

## **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

### **3.1 Objek Penelitian**

Penelitian ini meneliti tentang pengaruh *Experiential Value* terhadap *authentic happiness* melalui *destination image* di Cozy Land, Green Grass dan Tangkal Pinus. Pada penelitian ini terdapat tiga variabel yaitu variabel bebas, variabel mediasi dan variabel terikat. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah *Experiential Value* (X) yang terdiri dari *aesthetics* (X<sub>1</sub>), *playfulness* (X<sub>2</sub>), CROI (X<sub>3</sub>) dan *social value* (X<sub>4</sub>). Variabel mediasi yang digunakan pada penelitian ini adalah *destination image* (Z) yang terdiri dari *cognitive image* (Z<sub>1</sub>), *affective image* (Z<sub>2</sub>) dan *unique image* (Z<sub>3</sub>). Variabel terikat pada penelitian ini adalah *authentic happiness* (Y) yang terdiri dari *Pleasant Life* (Y<sub>1</sub>), *Engaged Life* (Y<sub>2</sub>) dan *Meaningful Life* (Y<sub>3</sub>).

### **3.2 Metode Penelitian**

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

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif dan verifikatif berdasarkan pertimbangan dari berbagai aspek. Penelitian deskriptif menggunakan frekuensi, persentase, rata-rata, atau jenis analisis statistik lainnya untuk mengidentifikasi hubungan antara variabel (Nassaji, 2015). Penelitian deskriptif akan digunakan untuk mendapatkan gambaran tentang tanggapan atau pandangan responden tentang *experiential value* yang terdiri dari *aesthetic*, *playfulness*, CROI, *social value*, dan *destination image* yang terdiri dari *cognitive image*, *affective image*, dan *unique image*. Selain itu, penelitian ini akan menghasilkan gambaran tentang *authentic happiness*, yang mencakup *pleasant life*, *engaged life*, dan *meaningful life* terhadap wisatawan Cozy Land, Green Grass, dan Tangkal Pinus.

Penelitian verifikatif adalah penelitian yang menguji teori atau temuan penelitian sebelumnya yang dapat memperkuat atau melemahkan temuan tersebut. Penelitian verifikatif adalah jenis penelitian yang digunakan untuk mengidentifikasi hubungan sebab akibat antara variabel-variabel yang diteliti (Ahyar et al., 2020). Penelitian verifikatif dilakukan dengan tujuan untuk menguji hipotesis melalui pengumpulan data di lapangan dan memperoleh gambaran mengenai pengaruh

*experiential value* terhadap *authentic happiness* melalui *destination image* pada wisatawan Cozy Land, Green Grass dan Tangkal Pinus.

Pada dasarnya, metode penelitian adalah teknik untuk mengumpulkan data dengan tujuan memecahkan masalah dalam suatu penelitian. Dalam konteks penelitian deskriptif dan verifikatif yang melibatkan pengumpulan data lapangan, metode penelitian yang digunakan adalah metode *explanatory survey*. Metode ini melibatkan pengumpulan informasi menggunakan kuesioner dengan tujuan untuk mendapatkan pandangan dari populasi yang diteliti dan mengambil sampel dari populasi tersebut.

### **3.2.2 Operasional Variabel**

Operasional variabel adalah proses mengubah atau menguraikan konsep atau konstruksi menjadi variabel yang dapat diukur dan sesuai untuk pengujian atau penelitian (Cooper & Schindler, 2014). Penelitian ini terdiri dari variabel bebas yaitu *experiential value* (X), serta variabel mediasi yaitu *destination image* (Z), dan variabel terikat yaitu *authentic happiness* (Y). Secara rinci, operasionalisasi dari variabel-variabel yang diteliti dalam penelitian ini disajikan pada Tabel 3.1 Operasional Variabel sebagai berikut:

**TABEL 3. 1**  
**OPERASIONALISASI VARIABEL**

VARIABEL	DIMENSI	KONSEP DIMENSI	INDIKATOR	UKURAN	SKALA	NO. ITEM
1	2	3	4	5	6	7
<i>Experiential value</i> yaitu persepsi pelanggan dari interaksi terhadap produk atau jasa baik secara langsung maupun pengamatan tidak langsung (Jan et al., 2023; S. H. Kim et al., 2022; Mathwick et al., 2001; Nigam, 2012).						
<i>Experiential Value (X)</i>	<i>Aesthetic</i>	Reaksi terhadap kesesuaian dan kesatuan dari objek fisik, kadensi, atau kinerja (Olson, 1981; Veryzer, 1993).	<i>Visual Appeal</i>	Seberapa menarik <i>camp ground</i> tersebut secara estetika.	Ordinal	1
				Seberapa suka wisatawan dengan tampilan tata letak di <i>camp ground</i> tersebut.	Ordinal	2
				Seberapa suka wisatawan dengan dekorasi dan lingkungan di <i>camp ground</i> tersebut.	Ordinal	3
	<i>Playfulness</i>	Diciptakan oleh pelanggan itu sendiri, merupakan pengalaman batin, inisiatif, dan berorientasi	<i>Escapism</i>	Sejauh mana <i>camp ground</i> tersebut mampu membuat suasana yang berbeda dengan rutinitasnya.	Ordinal	4

VARIABEL	DIMENSI	KONSEP DIMENSI	INDIKATOR	UKURAN	SKALA	NO. ITEM
1	2	3	4	5	6	7
		pada diri sendiri (Holbrook, 1994).		Sejauh mana <i>camp ground</i> tersebut dapat membuat suasana yang berbeda dengan lingkungan sehari-hari wisatawan.	Ordinal	5
				Sejauh mana <i>camp ground</i> tersebut efektif sebagai pelarian dari stres atau masalah yang dihadapi oleh wisatawan.	Ordinal	6
			<i>Enjoyment</i>	Seberapa baik wisatawan dapat menikmati <i>camp ground</i> tersebut	Ordinal	7
	<i>Customer Return on Investment (CROI)</i>	Persepsi konsumen tentang mendapatkan keuntungan dalam hal nilai ekonomi dan efisiensi pertemuan pertukaran (Jin et al., 2007).	<i>Efficiency</i>	Seberapa fleksibel jadwal <i>camp ground</i> tersebut untuk wisatawan.	Ordinal	8
				Seberapa sesuai produk yang ada di <i>camp ground</i> tersebut dengan kebutuhan wisatawan.	Ordinal	9

VARIABEL	DIMENSI	KONSEP DIMENSI	INDIKATOR	UKURAN	SKALA	NO. ITEM
1	2	3	4	5	6	7
				Seberapa baik <i>camp ground</i> tersebut untuk meningkatkan kualitas hidup wisatawan	Ordinal	10
			<i>Economy Value</i>	Sejauh mana harga yang dibayarkan oleh wisatawan sebanding dengan nilai atau pengalaman yang mereka terima selama kunjungan mereka ke <i>camp ground</i> tersebut.	Ordinal	11
	<i>Social Value</i>	Nilai sosial memungkinkan konsumen untuk terhubung dengan kelompok sosial lain atau rekan untuk meningkatkan efektivitas produk dan layanan (Jan et al., 2023).	<i>Relationship</i>	Seberapa mudah wisatawan dapat berinteraksi dengan orang lain.	Ordinal	12
				Seberapa mudah wisatawan dapat bertemu dengan orang yang memiliki minat yang sama.	Ordinal	13

VARIABEL	DIMENSI	KONSEP DIMENSI	INDIKATOR	UKURAN	SKALA	NO. ITEM
1	2	3	4	5	6	7

*Destination image* yaitu persepsi individu atau kesan yang dimiliki seseorang terhadap suatu destinasi (Gartner, 1994; Haider, D. H., & Rein, 1993; Tasci & Gartner, 2007).

<b>Destination Image (Z)</b>	<i>Cognitive Image</i>	Informasi atau keyakinan yang dimiliki seseorang tentang suatu tujuan destinasi (Baloglu & Mangaloglu, 2001).	<i>Environment</i>	Seberapa baik kualitas lingkungan yang ada di <i>camp ground</i> tersebut.	Ordinal	14
			<i>Infrastructure</i>	Seberapa baik kualitas infrastruktur yang ada di <i>camp ground</i> tersebut.	Ordinal	15
				Seberapa memadai infrastruktur yang ada di <i>camp ground</i> tersebut.	Ordinal	16
			<i>Tourist Attraction</i>	Keberagaman aktivitas/kegiatan yang dapat dilakukan di <i>camp ground</i> tersebut.	Ordinal	17
			<i>Cleanliness</i>	Kebersihan dan sanitasi di destinasi tersebut, yang dapat memengaruhi kenyamanan dan pengalaman pengunjung.	Ordinal	18

VARIABEL	DIMENSI	KONSEP DIMENSI	INDIKATOR	UKURAN	SKALA	NO. ITEM
1	2	3	4	5	6	7
	<i>Affective Image</i>	Emosi dan perasaan yang melekat pada destinasi.	<i>Relaxing</i>	Relaksasi atau perasaan damai yang dialami oleh wisatawan selama kunjungan mereka ke destinasi tersebut.	Ordinal	19
			<i>Arousing</i>	Sejauh mana pengalaman berwisata di destinasi tersebut mampu memicu perasaan bersemangat atau gairah pada pengunjungnya.	Ordinal	20
	<i>Unique Image</i>	Elemen khusus yang membedakan destinasi dari tempat lain yang tempat lain yang serupa (Santana & Gosling, 2018).	<i>Place</i>	Keunikan lingkungan alami <i>camp ground</i> tersebut dibandingkan dengan <i>camp ground</i> lain.	Ordinal	21
			<i>Attraction</i>	Variasi dan keunikan atraksi atau kegiatan yang ditawarkan oleh <i>camp ground</i> tersebut dibandingkan dengan destinasi lainnya.	Ordinal	22
<b><i>Authentic Happiness</i></b> <b>(Y)</b>	<i>Authentic happiness</i> yaitu keadaan sejahtera yang bertahan lama, dan mengalami emosi negatif lebih sedikit dibanding emosi positif yang dibangun berdasarkan nilai-nilai dan makna hidup (Fu & Wang, 2021; Headey et al., 2010; M. E. P. Seligman, 2002).					

VARIABEL	DIMENSI	KONSEP DIMENSI	INDIKATOR	UKURAN	SKALA	NO. ITEM
1	2	3	4	5	6	7
				Kesan wisatawan ketika berkemah di <i>camp ground</i> tersebut.	Ordinal	23
	<i>Pleasant Life</i>	Kehidupan yang sukses mengejar perasaan positif tentang sekarang, masa lalu, dan masa depan (M. E. P. Seligman, 2002).	<i>Memories</i>	Perasaan senang wisatawan ketika berkemah di <i>camp ground</i> tersebut.	Ordinal	24
				Berkemah di <i>camp ground</i> tersebut memberikan kenangan yang indah.	Ordinal	25
				Pengalaman yang tak terlupakan setelah berkemah di <i>camp ground</i> tersebut.	Ordinal	26
	<i>Engaged Life</i>	Memiliki kehidupan yang baik, atau menarik, cenderung menyimpulkan bahwa individu dapat berinvestasi dalam pengalaman hidup yang mereka pilih untuk difokuskan (M. E. P. Seligman, 2002).	<i>Time</i>	Wisatawan merasa waktu berlalu begitu cepat ketika berkemah di <i>camp ground</i> tersebut.	Ordinal	27
			<i>Emotional</i>	Berkemah di <i>camp ground</i> tersebut meningkatkan hubungan saya dengan teman/keluarga.	Ordinal	28

VARIABEL	DIMENSI	KONSEP DIMENSI	INDIKATOR	UKURAN	SKALA	NO. ITEM
1	2	3	4	5	6	7
			<i>Engagement</i>	Kegiatan dan fasilitas yang disediakan disini memberikan kesempatan untuk mempraktikan ilmu yang wisatawan miliki.	Ordinal	29
	<i>Meaningful Life</i>	Kehidupan yang bermakna terutama diciptakan oleh penggunaan kekuatan dan kebajikan. Perasaan ini melampaui tingkat kesenangan pribadi (M. E. P. Seligman, 2002).	<i>Respectful</i>	Wisatawan merasa menjadi lebih menghargai alam setelah berkemah di <i>camp ground</i> tersebut.	Ordinal	30
			<i>Gratitude</i>	Wisatawan menjadi lebih bersyukur setelah berkemah di <i>camp ground</i> tersebut.	Ordinal	31
			<i>Knowledge</i>	Kegiatan yang disediakan di <i>camp ground</i> membantu wisatawan memperoleh pengetahuan baru.	Ordinal	32

Sumber: Hasil pengolahan data, 2024

### 3.2.3 Jenis dan Sumber Data

Jenis dan sumber data diperlukan dikelompokkan ke dalam dua golongan yaitu:

#### 1. Data Primer

Data primer dalam penelitian ini diperoleh secara langsung dari sumbernya melalui pengukuran, penghitungan sendiri melalui angket, observasi, wawancara, dan metode lainnya (Ahyar et al., 2020). Sumber data primer yang ada dalam penelitian ini diperoleh dengan cara menyebarkan angket kepada sejumlah responden sesuai dengan target sasaran yang dianggap mewakili seluruh populasi data penelitian, yaitu melalui survei terhadap wisatawan Cozy Land, Green Grass dan Tangkal Pinus.

#### 2. Data sekunder

Data sekunder merupakan informasi yang diperoleh tidak langsung dari sumber lain seperti laporan, profil, buku pedoman, atau referensi lainnya (Ahyar et al., 2020). Sumber data sekunder dalam penelitian ini mencakup literatur, jurnal, situs web, artikel, dan berbagai sumber informasi lainnya. Untuk detail lebih lanjut mengenai jenis dan sumber data yang digunakan, informasi ini disusun dan disajikan dalam Tabel 3.2 Jenis dan Sumber Data.

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

NO.	JENIS DATA	SUMBER DATA
<b>PRIMER</b>		
1.	Tanggapan partisipan terhadap <i>experiential value</i> .	Penyebaran kuesioner pada wisatawan Cozy Land, Green Grass dan Tangkal Pinus.
2.	Tanggapan partisipan terhadap <i>destination image</i> .	Penyebaran kuesioner pada wisatawan Cozy Land, Green Grass dan Tangkal Pinus.
3.	Tanggapan partisipan terhadap <i>authentic happiness</i> .	Penyebaran kuesioner pada wisatawan Cozy Land, Green Grass dan Tangkal Pinus.
4.	Data rata-rata kunjungan wisatawan ke Cozy Land, Green Grass dan Tangkal Pinus.	Pihak manajemen Cozy Land, Green grass dan Tangkal Pinus.
<b>SEKUNDER</b>		
5.	Hal-hal yang berkaitan dengan <i>experiential value</i> .	<i>E-BOOK</i> dan Jurnal-jurnal terdahulu.

6	Hal-hal yang berkaitan dengan <i>destination image</i> .	<i>E-BOOK</i> dan Jurnal-jurnal terdahulu.
7	Hal-hal yang berkaitan dengan <i>authentic happiness</i> .	<i>E-BOOK</i> dan Jurnal-jurnal terdahulu.

Sumber: Pengolahan Data, 2024

### 3.2.4 Populasi, Sampel dan Teknik Penarikan Sampel

#### 3.2.4.1 Populasi

Menurut Sekaran & Bougie, (2016), populasi merujuk pada seluruh kelompok individu, peristiwa, atau objek yang ingin diteliti oleh seorang peneliti. Data populasi digunakan untuk pengambilan keputusan atau untuk menguji hipotesis. Dalam proses pengumpulan data, peneliti selalu berinteraksi dengan objek yang diteliti, baik itu berupa benda, manusia, aktivitas, atau peristiwa yang terjadi. Berdasarkan pengertian populasi tersebut, maka yang menjadi populasi pada penelitian ini adalah wisatawan yang telah berkemah di Cozy Land, rata-rata sebanyak 5500 orang, Green Grass sebanyak 4500 orang dan Tangkal Pinus sebanyak 2525 orang setiap bulannya.

#### 3.2.4.2 Sampel

Sampel adalah sub kelompok dari populasi yang dipilih untuk proyek riset atau berpartisipasi dalam suatu studi (Malhotra, 2015). Sampel merupakan pokok dari sampel adalah menjawab pertanyaan, apakah sampel yang diambil benar-benar mewakili populasi, indikator penting dalam pengujian sampel adalah seberapa baik sampel tersebut mewakili karakteristik populasi. Sampel adalah bagian dari populasi (U. Sekaran & Bougie, 2016). Perhitungan ukuran sampel merupakan langkah penting dalam perancangan studi untuk menjamin tercapainya tujuan penelitian secara kuantitatif (Harlan, 2017).

Pada penelitian ini, tidak mungkin semua populasi dapat diteliti oleh penulis, hal ini disebabkan oleh beberapa faktor diantaranya keterbatasan biaya, tenaga dan waktu yang tersedia. Peneliti diperkenankan mengambil sebagian dari objek populasi yang ditentukan, dengan catatan bagian yang diambil tersebut mewakili objek populasi lain yang tidak diteliti. Dalam rangka mempermudah melakukan penelitian diperlukan suatu sampel penelitian yang berguna ketika

populasi yang diteliti berjumlah besar, dalam artian sampel tersebut harus representatif atau mewakili dari populasi tersebut.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis *Structural Equation Modeling* (SEM). Menurut Kelloway (2015), sampel minimal untuk analisis Structural Equation Modeling (SEM) adalah 200 orang. Sampel diambil berdasarkan jumlah populasi yang pernah mengunjungi salah satu ketiga destinasi wisata tersebut yaitu sebanyak 12525 wisatawan. Teknik pengambilan sampel yang dilakukan pada penelitian ini adalah dengan menggunakan rumus Isaac dan Michael (Sugiyono, 2013). Berikut perhitungan yang digunakan untuk menentukan besaran sampel.

$$s = \frac{\lambda^2 \cdot N \cdot P \cdot Q}{d^2(N - 1) + \lambda^2 \cdot P \cdot Q}$$

Keterangan:

- s = Jumlah sampel
- $\lambda^2$  = Chi Kuadrat yang besarnya tergantung derajat kebebasan dan tingkat kesalahan.
- N = Jumlah populasi.
- P = Peluang benar (0,5).
- Q = Peluang salah (0,5).
- d = Perbedaan antara rata-rata sampel dengan rata-rata populasi.

$$s = \frac{3,841 \cdot 12525 \cdot 0,5 \cdot 0,5}{0,05^2 (12525 - 1) + 3,841 \cdot 0,5 \cdot 0,5} = \frac{12027,1312}{32,27025} = 372,7$$

Berdasarkan perhitungan diatas maka dapat ditentukan jumlah sampel dalam pengumpulan data dalam penelitian ini sebesar 372,7 atau dibulatkan menjadi 373 sampel wisatawan di Cozy Land/ Green Grass/ Tangkal Pinus.

### 3.2.3.3 Teknik Sampling

*Sampling* adalah proses pemilihan jumlah elemen yang tepat dari populasi, sehingga memungkinkan sampel penelitian dan pemahaman tentang sifat atau karakteristik untuk digeneralisasikan sifat atau karakteristik tersebut pada elemen

populasi (Uma Sekaran & Bougie, 2016b). Terdapat tipe teknik sampling yaitu *probability sampling* dan *nonprobability sampling* (Ahyar et al., 2020). Tipe *probability sampling* merupakan teknik pengambilan sampel dimana setiap elemen atau anggota populasi memiliki peluang atau kemungkinan yang diketahui untuk dipilih sebagai sampel (U Sekaran & Bougie, 2016). *Probability sampling* dari *simple random sampling*, *systematic random sampling*, *stratification sampling*, dan *cluster sampling*. Sementara tipe *nonprobability sampling* merupakan teknik pengambilan sampel dimana setiap elemen atau anggota dalam populasi tidak memiliki peluang yang diketahui atau telah ditentukan sebelumnya untuk dipilih sebagai sampel (U Sekaran & Bougie, 2016). *Nonprobability sampling* terdiri dari *convenience sampling*, *purposive sampling*, *judgement sampling* dan *quota sampling* (Sekaran & Bougie, 2016:240).

Pada penelitian ini, teknik sampel yang digunakan adalah *probability sampling* dengan metode *stratified random sampling* dikarenakan terdapat tiga objek yang akan diteliti dalam penelitian ini yaitu Cozy Land, Green Grass dan Tangkal Pinus. *Stratified random sampling* merupakan teknik pengambilan sampel yang bertingkat atau berstrata. Dalam metode ini, pertama populasi dibagi menjadi kelompok-kelompok yang berbeda, relevan, sesuai, dan bermakna dalam konteks penelitian (Uma Sekaran & Bougie, 2016a). Setelah itu subjek ditarik secara proporsional dengan jumlah aslinya dalam populasi, berdasarkan kriteria selain jumlah populasi aslinya (Uma Sekaran & Bougie, 2016a). Dengan ukuran sampel yang sama, setiap segmen penting dalam populasi akan terwakili dengan lebih baik (Uma Sekaran & Bougie, 2016a). Hal ini memungkinkan diperolehnya informasi yang lebih kaya dan bervariasi dari masing-masing kelompok (Uma Sekaran & Bougie, 2016a). Dengan demikian, metode ini memungkinkan untuk membuat kesimpulan yang lebih andal dan terinformasi dengan memastikan bahwa setiap subkelompok telah terwakili secara memadai dalam sampel yang dipilih. Berikut rumus pengambilan sampel *proportionate stratified random sampling*:

$$n_i = \frac{N_i}{N} \times n$$

$n_i$  : Jumlah Strata

- n : Jumlah Sampel
- N<sub>i</sub> : Jumlah anggota strata
- N : Jumlah anggota populasi keseluruhan

Berdasarkan rumus tersebut maka jumlah sampel dari setiap destinasi wisata yaitu sebagai berikut:

1. Tangkal Pinus

$$n_1 = \frac{5500}{12525} \times 373 = 164$$

2. Cozy Land

$$n_2 = \frac{4500}{12525} \times 373 = 134$$

3. Green Grass

$$n_3 = \frac{2525}{12525} \times 373 = 75$$

$$N_i = 164 + 134 + 75 = 373$$

### 3.2.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah cara mengumpulkan data yang dibutuhkan dan digunakan untuk menjawab rumusan masalah penelitian. Teknik pengumpulan data dikenal sebagai bagian yang tidak terpisahkan dari desain penelitian (Uma Sekaran & Bougie, 2016b). Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah:

1. Studi literatur

Studi literatur yaitu pengumpulan informasi yang berhubungan dengan teori dan konsep yang berkaitan dengan masalah penelitian atau variabel yang diteliti yaitu *experiential value*, *destination image* dan *authentic happiness*. Studi literatur tersebut diperoleh dari berbagai sumber seperti a) Perpustakaan Universitas Pendidikan Indonesia (UPI), b) Skripsi, Thesis dan Disertasi, c) Jurnal Tourism, d) Media elektronik (internet), e) Google Scholar, f) Portal Jurnal Researchgate, g) Portal Jurnal Emerald Insight, dan h) Portal Jurnal Elsevier.

2. Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data primer yang dilakukan dengan cara menyebarkan seperangkat daftar pertanyaan atau pernyataan tertulis

mengenai karakteristik responden, pengalaman responden setelah berkunjung dan pelaksanaan implementasi *experiential value*, *destination image* dan *authentic happiness*. Kuesioner akan ditujukan kepada sebagian wisatawan Cozy Land, Green Grass dan Tangkal Pinus melalui *google form* kepada responden secara langsung.

### 3. Observasi

Observasi dilakukan dengan cara meninjau serta melakukan pengamatan langsung terhadap objek yang diteliti yaitu Cozy Land, Green Grass dan Tangkal Pinus khususnya mengenai implementasi *experiential value*, *destination image* dan *authentic happiness* pada wisatawan Cozy Land, Green Grass dan Tangkal Pinus.

#### **3.2.6 Pengujian Validitas dan Realibilitas**

Data memiliki peran dan kedudukan yang sangat penting dalam suatu penelitian, karena data dapat menggambarkan variabel yang diteliti dan berfungsi sebagai pembentuk hipotesis. Berbagai metode pengumpulan data tidak selalu mudah dan proses pengumpulan data tidak jarang terjadinya pemalsuan data, oleh karena itu, diperlukan pengujian data untuk mendapatkan mutu yang baik, yang bertujuan untuk menguji layak atau tidaknya instrumen penelitian yang disebarkan kepada responden dilakukan dua tahap pengujian yakni uji validitas dan reliabilitas. Keberhasilan mutu hasil penelitian dipengaruhi oleh data yang valid dan reliabel, maka data yang dibutuhkan dalam penelitian harus valid dan reliabel.

Penelitian ini menggunakan data ordinal yaitu skala pengukuran dimana memiliki urutan yang diperhitungkan dan jarak antara nilai-nilai mungkin tidak konsisten atau tidak dapat diukur dengan uni yang sama. Uji validitas dan reliabilitas pada penelitian ini dilaksanakan dengan menggunakan alat bantu software atau program komputer *IBM Statistical Product for Service Solutions* (SPSS) versi 24.0 *for Windows*.

##### **3.2.6.1 Pengujian Validitas**

Menurut U. Sekaran & Bougie (2016), menjelaskan bahwa validitas merupakan test tentang seberapa baik instrument, teknik, atau proses yang digunakan untuk mengukur konsep yang dimaksud. Validitas adalah seberapa jauh

instrumen mampu mengukur apa yang akan diukur. Semakin tinggi validitas instrumen maka semakin baik instrumen tersebut dapat dipakai (Prof. Dr. A. Muri Yusuf, 2014). Uji validitas dilakukan untuk mengukur seberapa valid instrumen pertanyaan yang digunakan dalam kuesioner. Penelitian ini menguji validitas instrumen *experiential value* sebagai variabel X dan *Destination Image* sebagai variabel Y, serta *Authentic happiness* sebagai variabel Z.

Jenis validitas yang dipakai dalam penelitian ini adalah validitas konstruk, yakni untuk menguji seberapa jauh instrumen yang disusun tersebut terkait secara teoretis dapat mengukur konsep yang telah disusun oleh peneliti (Prof. Dr. A. Muri Yusuf, 2014). Rumus dari Prof. Dr. A. Muri Yusuf, (2014) yang dipakai untuk menguji validitas adalah *product moment correlation* sebagai berikut:

$$R_{XYZ} = \frac{n \sum XYZ - (\sum X)(\sum Y)(\sum Z)}{\sqrt{(n \sum X^2 - (\sum X)^2)(n \sum Y^2 - (\sum Y)^2)(n \sum Z^2 - (\sum Z)^2)}}$$

Sumber: (Prof. Dr. A. Muri Yusuf, 2014)

Keterangan:

$R_{XYZ}$  = Koefisien korelasi tes yang disusun dengan kriteria

X = Skor masing-masing responden variabel X

Y = Skor masing-masing responden variabel Y

Z = Skor masing-masing responden variabel Z

n = Jumlah responden

Keputusan pengujian validitas responden menggunakan taraf signifikansi sebagai berikut.

1. Nilai r dibandingkan dengan harga  $r_{tabel}$  dengan dk (derajat kebebasan) = n-2 dan taraf signifikansi  $\alpha = 0.05$ .
2. Item pertanyaan responden penelitian dinyatakan valid apabila  $r_{hitung}$  lebih besar atau sama dengan  $r_{tabel}$  ( $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ ).
3. Item pertanyaan responden penelitian dinyatakan tidak valid apabila  $r_{hitung}$  lebih kecil dari  $r_{tabel}$  ( $r_{hitung} < r_{tabel}$ ).

Berdasarkan hasil perhitungan menggunakan *software SPSS statistic 24 for windows*, maka diperoleh hasil pengujian validitas dari item pertanyaan yang

diajukan peneliti. Hasil uji validitas yang dilakukan peneliti kepada 30 responden, sebagai berikut:

**TABEL 3. 3**  
**HASIL PENGUJIAN VALIDITAS**

No	Pertanyaan	rhitung	rtabel	Keterangan
<b>EXPERIENTIAL VALUE (X)</b>				
<b>Aesthetics(X<sub>1</sub>)</b>				
1	Seberapa menarik <i>camp ground</i> tersebut secara estetika.	0,582	0,361	Valid
2	Seberapa suka wisatawan dengan tampilan tata letak di <i>camp ground</i> tersebut.	0,502	0,361	Valid
3	Seberapa suka wisatawan dengan dekorasi dan lingkungan di <i>camp ground</i> tersebut.	0,510	0,361	Valid
<b>Playfulness (X<sub>2</sub>)</b>				
4	Sejauh mana <i>camp ground</i> tersebut mampu membuat suasana yang berbeda dengan rutinitasnya.	0,577	0,361	Valid
5	Sejauh mana <i>camp ground</i> tersebut dapat membuat suasana yang berbeda dengan lingkungan sehari-hari wisatawan.	0,736	0,361	Valid
6	Sejauh mana <i>camp ground</i> tersebut efektif sebagai pelarian dari stres atau masalah yang dihadapi oleh wisatawan.	0,537	0,361	Valid
7	Seberapa baik wisatawan dapat menikmati <i>camp ground</i> tersebut	0,494	0,361	Valid
<b>CROI (X<sub>3</sub>)</b>				
8	Seberapa fleksibel jadwal <i>camp ground</i> tersebut untuk wisatawan.	0,422	0,361	Valid
9	Seberapa sesuai produk yang ada di <i>camp ground</i> tersebut dengan kebutuhan wisatawan.	0,423	0,361	Valid
10	Seberapa baik <i>camp ground</i> tersebut untuk meningkatkan kualitas hidup wisatawan	0,639	0,361	Valid
11	Sejauh mana harga yang dibayarkan oleh wisatawan sebanding dengan nilai atau pengalaman yang mereka terima selama kunjungan mereka ke <i>camp ground</i> tersebut.	0,695	0,361	Valid
<b>Social value (X<sub>4</sub>)</b>				
12	Seberapa mudah wisatawan dapat berinteraksi dengan orang lain.	0,612	0,361	Valid
13	Seberapa mudah wisatawan dapat bertemu dengan orang yang memiliki minat yang sama.	0,855	0,361	Valid
<b>DESTINATION IMAGE (Y)</b>				
<b>Cognitive image (Y<sub>1</sub>)</b>				
14	Seberapa baik kualitas lingkungan yang ada di <i>camp ground</i> tersebut.	0,730	0,361	Valid
15	Seberapa baik kualitas infrastruktur yang ada di <i>camp ground</i> tersebut.	0,552	0,361	Valid
16	Seberapa memadai infrastruktur yang ada di <i>camp ground</i> tersebut.	0,623	0,361	Valid
17	Keberagaman aktivitas/ kegiatan yang dapat dilakukan di <i>camp ground</i> tersebut.	0,554	0,361	Valid

No	Pertanyaan	rhitung	rtabel	Keterangan
18	Kebersihan dan sanitasi di destinasi tersebut, yang dapat memengaruhi kenyamanan dan pengalaman pengunjung.	0,536	0,361	Valid
<b>Affective image (Y<sub>2</sub>)</b>				
19	Tingkat relaksasi atau perasaan damai yang dialami oleh wisatawan selama kunjungan mereka ke destinasi tersebut.	0,603	0,361	Valid
20	Sejauh mana pengalaman berwisata di destinasi tersebut mampu memicu perasaan bersemangat atau gairah pada pengunjungnya.	0,538	0,361	Valid
<b>Unique image (Y<sub>3</sub>)</b>				
21	Tingkat keunikan lingkungan alami <i>camp ground</i> tersebut dibandingkan dengan <i>camp ground</i> lain.	0,592	0,361	Valid
22	Tingkat variasi dan keunikan atraksi atau kegiatan yang ditawarkan oleh <i>camp ground</i> tersebut dibandingkan dengan destinasi lainnya.	0,677	0,361	Valid
<b>AUTHENTIC HAPPINESS (Z)</b>				
<b>Pleasant Life (Z<sub>1</sub>)</b>				
23	Kesan wisatawan ketika berkemah di <i>camp ground</i> tersebut.	0,570	0,361	Valid
24	Perasaan senang wisatawan ketika berkemah di <i>camp ground</i> tersebut.	0,447	0,361	Valid
25	Berkemah di <i>amp ground</i> tersebut memberikan kenangan yang indah.	0,595	0,361	Valid
26	Pengalaman yang tak terlupakan setelah berkemah di <i>camp ground</i> tersebut.	0,668	0,361	Valid
<b>Engaged Life (Z<sub>2</sub>)</b>				
27	Wisatawan merasa waktu berlalu begitu cepat ketika berkemah di <i>camp ground</i> tersebut.	0,561	0,361	Valid
28	Berkemah di <i>camp ground</i> tersebut meningkatkan hubungan saya dnegan teman/ keluarga.	0,578	0,361	Valid
29	Kegiatan dan fasilitas yang disediakan disini memberikan kesempatan untuk mempraktikan ilmu yang wisatawan miliki.	0,587	0,361	Valid
<b>Meaningful Life (Z<sub>3</sub>)</b>				
30	Wisatawan merasa menjadi lebih menghargai alam setelah berkemah di <i>camp ground</i> tersebut.	0,646	0,361	Valid
31	Wisatawan menjadi lebih bersyukur setelah berkemah di <i>camp ground</i> tersebut.	0,763	0,361	Valid
32	Kegiatan yang disediakan di <i>camp ground</i> membantu wisatawan memperoleh pengetahuan baru.	0,671	0,361	Valid

Sumber: hasil pengolahan data, 2024

Berdasarkan Tabel 3.3 mengenai hasil pengujian validitas menunjukkan bahwa setiap butir item pertanyaan mengenai konsep *Experiential value* (X) terhadap *authentic happiness* (Y) melalui *destination image* (Z) dinyatakan valid. Hal tersebut dikarenakan nilai rhitung lebih besar dibandingkan rtabel (rhitung > rtabel), maka setiap item-item pertanyaan tersebut dapat dijadikan alat ukur

terhadap konsep yang akan diteliti. Variabel *experiential value* (X) memiliki 13 item pernyataan yang menunjukkan hasil uji valid dengan nilai tertinggi pada indikator *relationship* senilai 0,855 yang merupakan bagian dimensi *social value* sedangkan nilai terendah dari dimensi CROI indikator *efficiency* senilai 0,422. *Destination image* (Y) memiliki 9 item pertanyaan yang menunjukkan bahwa nilai tertinggi yaitu pada indikator *environment* sebesar 0,730, sedangkan nilai terendah pada indikator *cleanliness* 0,536. Pada variabel *authentic happiness* (Z), nilai tertinggi dari hasil pengujian 10 item pertanyaan menunjukkan nilai tertinggi 0,763 pada dimensi *Meaningful Life* indikator *gratitude*, sedangkan nilai terendah 0,447 pada dimensi *Pleasant Life*.

### 3.2.6.2 Pengujian Realibilitas

Ketetapan suatu hasil pengukuran dapat dilihat dari konsistensi, stabilitas, dan ketelitian alat ukur yang digunakan saat melakukan pengukuran (Prof. Dr. A. Muri Yusuf, 2014). Reliabilitas menunjukkan sejauh yang mana data bebas dari kesalahan sehingga dapat menjamin pengukuran yang konsisten sepanjang waktu dalam seluruh instrumen. Dapat diketahui bahwa reliabilitas adalah indikasi stabilitas dan konsistensi instrumen untuk mengukur konsep dan membantu untuk menilai kebaikan dari ukuran (Uma Sekaran & Bougie, 2016a). Reliabilitas dapat 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.

*Alpha Cronbach* merupakan koefisien reliabilitas yang menggambarkan seberapa baik item-item berkorelasi positif antar satu dengan yang lainnya. Tes *Cronbach Alpha* dikenal sebagai tes yang cocok mengatasi konsistensi internal dalam banyak kasus. Maka dari itu pengujian reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan *Alpha Cronbach* dikarenakan skor yang digunakan merupakan rentangan nilai dengan skala likert 1 sampai 5. Di bawah ini merupakan rumus *Alpha Cronbach* menurut (Uma Sekaran & Bougie, 2016a) sebagai berikut.

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

Sumber: (Uma Sekaran & Bougie, 2016a)

Keterangan:

$r_{11}$  = reliabilitas instrumen

$k$  = banyak butir pertanyaan

$\sigma^2$  = varians total

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

Jumlah varian butir dapat dicari dengan cara mencari varian tiap butir, kemudian jumlahkan seperti yang dipaparkan berikut ini:

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

Sumber: (Umar, 2008)

Keterangan:

$n$  = Jumlah responden

$x$  = Nilai skor yang dipilih (total nilai dari nomor-nomor butir pertanyaan)

Keputusan pengujian reliabilitas item instrumen ditentukan dengan ketentuan sebagai berikut.

1. Jika *Cronbach Alpha* > 0,700 maka item pertanyaan dinyatakan reliabel
2. Jika *Cronbach Alpha* < 0,700 maka item pertanyaan dinyatakan tidak reliabel.

Keputusan pengujian reliabilitas dilakukan dengan menggunakan rumus cronbach alpha. Apabila cronbach alpha > 0,700 maka item pertanyaan dinyatakan reliabel. Begitupun sebaliknya, apabila cronbach alpha < 0,700 maka item pertanyaan dinyatakan tidak reliabel. Apabila nilai cronbach alpha mendekati angka 1 maka tingkat reliabilitasnya semakin tinggi.

**TABEL 3. 4**  
**HASIL PENGUJIAN RELIABILITAS**

No	Variabel	rhitung	rtabel	Kesimpulan
1	<i>Experiential Value</i>	0,850	0,700	Reliabel
2	<i>Destination Image</i>	0,784	0,700	Reliabel
3	<i>Authentic Happiness</i>	0,812	0,700	Reliabel

Sumber: hasil pengolahan data, 2024

Berdasarkan Tabel 3.4, Pengujian reliabilitas pada kedua variabel dalam penelitian ini mendapati hasil perhitungan variabel *experiential value* mendapatkan

hasil reliabel dengan  $r_{hitung}$  sebesar 0,850 yang lebih besar dibanding  $r_{tabel}$  yaitu 0,700. Variabel *destination image* juga mendapatkan hasil yang reliabel dengan  $r_{hitung}$  sebesar 0,784 yang lebih besar dibanding  $r_{tabel}$  yaitu 0,700 dan variabel *authentic happiness* mendapatkan hasil yang reliabel dengan  $r_{hitung}$  sebesar 0,812 yang lebih besar dibanding  $r_{tabel}$  yaitu 0,700.

### 3.2.7 Rancangan Analisis Data

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

1. Menyusun data, kegiatan ini bertujuan untuk memeriksa kelengkapan identitas reponden, kelengkapan data dan pengisian data yang disesuaikan dengan tujuan penelitian.
2. Menyeleksi data, kegiatan ini dilakukan untuk memeriksa kesempurnaan dan kebenaran data yang telah terkumpul.
3. Tabulasi data, penelitian ini melakukan tabulasi data dengan langkah-langkah berikut ini:
  - a. Memasukan/input data ke program *Microsoft Office Excel*
  - b. Memberi skor pada setiap item
  - c. Menjumlahkan skor pada setiap item
  - d. Menyusun ranking skor pada setiap variabel penelitian
4. Menganalisis data, kegiatan ini merupakan proses pengolahan data dengan menggunakan rumus statistik dan menginterpretasi data agar diperoleh suatu kesimpulan.
5. Pengujian, kegiatan ini dilakukan untuk menguji hipotesis. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis *Structural Equation Modeling* (SEM)



penyajian cross tabulation adalah data berskala nominal atau kategori (Ghozali, 2008).

*Cross tabulation* merupakan metode yang menggunakan uji statistik untuk mengidentifikasi dan mengetahui korelasi antar dua variabel, apabila terdapat hubungan antar keduanya, maka terdapat tingkat ketergantungan yang saling mempengaruhi yaitu perubahan variabel yang satu ikut mempengaruhi perubahan pada variabel lain. Format tabel tabulasi yang digunakan dalam penelitian ini terdapat pada Tabel Tabulasi Silang (*Cross Tabulation*) dibawah ini.

**TABEL 3. 6**  
**TABEL TABULASI SILANG (CROSS TABULATION)**

Variabel Kontrol	Judul (Identifikasi/Karakteristik/Pengalaman)	Judul (Identitas/Karakteristik/Pengalaman)				Total	
		Klasifikasi (Identifikasi/Karakteristik/Pengalaman)				F	%
		F	%	F	%	F	%
<b>Total Skor</b>							
<b>Total Keseluruhan</b>							

## 2. Perhitungan Skor Ideal

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

- Nilai Indeks Maximum = Skor Tertinggi x Jumlah Item x Jumlah Responden
- Nilai Indeks Minimum = Skor Terendah x Jumlah Item x Jumlah Responden
- Jenjang Interval = Nilai Indeks Maksimum – Nilai Indeks Minimum
- Jarak Interval = Jenjang banyaknya Interval

## 3. Tabel Analisis Deskriptif

Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif untuk mendeskripsikan variable- variable penelitian, diantaranya yaitu: 1) Analisis Deskriptif Variabel Z (*authentic happiness*), dimana variable Z terfokus pada penelitian *authentic happiness* melalui; *Pleasant Life*, *Engaged Life* dan *Meaningful Life* 2) Analisis Deskriptif Variabel X (*experiential value*), dimana variable X terfokus pada penelitian melalui *aesthetic*, *playfulness*, *CROI* dan *social value*; 3) Analisis Deskriptif Variabel Y (*destination image*), dimana variable Y terfokus pada penelitian melalui *cognitive image*, *affective image* dan *unique image*. Cara yang dilakukan untuk mengkategorikan hasil perhitungan, digunakan kriteria penafsiran persentase yang diambil 0% sampai 100%. Format tabel analisis deskriptif yang digunakan penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 3.7 Analisis Deskriptif sebagai berikut:

**TABEL 3. 7**  
**ANALISIS DESKRIPTIF**

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

Sumber: modifikasi dari (U. Sekaran & Bougie, 2016)

Langkah selanjutnya yang dilakukan setelah mengkategorikan hasil perhitungan berdasarkan kriteria penafsiran, dibuatlah garis kontinum yang dibedakan menjadi lima tingkatan, di antaranya sangat tidak setuju, tidak setuju, netral, setuju, sangat setuju. Tujuan dibuatnya garis kontinum ini adalah untuk membandingkan setiap skor total tiap variabel untuk memperoleh gambaran variabel *authentic happiness* (Z), variabel *experiential value* (X), dan variabel *destination image* (Y). Rancangan langkah-langkah pembuatan garis kontinum dijelaskan sebagai berikut:

1. Menentukan kontinum tertinggi dan terendah

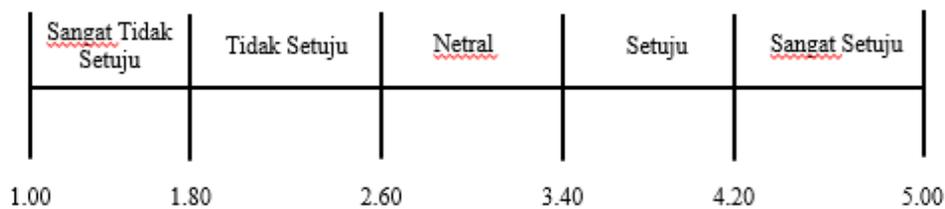
Kontinum Tertinggi = Skor Tertinggi × Jumlah Pernyataan × Jumlah Responden

Kontinum Terendah = Skor Terendah × Jumlah Pernyataan × Jumlah Responden

2. Menentukan selisih skor kontinum dari setiap tingkat

$$\text{Skor setiap tingkatan} = \frac{\text{Kontinum tertinggi} - \text{kontinum terendah}}{\text{Banyaknya tingkatan}}$$

3. Membuat garis kontinum dan menentukan daerah letak skor hasil penelitian. Menentukan persentase letak skor hasil penelitian (*rating scale*) dalam garis kontinum ( $\text{Skor/Skor Maksimal} \times 100\%$ ). Penggambaran kriteria dapat dilihat pada Gambar 3.1 mengenai Garis Kontinum Penelitian.



**GAMBAR 3. 1**  
**GARIS KONTINUM PENELITIAN *EXPERIENTIAL VALUE*, *DESTINATION IMAGE* DAN *AUTHENTIC HAPPINESS***

### 3.2.7.2 Analisis Data Verifikatif

Teknik analisis data verifikatif dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *experiential value* (X) terhadap *authentic happiness* (Z) melalui *destination image* (Y). Penelitian ini menggunakan analisis data verifikatif melalui pendekatan analisis SEM. SEM merupakan teknik statistik sebagai kombinasi antara analisis faktor dan analisis regresi (korelasi) untuk mengetahui hubungan korelatif antar variabel.

SEM bertujuan untuk memvalidasi dan memverifikasi model yang diajukan dengan menggabungkan analisis faktor dari bidang psikologi dan psikometri dengan model persamaan simultan dari ekonometrika (Ghozali, 2006). Menurut Sarjono et al., (2015), metode analisis data SEM memungkinkan penghitungan berbagai ketergantungan serta memfasilitasi representasi konsep yang belum terlihat dalam hubungan dengan mempertimbangkan kesalahan pengukuran.

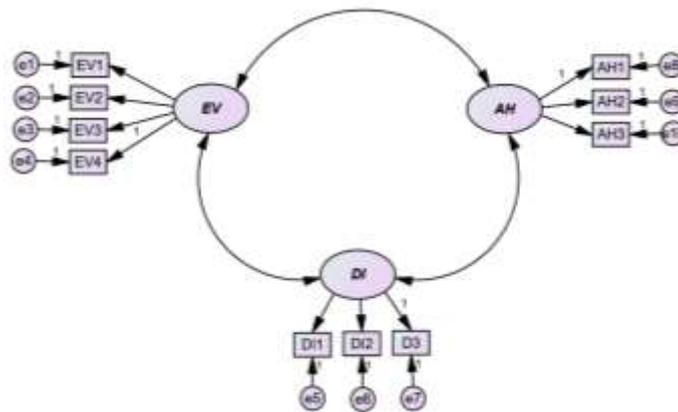
#### 3.2.7.2.1 Model dalam *Structural Equation Modeling* (SEM)

Metode SEM mempunyai dua jenis model perhitungan yaitu model pengukuran dan model struktural.

## 1. Model Pengukuran

SEM mencakup model pengukuran yang terkait dengan variabel laten dan berbagai indikatornya. Model pengukuran digunakan untuk menguji validitas konstruk dan reliabilitas instrumen. Pendekatan analisis verifikasi (CFA) merujuk kepada model yang bersifat murni, menekankan pada pemeriksaan variabel tanpa adanya pengaruh faktor lainnya. Pengevaluasian model pengukuran diproses melalui penggunaan uji kesesuaian instrumen. Analisis dapat dilanjutkan hanya jika model pengukuran dianggap valid (Jonathan, 2010).

Pada penelitian ini, variabel laten eksogen adalah *experiential value* sedangkan keseluruhan variabel-variabel tersebut mempengaruhi variabel laten endogen yaitu *authentic happiness* baik secara langsung maupun tidak langsung. Spesifikasi model pengukuran sebagai berikut:



**GAMBAR 3. 2 MODEL PENGUKURAN PENGARUH *EXPERIENTIAL VALUE* TERHADAP *AUTHENTIC HAPPINESS* MELALUI *DESTINATION IMAGE***

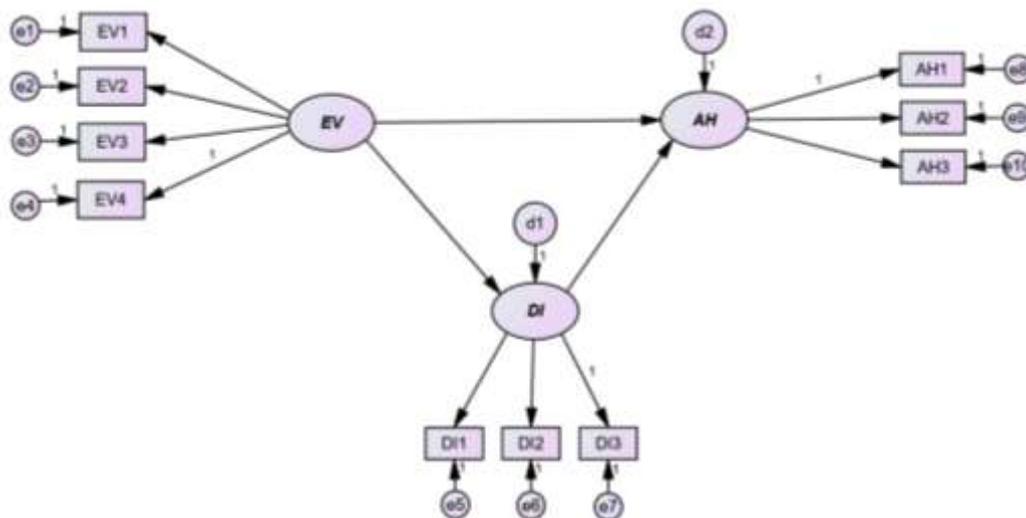
Keterangan:

- EV = Variabel *Experiential Value*
- DI = Variabel *Destination Image*
- AH = Variabel *Authentic Happiness*
- EV1 = Dimensi *Aesthetic*
- EV2 = Dimensi *Playfulness*
- EV3 = Dimensi *CROI*
- EV4 = Dimensi *Social Value*
- DI1 = Dimensi *Cognitive Image*
- DI2 = Dimensi *Affective Image*
- DI3 = Dimensi *Unique Image*
- AH1 = Dimensi *Pleasant Life*

AH2 = Dimensi *Engaged Life*  
 AH3 = Dimensi *Meaningful Life*  
 e = Tingkat Kesalahan

## 2. Model struktural

Model struktural adalah bagian dari kerangka SEM yang mencakup variabel independen, variabel intervening, dan variabel dependen. Model ini mengevaluasi hubungan langsung antara variabel laten, dengan asumsi bahwa hubungan tersebut bersifat linear meskipun model dapat dikembangkan lebih lanjut untuk memasukkan persamaan nonlinear. Secara grafis, panah dengan satu ujung menggambarkan hubungan regresi, sementara panah dengan dua ujung menggambarkan hubungan korelasi atau kovarian. Penelitian ini menciptakan model struktural yang terdapat dalam gambar 3.3 Model Struktural Pengaruh *Experiential Value* terhadap *Authentic Happiness* melalui *Destination Image* sebagai berikut:



**GAMBAR 3. 3 MODEL STRUKTURAL PENGARUH *EXPERIENTIAL VALUE* TERHADAP *AUTHENTIC HAPPINESS* MELALUI *DESTINATION IMAGE***

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2024

### 3.2.7.2.2 Asumsi, Tahap dan Prosedur SEM

Parameter dalam SEM diestimasi menggunakan metode Maximum Likelihood (ML), yang memerlukan pemenuhan beberapa asumsi. Tujuannya adalah untuk menentukan apakah model SEM sudah layak digunakan atau tidak. Berikut adalah asumsi yang harus terpenuhi:

### **1. Ukuran Sampel**

Sampel yang dibutuhkan dalam SEM minimal berukuran 100, memberikan dasar untuk mengestimasi kesalahan sampel. Dalam model estimasi menggunakan Metode Maximum Likelihood (ML), disarankan menggunakan ukuran sampel antara 100 hingga 200 agar mendapatkan estimasi parameter yang akurat (Ghozali, 2008).

### **2. Normalitas Data**

Sebelum melakukan pengujian SEM, penting untuk melakukan evaluasi normalitas data dan memeriksa asumsi variabel dengan uji normalitas. Data dianggap mengikuti distribusi normal jika nilai c.r skewness dan c.r kurtosis berada dalam kisaran  $\pm 2,58$  (Santoso, 2011). Analisis distribusi data dilakukan untuk memastikan apakah asumsi normalitas terpenuhi, sehingga memungkinkan pengolahan data lebih lanjut dalam pemodelan (Cleff, 2014).

### **3. Outliers Data**

Outliers data mengacu pada pengamatan yang secara signifikan berbeda dari nilai rata-rata atau menunjukkan nilai yang sangat ekstrem, baik dalam analisis yang melibatkan satu variabel (univariat) maupun beberapa variabel (multivariat). Biasanya, kita mengukur keberadaan outlier dengan membandingkan nilai Mahalanobis d-squared dengan distribusi chi-square. Jika nilai Mahalanobis d-squared lebih kecil dari nilai yang diharapkan dari distribusi chi-square, ini menandakan adanya outlier. Setelah itu, variabel p1 dan p2 dievaluasi. p1 biasanya memiliki nilai kecil, sedangkan p2 memiliki nilai besar. Kehadiran outlier dapat terlihat ketika nilai p2 mendekati 0,000 (Ghozali, 2014)

### **4. Multikolinearitas**

Determinan matriks kovarians sering digunakan untuk mendeteksi multikolinearitas. Multikolinearitas menyiratkan bahwa tidak ada korelasi sempurna di antara variabel. Dalam kasus ini, korelasi antar variabel tidak boleh melebihi 0,9 (Ghozali, 2014). Multikolonieritas merupakan kondisi adanya hubungan linear yang sempurna, eksak, perfectly predicted, atau singularity

(Kusnendi, 2008). Berikut merupakan tahapan-tahapan SEM selanjutnya setelah semua asumsi terpenuhi:

### **1. Spesifikasi Model**

Proses pembentukan model melibatkan penghubungan antara variabel yang tidak terukur (laten) dan variabel yang dapat diamati (manifest). Tahapan dalam menetapkan hubungan antara variabel laten dan manifest didasarkan pada prinsip-prinsip teoritis yang relevan (Sarjono et al., 2015).

- a. Spesifikasi model pengukuran
  - 1) Mengartikan variabel-variabel laten pada penelitian.
  - 2) Mengartikan variabel-variabel yang sudah diamati.
  - 3) Mengartikan korelasi antara variabel tersembunyi dan variabel teramati.
- b. Spesifikasi model structural yaitu mendefinisikan hubungan kausal antara variabel-variabel laten.
- c. Model hybrid yaitu menggambarkan kombinasi dari model pengukuran dan model structural.

### **2. Identifikasi Model**

Proses identifikasi model melibatkan evaluasi berbagai nilai yang terkait dengan setiap parameter dalam model. Identifikasi mengungkapkan keberadaan sistem persamaan simultan yang tidak memiliki solusi yang pasti. Berikut adalah klasifikasi yang terkait dengan persamaan simultan tersebut:

- a. Under-identified model, terjadi saat jumlah parameter yang diestimasi lebih banyak daripada jumlah data yang tersedia. Ini terjadi ketika derajat kebebasan (df) menjadi negatif. Dalam kondisi ini, tidak memungkinkan untuk melakukan estimasi dan evaluasi model.
- b. Just-identified model, terjadi saat jumlah parameter sama dengan jumlah data, sehingga setiap parameter memiliki estimasi yang sama. Hal ini terjadi ketika nilai derajat kebebasan (df) adalah 0, terutama dalam situasi yang disebut sebagai suku jenuh. Dalam kondisi ini, tidak ada kebutuhan untuk melakukan estimasi dan evaluasi model.

- c. Over-identified model, terjadi saat jumlah parameter estimasi melebihi jumlah data yang tersedia. Ini terjadi ketika nilai derajat kebebasan (df) adalah bilangan bulat positif. Estimasi dan evaluasi model dapat dilakukan dalam situasi seperti ini.

Tingkatan degree of freedom (df) dalam SEM menggambarkan jumlah informasi yang independen yang tersedia untuk menaksir parameter model. Ini dihitung dengan mengurangkan jumlah parameter yang diestimasi dengan nilai kurang dari nol dari jumlah data yang diketahui ( $df = \text{jumlah data yang diketahui} - \text{jumlah parameter yang diestimasi} < 0$ ).

### 3. Uji Kecocokan Model

Tahap ini melibatkan pengujian kecocokan model terhadap data yang ada. Validasi model bertujuan untuk menilai seberapa baik model yang diajukan mencerminkan temuan empiris dari penelitian. Untuk mengevaluasi model yang sedang digunakan, diperlukan sejumlah data. Berbagai indeks kecocokan sering digunakan untuk menilai sejauh mana model yang diajukan sesuai dengan data yang tersedia. Terdapat tiga kategori yang menggambarkan kesesuaian model penelitian ini: ukuran kecocokan mutlak, ukuran kecocokan relatif, dan ukuran kecocokan parsimonius. Uji kecocokan dilakukan dengan menghitung *goodness of fit* (GOF). Penetapan nilai threshold untuk mengevaluasi kriteria kesesuaian dapat didasarkan pada pandangan berbagai pakar. Dalam penelitian ini, indikator dan nilai ambang yang digunakan untuk menganalisis *goodness of fit* merujuk pada pandangan Kristaung et al., (2013), yang dijelaskan sebagai berikut:

1. *Chi Square* adalah metrik utama yang digunakan untuk mengevaluasi kesesuaian model pengukuran, karena merupakan perubahan dalam rasio likelihood. Perubahan dalam rasio likelihood memberikan gambaran tentang sejauh mana model cocok dengan data secara keseluruhan. Uji *chi-square* digunakan untuk menentukan apakah ada perbedaan yang signifikan antara matriks kovarians sampel dan matriks kovarians yang diestimasi. Meskipun uji chi-square sering digunakan sebagai alat utama untuk menguji model, namun ini bukanlah satu-satunya kriteria untuk menilai kualitas

- model. Formula  $\chi^2/df$  (CMIN/DF) digunakan untuk mengatasi batasan uji chi-kuadrat. Model dianggap cocok jika nilai CMIN/DF kurang dari 2,00.
2. GFI (*Goodness of Fit Index*) dan AGFI (*Adjusted Goodness of Fit Index*) digunakan untuk mengukur seberapa baik estimasi matriks kovarians populasi dijelaskan oleh estimasi matriks kovarians populasi tersebut:
    - a. *Goodness of Fit Index* memiliki rentang nilai antara 0 (kesesuaian buruk) hingga 1 (kesesuaian sempurna).
    - b. Nilai cut-off yang dianggap baik adalah  $\geq 0,90$  (kesesuaian sempurna).
  3. *Root Mean Square Error of Approximation* (RMSEA) adalah sebuah statistik yang dirancang untuk mengatasi keterbatasan chi-kuadrat ( $X^2$ ) ketika diterapkan pada sampel besar. Nilai RMSEA yang rendah menandakan bahwa model memiliki tingkat kesesuaian yang baik dengan data observasi. Rentang nilai RMSEA yang diterima secara umum adalah antara 0,05 dan 0,08, seperti yang disarankan oleh Ghozali (2014). Pengujian empiris RMSEA cocok untuk mengevaluasi model konfirmatori atau teknik alternatif ketika sampel yang digunakan cukup besar.
  4. *Adjusted Goodness of Fit Index* (AGFI) adalah versi disesuaikan dari GFI yang mempertimbangkan derajat kebebasan, analog dengan  $R^2$  dalam regresi berganda. AGFI atau GFI dianggap sebagai kriteria yang memperhitungkan proporsi tertimbang dari varian dalam matriks kovarians sampel. Nilai cut-off untuk AGFI adalah  $\geq 0,90$  yang menandakan tingkat kesesuaian yang baik dengan kriteria sebagai berikut:
    - a. Nilai  $\geq 0,95$  digambarkan sebagai tingkat kesesuaian model secara keseluruhan yang baik.
    - b. Nilai antara 0,90-0,95 digambarkan sebagai tingkat yang cukup.
    - c. Nilai antara 0,80-0,90 menunjukkan kesesuaian model secara marginal.
  5. *Tucker Lewis Index* (TLI) adalah indeks tambahan yang membandingkan model yang diuji dengan model dasar. Nilai TLI yang diterima secara umum adalah  $\geq 0,90$ , yang menunjukkan tingkat kesesuaian model yang baik.

6. *Comparative Fit Index* (CFI) adalah sebuah uji kelayakan yang kuat dan tidak terpengaruh oleh ukuran sampel atau kompleksitas model. Ini merupakan metode yang sangat baik untuk mengevaluasi tingkat penerimaan suatu model. Nilai minimum yang disarankan untuk menunjukkan kecukupan model adalah 0,90 atau lebih.
7. *Parsimonious Normal Fit Index* (PNFI) merupakan modifikasi dari NFI. PNFI memperhitungkan jumlah derajat kebebasan yang digunakan untuk mencapai tingkat kesesuaian yang diinginkan. Tujuan utama PNFI adalah untuk mengevaluasi dan membandingkan model-model yang memiliki jumlah derajat kebebasan yang berbeda. Perbedaan PNFI dalam kisaran antara 0,60 hingga 0,90 mengindikasikan adanya perbedaan yang signifikan dalam kesesuaian model.
8. *Parsimonious Goodness of Fit Index* (PGFI) merupakan adaptasi dari GFI yang diperoleh dari model estimasi parsimonious. Nilai PGFI bervariasi dari 0 hingga 1,0, dimana nilai yang lebih tinggi menandakan tingkat kesesuaian yang lebih baik dalam model (Ghozali, 2014)

#### **4. Estimasi**

Estimasi model bergantung pada asumsi distribusi data. Estimasi model menggunakan metode Maximum Likelihood (ML) ketika data terdistribusi normal multivariat. Namun, jika data tidak sesuai dengan asumsi distribusi normal multivariat, metode Robust Maximum Likelihood (RML) atau Weighted Least Squares (WLS) dapat digunakan. Tahap ini penting dalam menentukan perkiraan nilai untuk setiap parameter model, yang melibatkan matriks  $\Sigma(\theta)$ , untuk memastikan bahwa nilai parameter sejajar dengan nilai dalam matriks S (matriks kovarians dari variabel yang diamati).

Tujuan penelitian ini adalah untuk mencocokkan matriks kovarians populasi yang diestimasi agar sesuai dengan matriks kovarians sampel dalam suatu model tertentu. Proses ini melibatkan evaluasi beberapa model yang diuji, yang memiliki struktur serupa tetapi berbeda dalam jumlah atau jenis faktor penyebab yang

diwakilinya. Evaluasi ini subjektif dan bertujuan untuk menilai kesesuaian data dengan model teoritis yang diajukan.

## **5. Respesifikasi**

Langkah ini melibatkan restrukturisasi model berdasarkan hasil evaluasi kesesuaian tahap sebelumnya. Restrukturisasi sangat tergantung pada strategi pemodelan yang digunakan. Perubahan model tidak harus dianggap sebagai satu-satunya opsi yang optimal. Perubahan model merupakan salah satu dari berbagai model struktural yang dapat diterima secara statistik dan menunjukkan korelasi yang signifikan antara variabel. Setelah mengevaluasi suatu model, peneliti umumnya melakukan restrukturisasi atau penyesuaian model, dengan mencoba beberapa alternatif untuk mengetahui apakah model yang dihasilkan lebih sesuai.

Tujuan penyesuaian adalah untuk mengurangi nilai chi-kuadrat. Oleh karena itu, penurunan nilai chi-kuadrat menunjukkan tingkat kesesuaian yang lebih baik antara model dan data yang ada. Prosedur penyesuaian serupa dengan teknik pengujian sebelumnya, tetapi model diubah sesuai dengan aturan yang ditetapkan dalam penggunaan AMOS sebelum perhitungan dilakukan. Dalam konteks potensi penyesuaian pada AMOS, salah satu pilihan penting adalah menggunakan output indeks modifikasi (M.I) terbesar. Penyesuaian yang dilakukan dengan menggunakan bobot regresi sebaiknya mengikuti teori tertentu yang menyarankan adanya korelasi antar variabel yang tercermin dalam output indeks modifikasi (Santoso, 2011).

### **3.2.8 Rancangan Pengujian Hipotesis**

Hipotesis adalah suatu dugaan sementara, suatu tesis sementara yang harus dibuktikan kebenarannya melalui penyelidikan ilmiah (Prof. Dr. A. Muri Yusuf, 2014). Pengujian hipotesis dimaksudkan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh yang signifikan antara variabel independen kepada variabel dependen.

Pada penelitian ini, pengujian hipotesis dilakukan menggunakan perangkat lunak IBM SPSS AMOS versi 24.0 for Windows untuk menganalisis hubungan dalam model yang diajukan. Model tersebut menguji hubungan kausalitas antara *Experiential Value* (X), *Destination Image* (Y), dan *Authentic Happiness* (Z).

Analisis statistik yang digunakan untuk ketiga variabel ini melibatkan *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan mempertimbangkan karakteristik unik dari masing-masing variabel.

Pengujian hipotesis dilakukan menggunakan nilai p-value dengan tingkat signifikansi 0,05 (5%). Jika nilai probabilitas ( $P$ )  $\leq 0,05$ , maka hipotesis nol ( $H_0$ ) ditolak, yang berarti hipotesis penelitian diterima. Kriteria untuk menerima atau menolak hipotesis utama dalam penelitian ini dapat dianalisis sebagai berikut.

**Hipotesis 1:**

$H_0$  P-value  $\geq 0,05$  artinya tidak terdapat pengaruh *Experiential Value* terhadap *Authentic Happiness* melalui *Destination Image*.

$H_1$  P-value  $\leq 0,05$  artinya terdapat pengaruh *Experiential Value* terhadap *Authentic Happiness* melalui *Destination Image*.

**Hipotesis 2:**

$H_0$  P-value  $\geq 0,05$  artinya tidak terdapat pengaruh *Experiential Value* terhadap *Authentic Happiness*.

$H_1$  P-value  $\leq 0,05$  artinya terdapat pengaruh *Experiential Value* terhadap *Authentic Happiness*.

**Hipotesis 3:**

$H_0$  P-value  $\geq 0,05$  artinya tidak terdapat pengaruh *Experiential Value* terhadap *Destination Image*.

$H_1$  P-value  $\leq 0,05$  artinya terdapat pengaruh *Experiential Value* terhadap *Destination Image*.

**Hipotesis 4:**

$H_0$  P-value  $\geq 0,05$  artinya tidak terdapat pengaruh *Destination Image* terhadap *Authentic Happiness*

$H_1$  P-value  $\leq 0,05$  artinya terdapat pengaruh *Destination Image* terhadap *Authentic Happiness*