# **BAB III**

# **METODE PENELITIAN**

* 1. **Desain Penelitian**

Desain penelitian adalah rancangan yang berfungsi sebagai panduan dalam proses penelitian, dengan tujuan memberikan pedoman yang jelas dan terstruktur bagi peneliti. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, yang menurut Suharso (2009) merupakan jenis penelitian yang bersifat sistematis, terencana, dan terstruktur dari awal. Desain ini mencakup tujuan, subjek, objek penelitian, sampel data, sumber data, serta metode yang digunakan dari pengumpulan hingga analisis data.

Penelitian ini menggunakan metode yang sesuai dengan tujuan dan masalah yang hendak diungkap, yaitu metode survei. Karena fokusnya adalah mengkaji hubungan antara *experiential marketing* dan minat berkunjung kembali, pendekatan yang dipilih adalah kuantitatif. Penelitian kuantitatif berlandaskan pada paham positivisme dan diterapkan pada populasi atau sampel tertentu. Metode ini melibatkan pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian serta analisis data secara statistik guna menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

* 1. **Partisipan Penelitian**

Menurut Jahja (2017), partisipan adalah individu yang berkolaborasi dengan peneliti dalam memberikan informasi dan kontribusi penting dalam proses pengambilan keputusan penilaian. Mereka berbagi pengetahuan dan pengalaman yang relevan dengan penelitian. Dalam konteks penelitian ini, partisipan terdiri dari wisatawan yang pernah mengunjungi objek wisata Kampung Karuhun, dengan usia minimal 17 tahun. Untuk memilih partisipan, penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling,* yang memungkinkan peneliti untuk memilih individu yang memiliki kriteria tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian.

* 1. **Populasi dan Sampel**
		1. **Populasi**

Menurut Amin et al (2023), populasi diartikan sebagai keseluruhan elemen yang terlibat, mencakup objek dan subjek dengan ciri dan karakteristik tertentu. Dengan demikian, populasi mencakup semua anggota dari kelompok manusia, hewan, peristiwa, atau benda yang berinteraksi di suatu lokasi dengan tujuan yang terencana. Populasi ini menjadi dasar untuk menarik kesimpulan dari hasil penelitian. Dalam penelitian ini, populasi terdiri dari wisatawan yang pernah mengunjungi objek wisata Kampung Karuhun. Berdasarkan data dari Dinas Pariwisata, Budaya, Kepemudaan, dan Olahraga Kabupaten Sumedang antara bulan Juli 2023 hingga bulan Juli 2024, tercatat sebanyak 31.802 wisatawan yang mengunjungi objek wisata Kampung Karuhun.

* + 1. **Sampel**

Dalam penelitian ini, sampel diambil menggunakan teknik *non-probability sampling* dengan metode *purposive sampling.* Untuk menentukan jumlah sampel yang diambil, digunakan rumus Slovin dengan tingkat kelonggaran ketidaktelitian sebesar 10%. Perhitungan rumus ini dilakukan sebagai berikut:

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

Keterangan:

n = Ukuran sampel

N = Ukuran populasi

e = Persentase kelonggaran ketelitian kesalahan pengambilan sampel yang masih bisa ditolerir (e = 0,1 atau 10%)

Dengan perhitungan sebagai berikut:

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

$$n=\frac{31.802}{1+(31.802 x 0,1^{2})}$$

$$n=99,6$$

Berdasarkan perhitungan tersebut, jumlah sampel yang diperoleh adalah sekitar 99,6 yang kemudian dibulatkan menjadi 100 responden. Dengan demikian, jumlah sampel untuk penelitian ini adalah 100 wisatawan sebagai responden. Dalam proses pengumpulan data, responden dipilih dari kelompok wisatawan yang memenuhi kriteria yang telah ditentukan oleh peneliti.

* 1. **Instrumen Penelitian**

Sugiyono (2018) berpendapat bahwa instrumen penelitian merupakan aspek krusial, karena berpengaruh penting dalam menentukan keberhasilan penelitian. Dengan demikian, instrumen penelitian memainkan peran penting dalam menghasilkan data yang akurat dan relevan untuk mendukung kesimpulan penelitian. Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

* + 1. **Kuesioner**

Kuesioner merupakan metode pengumpulan data dengan memberikan serangkaian pertanyaan kepada responden. Kuesioner ini berbentuk tertutup untuk mempermudah analisis data, lalu disebarkan kepada para wisatawan yang pernah mengunjungi objek wisata Kampung Karuhun. Responden diminta untuk memilih dari serangkaian alternatif jawaban yang disediakan dalam kuesioner, alternatif jawaban tersebut merupakan pengembangan dari setiap item yang ada pada variabel penelitian.

Skala yang digunakan adalah skala Likert yang mengukur sikap, pendapat, dan persepsi responden terhadap fenomena sosial yang dijabarkan menjadi variabel penelitian. Dengan skala Likert, responden menilai tingkat kesetujuan atau ketidaksetujuan terhadap suatu pertanyaan yang dikategorikan sebagai positif atau negatif. Jawaban diberi gradasi dari sangat setuju hingga sangat tidak setuju, dengan setiap respon diberi skor untuk analisis kuantitatif. Berikut adalah tabel skala Likert yang digunakan dalam penelitian ini:

Tabel 3.1 Skala Pengukuran Likert

|  |  |
| --- | --- |
| **Pilihan Jawaban** | **Bobot Nilai** |
| Sangat Setuju | 5 |
| Setuju | 4 |
| Netral | 3 |
| Tidak Setuju | 2 |
| Sangat Tidak Setuju | 1 |

Sumber: Likert (1932)

* + 1. **Studi Kepustakaan**

Studi kepustakaan adalah metode pengumpulan data yang dilakukan dengan mengkaji berbagai literatur, buku, jurnal, laporan, dan dokumen lain yang relevan dengan topik penelitian. Teknik ini bertujuan untuk mendapatkan informasi teoretis, data sekunder, serta landasan konseptual yang mendukung penelitian. Dalam penelitian ini, studi kepustakaan digunakan untuk memahami konsep *experiential marketing* dan faktor-faktor yang memengaruhi minat berkunjung kembali, khususnya di objek wisata Kampung Karuhun.

* + 1. **Operasional Variabel**

Definisi operasional variabel merujuk pada karakteristik, sifat, atau nilai dari individu, objek, atau aktivitas yang bervariasi dan ditentukan oleh peneliti untuk dianalisis dan diambil kesimpulannya. Tabel 3.2 menyajikan variabel yang digunakan dalam penelitian ini.

Tabel 3.2 Operasional Variabel

| **Variabel** | **Dimensi/Indikator** | **Sub-Indikator** | **Skala** | **Item** |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| *Experiential Marketing* (X)Schmitt (1999) | *Sense* | Pengalaman visual (penglihatan) | *Ordinal* | 1,2 |
| Pengalaman audio (pendengaran) | *Ordinal* | 3,4 |
| Pengalaman sensorik lainnya | *Ordinal* | 5,6 |
| Pengalaman menyeluruh | *Ordinal* | 7 |
| *Feel* | Keterlibatan emosional | *Ordinal* | 8,9,10,11 |
| Pengalaman membekas | *Ordinal* | 12,13 |
| Kepuasan emosional | *Ordinal* | 14,15 |
| *Think* | Stimulasi berpikir kritis | *Ordinal* | 16 |
| Refleksi nilai-nilai wisata | *Ordinal* | 17,18 |
| Stimulasi kreativitas | *Ordinal* | 19,20 |
| *Act* | Partisipasi aktivitas | *Ordinal* | 21,22 |
| Pengalaman langsung | *Ordinal* | 23,24,25 |
| *Relate* | Hubungan sosial dengan orang lain | *Ordinal* | 26,27 |
| Keterhubungan dengan budaya lokal | *Ordinal* | 28 |
| Hubungan emosional dengan objek wisata | *Ordinal* | 29 |
| Minat Berkunjung Kembali (Y)Wahyudiono (2022) | *Intend to revisit* | Keinginan kembali ke objek wisata | *Ordinal* | 30,31 |
| Kesan positif | *Ordinal* | 32 |
| *Plan to revisit* | Rencana kunjungan ulang | *Ordinal* | 33,34 |
| *Desire to revisit* | Keinginan yang kuat untuk kunjungan ulang | *Ordinal* | 35,36,37 |
| Harapan kunjungan | *Ordinal* | 38 |
| *Recommendation intention* | Motivasi rekomendasi | *Ordinal* | 39-44 |
| Pengaruh pengalaman terhadap rekomendasi | *Ordinal* | 45 |

Sumber: Data diolah oleh Peneliti (2025)

* + 1. **Pengujian Instrumen Penelitian**

Sebelum digunakan, instrumen penelitian harus diuji kelayakannya menggunakan statistik. Menurut Sugiyono (2018), instrumen yang valid dan reliabel sangat penting untuk memperoleh hasil penelitian yang akurat. Oleh karena itu, agar data yang diperoleh dapat dipercaya, diperlukan uji operasionalisasi variabel menggunakan *software* IBM SPSS 25.0.

Sebelum disebarkan kepada responden, instrumen akan diuji coba terlebih dahulu pada calon responden yang pernah berkunjung ke objek wisata Kampung Karuhun. Hasil uji coba ini akan dianalisis untuk memastikan instrumen tersebut sesuai dengan standar validitas dan reliabilitas. Untuk menganalisis instrumen penelitian, maka dilakukan uji sebagai berikut:

1. **Uji Validitas**

Sanaky et al. (2021) mengatakan bahwa uji validitas bertujuan untuk menentukan sejauh mana penelitian yang dilakukan valid. Sebuah penelitian dianggap valid jika dapat mengukur hal yang dimaksud dan mampu menyajikan data dari variabel-variabel yang diteliti dengan akurat. Setiap item dianggap valid jika nilai r-hitung > r-tabel. Sebaliknya, jika r-hitung < r-tabel, maka pernyataan tersebut dinyatakan tidak valid.

Pada perhitungan validitas yang terdapat pada Tabel 3.3, penelitian ini dapat disimpulkan bahwa dari 46 item pernyataan yang disajikan terdapat 1 pernyataan yang tidak valid dari variabel *experiential marketing* sehingga harus dihapus. Oleh karena itu, angket yang digunakan berjumlah 45 pernyataan. Pengujian validitas dilakukan menggunakan *software* IBM SPSS 25.0, yang hasilnya disajikan dalam Tabel 3.3 berikut:

Tabel 3. Hasil Uji Validitas

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Variabel** | **Pernyataan** | ***Person Correlation*****(r-hitung)** | **r-tabel** | **Keterangan** |
| *Experiential Marketing* (X) | P1 | 0,701 | 0,361 | Valid |
| P2 | 0,735 | 0,361 | Valid |
| P3 | 0,616 | 0,361 | Valid |
| P4 | 0,703 | 0,361 | Valid |
| P5 | 0,593 | 0,361 | Valid |
| P6 | 0,661 | 0,361 | Valid |
| P7 | 0,772 | 0,361 | Valid |
| P8 | 0,659 | 0,361 | Valid |
| P9 | 0,727 | 0,361 | Valid |
| P10 | 0,806 | 0,361 | Valid |
| P11 | 0,748 | 0,361 | Valid |
| P12 | 0,770 | 0,361 | Valid |
| P13 | 0,780 | 0,361 | Valid |
| P14 | 0,786 | 0,361 | Valid |
| P15 | 0,724 | 0,361 | Valid |
| P16 | 0,767 | 0,361 | Valid |
| P17 | 0,305 | 0,361 | Tidak Valid |
| P18 | 0,704 | 0,361 | Valid |
| P19 | 0,752 | 0,361 | Valid |
| P20 | 0,621 | 0,361 | Valid |
| P21 | 0,775 | 0,361 | Valid |
| P22 | 0,857 | 0,361 | Valid |
| P23 | 0,840 | 0,361 | Valid |
| P24 | 0,826 | 0,361 | Valid |
| P25 | 0,870 | 0,361 | Valid |
| P26 | 0,826 | 0,361 | Valid |
| P27 | 0,745 | 0,361 | Valid |
| P28 | 0,635 | 0,361 | Valid |
| P29 | 0,869 | 0,361 | Valid |
| P30 | 0,872 | 0,361 | Valid |
| Minat Berkunjung Kembali (Y) | P31 | 0,853 | 0,361 | Valid |
| P32 | 0,789 | 0,361 | Valid |
| P33 | 0,727 | 0,361 | Valid |
| P34 | 0,904 | 0,361 | Valid |
| P35 | 0,629 | 0,361 | Valid |
| P36 | 0,844 | 0,361 | Valid |
| P37 | 0,788 | 0,361 | Valid |
| P38 | 0,820 | 0,361 | Valid |
| P39 | 0,711 | 0,361 | Valid |
| P40 | 0,636 | 0,361 | Valid |
| P41 | 0,541 | 0,361 | Valid |
| P42 | 0,771 | 0,361 | Valid |
| P43 | 0,795 | 0,361 | Valid |
| P44 | 0,675 | 0,361 | Valid |
| P45 | 0,475 | 0,361 | Valid |
| P46 | 0,729 | 0,361 | Valid |

Sumber: Data diolah oleh Peneliti (2025)

Dari Tabel 3.3, dapat dilihat bahwa nilai r-hitungitem pernyataan 17 lebih kecil dari 0,361 (r-tabel) yang berarti item pernyataan tersebut dinyatakan tidak valid, sedangkan 45 item pernyataan lainnya dinyatakan valid karena lebih besar dari 0,361.

1. **Uji Reliabilitas**

Menurut Sanaky et al. (2021), reliabilitas mengacu pada sejauh mana pengukuran dari suatu tes tetap konsisten ketika dilakukan berulang kali pada subjek yang sama dan dalam kondisi yang serupa. Penelitian dianggap dapat diandalkan jika menghasilkan hasil yang konsisten untuk pengukuran yang sama. Untuk menguji reliabilitas dalam penelitian, digunakan *Cronbach’s Alpha*, dimana nilai dianggap reliabel adalah > 0,6. Pengujian dilakukan dengan dibantu *software* IBM SPSS 25.0. Berikut ini disajikan hasil uji reliabilitas untuk masing-masing variabel dalam Tabel 3.4 berikut:

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Variabel** | **Butir Pernyataan** | ***Croncbach’s Alpha*** | **Keterangan** |
| *Experiential Marketing* (X) | 30 | 0,973 | Reliabel |
| Minat Berkunjung Kembali (Y) | 15 | 0,945 | Reliabel |

Sumber: Data diolah oleh Peneliti (2025)

Berdasarkan Tabel 3.4, uji reliabilitas dilakukan pada item pernyataan yang telah dinyatakan valid. Menurut Ghozali (2018:45), sebuah variabel dianggap reliabel atau andal apabila jawaban yang diberikan terhadap pernyataan konsisten. Hasil pengujian menunjukkan bahwa koefisien reliabilitas untuk instrumen *experiential marketing* adalah *Cronbach's Alpha (α)* = 0,973 dan instrumen minat berkunjung kembali adalah *Cronbach's Alpha (α)* = 0,945. Nilai *Croncbach’s Alpha* kedua instrumen tersebut melebihi ambang batas 0,600, sehingga dapat disimpulkan bahwa instrumen-instrumen tersebut reliabel dan memenuhi kriteria yang ditentukan.

* 1. **Prosedur Penelitian**

Prosedur penelitian ini melibatkan serangkaian langkah untuk memastikan kevalidan hasil yang diperoleh. Langkah-langkah dalam penelitian ini meliputi:

1. Peneliti menetapkan topik dan merumuskan permasalahan utama yang akan menjadi fokus penelitian.
2. Mengumpulkan referensi dari berbagai sumber literatur seperti jurnal ilmiah, buku, dan artikel untuk mendapatkan data yang relevan.
3. Peneliti memutuskan menggunakan pendekatan kuantitatif dalam penelitian.
4. Membentuk hipotesis berdasarkan permasalahan yang telah dirumuskan.
5. Menentukan variabel penelitian dan menyusun pertanyaan kuesioner yang berfokus pada pengaruh *experiential marketing* terhadap minat berkunjung kembali.
6. Menyebarkan dan mengumpulkan data survei dari wisatawan yang pernah mengunjungi objek wisata Kampung Karuhun.
7. Mengolah dan menganalisis data menggunakan perangkat lunak statistik, yaitu IBM SPSS *Statistics* 25.0, untuk mendapatkan hasil analisis.
8. Menyusun laporan penelitian, mempresentasikan hasil temuan, serta merumuskan kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan.
	1. **Analisis Data**
		1. **Analisis Statistik Deskriptif**

Menurut Ghozali (2016), statistik deskriptif adalah metode untuk mengumpulkan, menyusun, meringkas, dan menyajikan data agar mudah dipahami. Metode ini hanya memberikan gambaran karakteristik objek penelitian tanpa generalisasi ke populasi. Statistik deskriptif menjelaskan data melalui nilai minimum, maksimum, rata-rata, standar deviasi, dan distribusi frekuensi, yang biasanya disajikan dalam tabel atau grafik. Analisis ini menggambarkan kondisi responden berdasarkan indikator variabel dan mencakup perhitungan rata-rata, skor total, tingkat pencapaian responden (TCR), serta interpretasi. Muchson (2017) menyatakan bahwa statistik deskriptif juga mencakup ukuran pemusatan, penyebaran, kecenderungan, dan posisi data untuk menyajikan informasi secara jelas.

* + 1. **Uji Asumsi Klasik**
	1. **Uji Normalitas**

Uji normalitas data bertujuan untuk menunjukkan bahwa sampel berasal dari populasi yang berdistribusi normal. Dalam penelitian ini, digunakan uji *Kolmogrov-Smirnov* dengan kriteria sebagai berikut:

1. Tingkat signifikansi (∝) = 0,05.
2. Jika nilai Sig. > ∝, maka sampel dianggap berasal dari populasi yang berdistribusi normal.
3. Jika nilai Sig. < ∝, maka sampel dianggap tidak berasal dari populasi yang berdistribusi normal.
	1. **Uji Multikolinearitas**

Uji multikolinearitas bertujuan untuk mengidentifikasi apakah terdapat korelasi antara variabel independen dalam model regresi. Menurut Ghozali (2018), model regresi yang baik seharusnya tidak memiliki korelasi di antara variabel independen. Untuk mendeteksi adanya multikolinearitas dalam model regresi, dapat dilakukan langkah-langkah berikut:

1. Jika terdapat korelasi yang tinggi (umumnya di atas 0,90) antara variabel independen, maka hal ini mengindikasikan adanya multikolinearitas.
2. Multikolinearitas dapat dideteksi dengan melihat nilai *tolerance* dan VIF. *Tolerance* rendah dan VIF tinggi mengindikasikan multikolinearitas. Nilai *tolerance* ≥ 0,10 dan VIF ≤ 10 umumnya digunakan sebagai batasan. Jika nilai *tolerance* kurang dari 0,10 atau VIF lebih dari 10, maka terjadi multikolinearitas.
3. Jika model regresi menghasilkan nilai R² yang tinggi, tetapi banyak variabel independen yang tidak signifikan, ini juga bisa menjadi indikasi adanya multikolinearitas.
	1. **Uji Heteroskedastisitas**

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah terdapat perbedaan *variance* residual antara satau pengamatan dengan yang lain dalam model regresi. Jika varian bersifat konstan, maka disebut homoskedastisitas, sedangkan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang menunjukkan homoskedastisitas atau tidak mengalami heteroskedastisitas. Salah satu metode untuk mendeteksi heteroskedastisitas adalah Uji Glejser. Uji ini dilakukan dengan meregresikan variabel independen terhadap nilai absolut residual. Jika nilai signifikansi antara variabel independen dan absolut residual lebih dari 0,05, maka tidak ada masalah heteroskedastisitas. Berdasarkan Ghozali (2018), pengambilan keputusan dalam Uji Glejser adalah sebagai berikut:

1. Jika nilai signifikansi variabel independen < 0,05, maka terjadi heteroskedastisitas.
2. Jika nilai signifikansi variabel independen > 0,05, maka terjadi heteroskedastisitas.
	1. **Uji Linearitas**

Uji linearitas adalah prosedur yang digunakan untuk menentukan apakah hubungan antara variabel independen dan variabel dependen bersifat linear. Uji ini dilakukan dengan menganalisis distribusi nilai data yang diperoleh. Menurut Winarsunu (2006:180), jika hasil menunjukkan hubungan linear, maka analisis dilanjutkan menggunakan model analisis regresi linear. Sebaliknya, jika data menunjukkan hubungan non-linear, maka model analisis regresi non-linear digunakan.

Linearitas model dapat diuji dengan membandingkan nilai F-Statistik dengan F-tabel pada taraf signifikan 5%:

1. Jika F-statistik > F-tabel, hipotesis bahwa model bersifat linear ditolak.
2. Jika F-statistik ≤ F-tabel, hipotesis bahwa model bersifat linear diterima.
	* 1. **Uji Regresi Linear Sederhana**

Analisis regresi linear sederhana adalah metode statistik parametrik yang digunakan untuk memahami korelasi antara dua variabel. Dalam analisis ini, data yang digunakan harus memiliki skala pengukuran setidaknya berupa interval dan sebaiknya memiliki distribusi normal. Keberadaan asumsi-asumsi dasar ini menjadi penting karena analisis regresi linear sederhana memerlukan data yang memenuhi kriteria tersebut agar hasilnya dapat diinterpretasikan secara valid. Menurut Sugiyono (2018), persamaan umum regresi linear sederhana adalah:

**Y =** $a+βx$

Keterangan:

Y = Subjek dalam variabel dependen yang diprediksikan

α = Konstanta

β = Angka arah atau koefisien regresi

*x* = Subjek pada variabel independen yang mempunyai nilai tertentu

* + 1. **Uji Hipotesis**
1. **Koefisien Determinasi (R2)**

Menurut Rhamadhani & Saputri (2023), koefisien determinasi (R2) menggambarkan sejauh mana variasi pada variabel dependen dapat dijelaskan oleh variasi pada variabel independen. Dengan mengetahui nilai R², kita dapat menilai kinerja model dalam memprediksi variabel tersebut. Nilai R² dianggap baik jika lebih dari 0,5, karena berkisar antara 0 hingga 1, di mana semakin mendekati 1, semakin baik model tersebut. Jika R² = 0,6, berarti 60% variasi variabel dependen dapat dijelaskan oleh variabel independen, sementara sisanya 40% tidak dapat dijelaskan oleh variabel independen dan mungkin dipengaruhi oleh faktor lain (komponen *error*).

1. **Uji Parsial (Uji – t)**

Menurut Wardani & Permatasari (2022), Uji-t adalah pengujian koefisien regresi parsial secara individual yang digunakan untuk menentukan apakah variabel independen (X) secara individual memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Y). Dalam analisis uji-t, perbandingan dilakukan antara nilai t-hitung dan t-tabel, dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Jika t-hitung> t-tabel, maka Ho ditolak dan Ha diterima, yang menunjukkan bahwa variabel independen (X) berpengaruh secara parsial terhadap variabel dependen (Y).
2. Sebaliknya, jika t-hitung$ \leq $ t-tabel, maka Ho diterima dan Ha ditolak, yang berarti bahwa variabel independen (X) tidak memiliki pengaruh signifikan secara parsial terhadap variabel dependen (Y).