak valid adalah dengan ketentuan sebagai berikut.

1. Pertanyaan dinyatakan valid jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$
2. Pertanyaan dinyatakan tidak valid jika  $r_{hitung} < r_{tabel}$

Uji validitas pada penelitian yang dilakukan selama proses validasi setiap butir pertanyaan pada kuesioner yang diajukan pada responden dilakukan menggunakan program statistik SPSS (*Statistical Product for Service Solutions*) versi 29 for Mac OS. Untuk menguji validitas, kuesioner uji diberikan kepada 30 orang sampel sehingga nilai  $r_{hitung}$  ditentukan dengan angka 0,361 dengan tingkat signifikansi  $0,50 = 5\%$  dan derajat kebebasan ( $Df = n-2$ ). Tahapan pengujian validitas instrumen menggunakan SPSS versi 26 adalah sebagai berikut.

1. Masukkan data sesuai dengan hasil kuesioner yang telah disebarakan kepada 30 sampel pada laman *variable view*.
2. Pindahkan ke laman data view dan klik *analyze* pada bagian atas halaman.
3. Klik *correlate* dan pilih *bivariate* dan klik seluruh butir pertanyaan yang akan diujikan.
4. Lalu centang Pearson pada kategori *correlation coefficients, two-tailed* pada kategori *test of signficance* dan *flag significant correlation* dan klik *ok* maka hasil dari uji validitas akan muncul.

Adapun hasil dari uji validitas disajikan dalam tabel di bawah.

Tabel 3. 2. Hasil Uji Validitas

No	Indikator	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
<b>User Interactivity pada Media Sosial Instagram (X)</b>				
1	Banyak kendali yang bisa dilakukan di media sosial Instagram @kiaraartapark	0,483	0,361	Valid
2	Kebebasan dalam memilih apa yang ingin dilihat	0,716	0,361	Valid
3	Banyak kendali atas informasi yang ada yang ada di media sosial	0,654	0,361	Valid
4	Memberikan gambaran aktivitas yang dapat dilakukan	0,805	0,361	Valid
5	Memberikan kenyamanan untuk pengunjung memberikan timbal balik	0,815	0,361	Valid
6	Mendengarkan saran dan ulasan pengunjung	0,774	0,361	Valid
7	Mendorong pengunjung untuk memberikan ulasan	0,760	0,361	Valid
8	Memfasilitasi komunikasi dua arah	0,804	0,361	Valid

Citra Atraksi Wisata (Y)				
9	Fasilitas yang menunjang dibandingkan kompetitor serupa	0,821	0,361	Valid
10	Memberikan rasa percaya kepada pengunjung	0,828	0,361	Valid
11	Secara fungsi, lebih memadai dari kompetitor	0,813	0,361	Valid
12	Lebih tertarik untuk mengunjungi Kiara Artha Park dibandingkan kompetitor	0,748	0,361	Valid
13	Kiara Artha Park sangat memperhatikan kenyamanan pengunjung	0,875	0,361	Valid
14	Kinerja dari Kiara Artha Park yang stabil dan dapat terprediksi	0,812	0,361	Valid
15	Konsisten dalam memberikan kualitas terbaik kepada pengunjung	0,676	0,361	Valid
16	Kiara Artha Park dikenal sebagai taman yang dapat dijadikan tempat menghabiskan waktu luang	0,847	0,361	Valid
17	Memiliki daya tarik yang kuat dibandingkan kompetitor	0,573	0,361	Valid
18	Lebih unggul dari kompetitor	0,709	0,361	Valid
19	Lebih memilih Kiara Artha Park dibandingkan kompetitor	0,810	0,361	Valid

Sumber: diolah peneliti (2024)

Berdasarkan tabel dari hasil uji validitas diatas yang menunjukkan bahwa seluruh item yang diujikan memenuhi syarat dimana  $r_{hitung} > r_{tabel}$  dengan nilai  $r_{tabel}$  0,361 dan nilai  $r_{hitung}$  terbesar adalah 0,847 dan nilai  $r_{hitung}$  terkecil adalah 0,483. Seluruh pertanyaan yang diajukan dalam kuesioner dinilai valid dan dapat lanjut disebarkan hingga memenuhi jumlah responden yang dibutuhkan terpenuhi.

### 3.7.2. Uji reliabilitas

Reliabilitas menurut Alfiatunnisa et al. (2022) merupakan instrumen yang meskipun digunakan berkali-kali, namun jika variabel dalam penelitian tersebut sama maka hasilnya pun akan sama. Sebuah instrumen dinyatakan reliabel jika data yang dihasilkan dari setiap pernyataan yang diajukan tetap konsisten meskipun seiring dengan berjalannya waktu. Pengujian reliabilitas data pada penelitian ini menggunakan metode Cronbach's Alpha dengan rumus:

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

$r_{11}$  = Koefisien instrumen reliabilitas

$k$  = Banyaknya butir pertanyaan yang valid

1 = Bilangan konstan

$\Sigma\sigma_b^2$  = Jumlah butir varian

$\sigma_t^2$  = Total varian

Pengujian reliabilitas dengan metode Cronbach Alpha memiliki kriteria dalam penetapan apakah instrumen dapat dinyatakan reliabel atau tidak seperti berikut:

1. Jika koefisien Cronbach Alpha  $> 0,7$  maka instrumen tersebut dianggap reliabel;
2. Sebaliknya, jika koefisien Cronbach Alpha  $< 0,7$  maka instrumen tersebut dianggap tidak reliabel.

Tahapan pengujian reliabilitas menggunakan SPSS versi *29 for Mac OS* adalah sebagai berikut:

1. Masukkan data sesuai dengan hasil kuesioner yang telah disebarikan kepada 30 sampel pada laman *variable view*.
2. Pindahkan ke laman data view dan klik *scale* pada bagian atas halaman dan klik opsi *reliability analysis*.
3. Klik instrumen yang akan diujikan reliabilitasnya lalu centang *scale if item deleted* pada kategori *descriptive for* dan klik *continue*.
4. Klik ok maka hasil dari uji reliabilitas akan muncul.

Berikut merupakan hasil yang diperoleh dalam uji reliabilitas terhadap instrumen yang diujikan.

Tabel 3. 3. Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	Total Item	C $\alpha$ hitung	Koefisien C $\alpha$	Kesimpulan
1	<i>User Interactivity</i> pada Media Sosial Instagram (X)	8	0,919	0,7	Reliabel
2	Citra Atraksi Wisata (Y)	11	0,953	0,7	Reliabel

Sumber: diolah peneliti (2024)

Berdasarkan hasil uji reliabilitas pada tabel 3.3 yang telah dilakukan, maka dapat dinyatakan bahwa variabel yang diujikan pada penelitian ini reliabel karena hasil yang didapatkan melebihi koefisien Cronbach Alpha yaitu  $>0,7$ . Dapat dikatakan variabel pada penelitian ini dianggap dapat digunakan dalam proses penelitian yang lebih lanjut.

### **3.8. Teknik Analisis Data**

Menurut Sugiyono (2013) teknik analisis data dapat dilakukan ketika seluruh data yang dibutuhkan dalam penelitian telah terkumpul dan dikelompokkan berdasarkan variabel dan jenis dari responden. Pada penelitian ini, metode analisis deskriptif dan analisis verifikatif akan digunakan untuk menjelaskan dan menjawab rumusan masalah yang timbul.

#### **3.8.1. Analisis Deskriptif**

Merupakan teknik menganalisis data dengan menjabarkan data yang ada untuk digeneralisasi tapi tidak diambil kesimpulannya tetapi untuk mencari keeratan hubungan antar variabel yaitu *user interactivity* pada media sosial (X) dan citra atraksi wisata (Y) dari data yang diperoleh dari kuesioner yang telah disebar. Penyajian data pada teknik analisis deskriptif dapat berupa tabel, diagram, grafik ataupun perhitungan dari modus, mean dan median agar lebih ringkas dan dapat lebih mudah dipahami.

Dalam penelitian ini, peneliti telah menetapkan fenomena sosial secara khusus sebagai variabel penelitian dimana sikap, pendapat, dan persepsi responden atau sekelompok orang terhadap fenomena sosial ini diukur dengan skala likert (Sugiyono, 2013). Skala likert digunakan di dalam penelitian ini karena skala ini dapat memiliki gradasi tingkatan yang dapat menggambarkan pendapat dari responden dari titik negatif hingga titik pendapat positif dalam pertanyaan yang diajukan oleh peneliti. Pembobotan skala likert dalam penelitian ini terbagi menjadi 5 tingkatan di setiap pertanyaan yang diajukan peneliti dalam kuesioner seperti berikut.

Tabel 3. 4. Pembobotan Skala Likert

Interpretasi	Bobot Nilai
Sangat Tidak Setuju	1
Tidak Setuju	2
Cukup Setuju	3
Setuju	4
Sangat Setuju	5

Sumber: diolah peneliti (2024)

Penggunaan skala likert dan interpretasinya akan memudahkan bagi responden menyatakan persepsinya mengenai objek yang sedang diteliti. Kemudian interpretasi tersebut diklasifikasikan untuk penghitungan yang diperoleh dari setiap jawaban yang diberikan oleh responden untuk kemudian diolah. Klasifikasi dari interpretasi dapat diukur menggunakan garis kontinum. Adapun cara menghitung jenjang interval terlebih dahulu dengan menggunakan skor tertinggi, skor terendah dan total kriteria jawaban, setelah itu garis kontinum akan terbentuk.

$$\text{Jenjang Interval} = \frac{\text{Skor indeks tertinggi} - \text{Skor indeks terendah}}{\Sigma \text{Kriteria jawaban}}$$

Skor indeks tertinggi dan skor indeks terendah dapat ditentukan dengan cara berikut.

Skor indeks tertinggi = Skor Interval Tertinggi  $\times$  Jumlah Pertanyaan  $\times$  Jumlah Responden

Skor indeks terendah = Skor Interval Terendah  $\times$  Jumlah Pertanyaan  $\times$  Jumlah Responden

Sehingga garis kontinum untuk variabel *user interactivity* dapat dinyatakan sebagai berikut.

Sangat Rendah	Rendah	Cukup Tinggi	Tinggi	Sangat Tinggi
1.00	2.00	3.00	4.00	5.00

Sedangkan garis kontinum untuk variabel citra atraksi wisata dapat dinyatakan sebagai berikut.

Sangat Buruk	Buruk	Cukup Baik	Baik	Sangat Baik
1.00	2.00	3.00	4.00	5.00

### 3.8.2. Analisis Verifikatif

Analisis verifikatif penelitian ini merupakan pola hubungan antar variabel yang diteliti memiliki hubungan yang bersifat sebab akibat (Sugiyono, 2013). Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis hubungan sebab akibat antar *user interactivity* pada media sosial Instagram (X) dan citra atraksi wisata (Y), karena penelitian ini memiliki 2 variabel maka akan menggunakan metode regresi linear sederhana. Sebelum melakukan analisis regresi linear sederhana perlu dilakukan uji normalitas dan uji linearitas terlebih dahulu.

#### 3.8.2.1. Uji Normalitas

Uji normalitas diperlukan dalam penelitian untuk mengetahui distribusi nilai normal yang dihasilkan dari variabel bebas dan variabel terikat yang dilakukan dimana nilai regresi yang memenuhi untuk sebuah penelitian adalah yang distribusi datanya bernilai normal atau mendekati nilai normal (Roswirman & Elazhari, 2021). Dalam pengujian normalitas pada penelitian ini menggunakan *software* SPSS versi 29 *for MacOS* dengan metode normalitas Kolmogorov-Smirnov. Probabilitas pengambilan keputusan dari uji normalitas dapat dipertimbangkan dari:

1. Jika probabilitas yang terjadi  $>0,05$  maka distribusi populasi dinyatakan normal.
2. Jika probabilitas yang terjadi  $<0,05$  maka distribusi populasi dinyatakan tidak normal.

#### 3.8.2.2. Uji Linieritas

Uji linieritas dilakukan untuk menentukan apakah hubungan antar dua variabel yang diteliti linier atau tidak. Uji linieritas diperlukan untuk menentukan apakah metode yang digunakan dalam penelitian tersebut dapat digunakan atau tidak. Kelayakan dari hasil uji linieritas berdasarkan pada hasil dari probabilitas

menggunakan *software* SPSS versi 29 *for MacOS*, jika hasil dari uji linieritas tidak signifikan dengan nilai  $>0,05$  maka metode penelitian dikatakan tidak linier (Widhiarso, 2010).

### 3.8.2.3. Uji Korelasi

Uji korelasi pada penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh keeratan hubungan variabel *user interactivity* pada media sosial Instagram (X) dan citra atraksi wisata (Y) yang akan dilakukan menggunakan *software* IBM SPSS versi 29 *for MacOS*. Berikut merupakan klasifikasi tingkat korelasi antar variabel.

Tabel 3. 5. Klasifikasi Nilai Interpretasi

Jenjang Interval Koefisien	Jenis Klasifikasi
0,00 - 0,199	Sangat Rendah
0,20 - 0,399	Rendah
0,40 - 0,599	Cukup Kuat
0,60 - 0,799	Kuat
0,80 - 1	Sangat Kuat

Sumber: Riduwan dan Kuncoro (2007) dalam (Hamali, 2013)

### 3.8.2.4. Uji Koefisien Determinasi

Pengujian koefisien determinasi bertujuan untuk mengukur persentase pengaruh variabel *user interactivity* pada media sosial Instagram (X) dan citra atraksi wisata (Y). Koefisien determinasi disebut juga dengan  $r^2$  yang dapat mencari  $r^2$  tersebut dapat dijelaskan dengan rumus sebagai berikut.

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

Keterangan :

KD = Koefisien Determinasi

$r^2$  = Nilai Koefisien Korelasi

Dengan kriteria penilaian dari koefisien determinasi sebagai berikut.

- a. Jika koefisien determinasi mendekati nilai 1 maka terjadi pengaruh yang kuat dari variabel X terhadap variabel Y.
- b. Namun jika koefisien determinasi mendekati nilai 0 maka tidak terjadi pengaruh yang kuat dari variabel X terhadap variabel Y.

### 3.8.2.5. Analisis Regresi Linier Sederhana

Analisis regresi linier sederhana bertujuan untuk mengetahui pengaruh yang disebabkan oleh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) (Darma, 2021). Menurut Sugiyono (2013) berikut merupakan persamaan yang digunakan dalam menghitung analisis regresi linier sederhana.

$$Y = a + bX$$

Keterangan:

Y = Variabel terikat

a = Nilai konstanta

b = Konstanta regresi

X = Variabel bebas

Analisis regresi sederhana digambarkan dengan grafik dimana jika nilai dari konstanta regresi menunjukkan kenaikan (+) maka grafik akan naik namun sebaliknya, jika nilai dari konstanta regresi menunjukkan penurunan (-) maka grafik akan turun. Dalam penelitian ini analisis regresi linier sederhana digunakan untuk menganalisis pengaruh *user interactivity* pada media sosial Instagram (X) dan citra atraksi wisata (Y) Kiara Artha Park Bandung.

### 3.8.2.6. Uji-t

Uji T atau merupakan uji hipotesis parsial berfungsi untuk mengukur seberapa besar pengaruh yang diberikan dari variabel bebas terhadap variabel terikat. Untuk menghitung nilai dari t hitung yang diperlukan dalam penelitian ini dapat menggunakan rumus sebagai berikut.

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

Keterangan:

t = Nilai t hitung

r = Nilai koefisien parsial

n = Jumlah data

Nilai signifikansi yang sering digunakan dalam pengujian nilai t adalah sebesar 5% atau 0,05. Maka kriteria dari hasil uji t adalah sebagai berikut.

a)  $H_0$  ditolak jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  dan nilai probabilitas kurang dari 5% atau 0,05.

b)  $H_1$  diterima jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$  dan nilai probabilitas lebih dari 5% atau 0,05.

Untuk mengetahui apakah ada atau tidaknya pengaruh variabel independen (X), yaitu *user interactivity* pada media sosial Instagram dan citra atraksi wisata (Y), dirancang pengujian hipotesis statistik ini. Kriteria penolakan atau penerimaan hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

1.  $H_0: \mu = 0$ , maka tidak ada pengaruh yang signifikan antara *user interactivity* pada media sosial Instagram terhadap citra atraksi wisata.
2.  $H_1 : \mu \neq 0$ , maka ada pengaruh yang signifikan antara *user interactivity* pada media sosial Instagram terhadap citra atraksi wisata.