

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode analisis deskriptif. Pendekatan kuantitatif ialah metode yang objektif dan terstruktur dengan mengumpulkan data dari populasi dan sampel menggunakan instrumen penelitian kemudian menganalisisnya secara statistik untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan sebelumnya (Sugiono, 2024). Metode analisis deskriptif digunakan untuk menggambarkan karakteristik setiap variabel dalam penelitian berdasarkan data yang diperoleh dari responden. Pendekatan ini dipilih karena memungkinkan peneliti memperoleh gambaran yang jelas mengenai kepuasan wisatawan generasi z, *electronic word of mouth* dan minat berkunjung kembali di Wanawisata Nagara Puntang, Kabupaten Bandung.

3.2. Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian berada di kawasan Wanawisata Nagara Puntang, yang berada di Desa Pasirmulya, Kecamatan Banjaran, Kabupaten Bandung, Jawa Barat. Nagara Puntang berada di dalam kawasan Wanawisata Gunung Puntang yang berada dalam pengelolaan Perum Perhutani Resort Pemangkuan Hutan (RPH) Banjaran, yang termasuk dalam wilayah Kesatuan Pemangkuan Hutan (KPH) Bandung Selatan. Selain menawarkan keindahan alam, Nagara Puntang juga menyimpan nilai sejarah yaitu pada masa penjajahan Hindia Belanda. Hal ini ditandai dengan adanya keberadaan stasiun pemancar Radio Malabar. Selain itu, wisatawan dapat mengunjungi beberapa spot yang menarik seperti Kolam Cinta, dan BERG sebuah kedai kopi yang terletak di bawah pepohonan pinus. Ditambah dengan area terbuka yang ditumbuhi rerumputan hijau. Akses menuju lokasi ini dapat dijangkau dengan kendaraan pribadi dengan jarak sekitar 29 kilometer dari pusat Kota Bandung dan waktu tempuh kurang lebih 1,5 jam.

Adapun waktu pelaksanaan penelitian terbagi ke dalam beberapa tahapan, yaitu :

1. Perancangan instrumen penelitian, dilaksanakan pada bulan Mei hingga Juni 2025, termasuk penyusunan kuesioner dan validasi isi.
2. Penyebaran dan pengumpulan data, berlangsung pada bulan Juni hingga Juli 2025. Penyebaran dilakukan di lokasi penelitian secara langsung kepada wisatawan dan secara daring melalui media sosial seperti Tiktok dan Instagram. Kuesioner disusun dalam bentuk Google Form dan diisi oleh responden melalui tautan yang telah disediakan, baik secara langsung di lokasi penelitian maupun secara daring. Responden yang dipilih merupakan responden yang telah memenuhi kriteria yang telah ditetapkan sebelumnya oleh peneliti.
3. Pengolahan dan analisis data, dilaksanakan pada bulan Juli 2025, menggunakan aplikasi SmartPLS 4.0.9.9.
4. Penyusunan laporan hasil penelitian, proses penulisan BAB IV dan V dimulai pada bulan Juli 2025.

3.3. Populasi dan Sampel

Penentuan dan sampel menjadi tahap yang penting untuk memastikan data diperoleh representatif dan valid. Populasi menggambarkan keseluruhan objek atau individu yang menjadi fokus penelitian, sementara sampel merupakan bagian dari populasi yang diambil untuk dianalisis.

3.3.1. Populasi

Populasi dalam sebuah penelitian merupakan keseluruhan objek maupun subjek yang mempunyai karakteristik tertentu serta menjadi sumber utama data penelitian. Untuk membatasi ruang lingkup generalisasi serta menentukan sampel yang tepat, populasi perlu dijelaskan secara detail, baik dari segi jumlah maupun wilayahnya. Populasi dapat mencakup manusia, hewan, benda, tumbuhan, gejala, peristiwa, maupun nilai tes yang relevan dengan fokus penelitian serta sesuai dengan tujuan analisis yang ingin dicapai. Dalam penelitian, tidak semua populasi

dapat diteliti secara keseluruhan sehingga diperlukan pengambilan sebagian anggota populasi yang disebut sampel. Sampel ialah sebagian anggota populasi yang dipilih untuk mewakili keseluruhan populasi (Hardani MSi dkk., 2020).

Populasi yang menjadi fokus ialah wisatawan generasi z yang telah mengunjungi kawasan wisata Nagara Puntang dengan rentang usia sekitar 18 hingga 28 tahun (Dimock, 2019). Penentuan batas minimal usia 18 tahun didasarkan pada Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 35 Tahun 2014 tentang Perlindungan Anak, yang menyatakan bahwa individu di bawah usia 18 tahun masih tergolong anak dan belum dapat dijadikan responden penelitian karena pertimbangan etis maupun legal. Mereka umumnya sedang menempuh pendidikan dari tingkat dasar hingga perguruan tinggi, menjadikannya kelompok populasi yang relevan serta ideal untuk penelitian terkait eWOM serta niat berkunjung kembali. Kelompok ini dipilih karena mempunyai keterkaitan erat dengan media sosial, yang mereka manfaatkan secara aktif untuk merencanakan aktivitas, termasuk perjalanan wisata. Hal ini sejalan dengan temuan Batubara & Angelica (2025) yang menyebutkan bahwa generasi z di Indonesia cenderung mengandalkan media digital dan ulasan daring dalam pengambilan keputusan perjalanan wisata.

3.3.2. Sampel

Sampel merupakan bagian dari populasi yang memiliki ciri - ciri tertentu, dan diambil berdasarkan prosedur atau teknik khusus agar dapat mewakili keseluruhan populasi secara proporsional (Siyoto & Sodik, 2015). Pengambilan sampel menggunakan teknik *non probability sampling*, di mana tidak semua anggota populasi memiliki kesempatan yang sama untuk menjadi sampel. Dalam teknik ini tidak bersifat acak, karena pemilihan sampel dilakukan berdasarkan pertimbangan tertentu.

Jenis teknik *non probability sampling* yang digunakan adalah *purposive sampling*. *Purposive sampling* ialah teknik penentuan sampel berdasarkan pertimbangan atau kriteria khusus yang ditentukan oleh peneliti, dengan tujuan agar sampel yang diambil benar – benar relevan dan sesuai dengan fokus penelitian. Kriteria tersebut di antaranya merupakan wisatawan generasi z yang pernah

mengunjungi Nagara Puntang dan aktif dalam aktivitas digital, seperti membaca atau membagikan ulasan melalui media sosial. Menurut Hair dkk., (2022), apabila ukuran populasi tidak diketahui secara pasti, maka jumlah sampel yang dianjurkan adalah minimal 5 – 10 kali jumlah indikator variabel yang digunakan dalam instrumen penelitian. Oleh karena itu, jumlah sampel yang digunakan adalah

$$\text{Sampel minimal} = 5 \times 21 = 105$$

$$\text{Sampel maksimal} = 10 \times 21 = 210$$

Berdasarkan hasil perhitungan jumlah sampel, peneliti menetapkan jumlah responden sebanyak 168 yang berada dalam rentang antara 105 hingga 210 responden. Jumlah tersebut dipilih dengan mempertimbangkan kesesuaian terhadap kriteria yang telah ditetapkan sebelumnya.

3.4. Jenis dan Sumber Data

Menurut Sugiono (2024), sumber data ialah asal diperolehnya informasi yang dibutuhkan untuk menjawab rumusan masalah penelitian. Sumber data dibedakan menjadi dua, yaitu data primer dan sekunder.

1. Data primer dikumpulkan secara langsung dari sumber di lapangan serta mencerminkan kondisi aktual objek studi sehingga dianggap autentik dan relevan. Data ini diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada wisatawan generasi z yang berkunjung ke Wanawisata Nagara Puntang dan wawancara dengan pengelola kawasan untuk mendapatkan informasi mendalam mengenai kondisi aktual destinasi wisata.
2. Data sekunder berasal dari sumber yang sudah ada sebelumnya seperti dokumentasi, laporan, publikasi, atau arsip. Data ini membantu penulis memperkuat temuan lapangan, memberikan konteks teoritis serta membandingkan hasil penelitian dengan penelitian terdahulu. Dalam penelitian ini, data sekunder diperoleh dari artikel ilmiah, buku, laporan statistik pariwisata, dan sumber terpercaya lainnya.

3.5. Teknik Pengumpulan Data

Berbagai teknik pengumpulan data digunakan untuk mengumpulkan informasi, di antaranya:

1. Studi Pustaka

Studi pustaka dilakukan untuk mengumpulkan data pendukung yang diperlukan oleh peneliti. Studi pustaka dilakukan dengan mengumpulkan dan menganalisis berbagai sumber literatur seperti buku, jurnal ilmiah, artikel, dan data digital yang relevan dengan topik penelitian.

2. Kuesioner

Teknik pengumpulan data yang digunakan melalui penyebaran kuesioner. Kuesioner disusun berdasarkan indikator dari masing - masing variabel penelitian, yaitu kepuasan wisatawan, eWOM dan minat berkunjung kembali. Instrumen ini terdiri dari dua bagian, yakni pertanyaan karakteristik responden dan pernyataan penelitian yang sesuai dengan indikator variabel. Pembagian kuesioner dilakukan selama bulan Juni – Juli 2025 secara langsung (luring) kepada wisatawan di lokasi penelitian, dan secara daring melalui Google Form yang dibagikan lewat media sosial WhatsApp, Instagram, dan TikTok. Pemilihan metode kombinasi daring dan luring dipertimbangkan agar data yang diperoleh lebih representatif serta sesuai dengan karakteristik generasi z yang aktif baik di media sosial maupun dalam aktivitas wisata langsung.

3. Wawancara

Wawancara dilakukan kepada pengelola wisata serta beberapa wisatawan yang sedang berada di lokasi penelitian. Tujuan wawancara kepada pengelola adalah untuk menggali informasi tambahan, seperti tata pengelolaan daya tarik wisata, kendala pengelolaan, dan tanggapan terhadap ulasan digital. Dari sisi wisatawan, wawancara digunakan untuk mendapatkan pandangan langsung mengenai pengalaman kunjungan. Hasil wawancara ini berfungsi sebagai data pendukung untuk memperkaya analisis kuantitatif yang diperoleh dari kuesioner.

3.6. Variabel Penelitian

Variabel penelitian merupakan aspek – aspek yang menjadi fokus pengamatan dan analisis. Variabel – variabel tersebut dibagi menjadi beberapa jenis sesuai peranannya dalam penelitian, yakni variabel independen, *intervening*, dan dependen.

3.6.1 Variabel Independen (Bebas)

Variabel independen dalam kajian ini ialah kepuasan wisatawan. Variabel independen, maupun yang juga dikenal sebagai variabel bebas, merupakan variabel yang menurut peneliti mempunyai pengaruh pada variabel dependen (terikat) dalam sebuah penelitian (Hardani MSi dkk., 2020). Peran variabel ini sangat penting dalam menguji hubungan sebab-akibat yang menjadi fokus penelitian. Kepuasan wisatawan (X) menggambarkan tingkat kepuasan wisatawan berdasarkan perbandingan antara harapan yang dimiliki sebelum kunjungan serta kenyataan yang dirasakan selama berada di destinasi. Menurut (Oliver, 1980) kepuasan dalam teori konfirmasi harapan dibagi menjadi empat dimensi yaitu, *expectation* (harapan), *perceived performance* (kinerja yang dirasakan), *confirmation* (konfirmasi), *final evaluation* (evaluasi akhir).

3.6.2 Variabel Intervening (Mediasi)

Variabel *intervening* maupun mediasi menurut Sugiono (2013), merupakan variabel yang secara teoritis mempengaruhi hubungan antara variabel bebas serta terikat menjadi hubungan yang tidak langsung. Variabel mediasi menjelaskan mekanisme maupun proses bagaimana serta mengapa variabel independen dapat mempengaruhi variabel dependen. Dengan kata lain, variabel mediasi menjadi jembatan maupun penghubung serta hubungan sebab-akibat antara dua variabel utama. Variabel mediasi pada kajian ini ialah variabel eWOM. *Electronic word of mouth* (eWOM) (Z) atau dari mulut ke mulut secara elektronik menurut Hennig-Thurau dkk (2004), ialah segala pernyataan positif maupun negatif yang dibuat oleh pelanggan tentang sebuah produk maupun perusahaan serta tersedia bagi banyak orang melalui internet. Variabel eWOM pada penelitian ini mempunyai 3 dimensi yang disesuaikan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh (Babić Rosario dkk.,

2020) di antaranya *creation* (membagikan informasi), *exposure* (menerima informasi), dan *evaluation* (menilai informasi).

3.6.3 Variabel Dependen (Terikat)

Variabel yang keberadaannya dipengaruhi oleh variabel lain dalam sebuah penelitian disebut sebagai variabel dependen maupun variabel terikat, di mana perubahannya sangat bergantung pada variabel independen (Hardani MSi dkk., 2020). Variabel dependen dalam penelitian ini ialah minat berkunjung kembali, yang menggambarkan keinginan atau niat seseorang untuk melakukan kunjungan ulang ke destinasi wisata yang sama di masa mendatang. Minat ini muncul sebagai bentuk evaluasi positif terhadap kepuasan wisatawan, serta dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti persepsi terhadap informasi yang diterima (eWOM), pengalaman selama berada di destinasi, dan tingkat kepuasan wisatawan terhadap layanan dan fasilitas yang tersedia. Pada penelitian ini minat berkunjung diukur melalui 3 dimensi yang disesuaikan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Seow dkk. (2024) dan Shatnawi dkk. (2023) yaitu niat berkunjung kembali, kesediaan memberikan rekomendasi kepada orang lain, dan kesediaan mengulang aktivitas. Dalam penelitian ini, minat berkunjung kembali menjadi indikator penting untuk menilai loyalitas wisatawan dan keberhasilan suatu destinasi dalam menciptakan kesan positif dan kepuasan kepada wisatawan.

Tabel 3. 1 Tabel Operasional Variabel

Variabel	Dimensi/Sub Variabel	Indikator	Skala	No. Item
Kepuasan Wisatawan (X) (Oliver, 1980; Seow dkk., 2024)	<i>Expectation</i> (Harapan)	Tingkat harapan wisatawan sebelum berkunjung	Likert	X1.1
		Harapan wisatawan mengenai pengalaman yang menyenangkan	Likert	X1.2
	<i>Perceived Performance</i> (Kierja yang dirasakan)	Kecukupan fasilitas	Likert	X2.1
		Kualitas pelayanan staf	Likert	X2.2
	<i>Confirmation</i> (Konfirmasi)	Kesesuaian harapan dengan kenyataan	Likert	X2.3
		Tingkat pemenuhan pengalaman	Likert	X3.1

Syifa Humaira Khairunnisa, 2025

PENGARUH KEPUASAN WISATAWAN GENERASI Z TERHADAP MINAT BERKUNJUNG KEMBALI MELALUI ELECTRONIC WORD OF MOUTH DI WANAWISATA NAGARA PUNTANG, KABUPATEN BANDUNG

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

Variabel	Dimensi/Sub Variabel	Indikator	Skala	No. Item
	<i>Final Evaluation</i> (Evaluasi akhir)	Kenyamanan dan kesenangan selama kunjungan	Likert	X3.2
		Sikap positif terhadap kunjungan	Likert	X4.1
		Keyakinan keputusan	Likert	X4.2
<i>Electronic Word of Mouth</i> (eWOM) (Babić Rosario dkk., 2020)	<i>Creation</i> (Membagikan Informasi)	Berbagi pengalaman	Likert	Z1.1
		Keyakinan telah berbagi	Likert	Z1.2
	<i>Exposure</i> (Menerima Informasi)	Membaca ulasan online	Likert	Z2.1
		Pencarian informasi	Likert	Z2.2
	<i>Evaluation</i> (Menilai Informasi)	Pengaruh ulasan positif	Likert	Z3.1
		Keyakinan rekomendasi online	Likert	Z3.2
Minat Berkunjung Kembali (Y) (Seow dkk., 2024)	Niat berkunjung kembali	Keinginan kembali di masa depan	Likert	Y1.1
		Keinginan kembali dalam waktu dekat	Likert	Y1.2
	Kesediaan Berkomitmen	Kesediaan mengeluarkan biaya	Likert	Y2.1
		Kesediaan mengulang aktivitas yang sama	Likert	Y2.2
	Rekomendasi	Kesediaan merekomendasikan kepada orang lain	Likert	Y3.1
		Kesediaan membagikan pengalaman kepada orang lain	Likert	Y3.2

Sumber : Diolah Penulis (2025)

3.7. Instrumen Penelitian

Instrumen yang tepat diperlukan agar data yang diperoleh dapat mendukung pencapaian tujuan secara akurat. Instrumen penelitian merujuk pada alat yang digunakan untuk mengukur fenomena yang diamati, baik dalam lingkungan sosial maupun alamiah (Sugiono, 2024). Penyusunan kuesioner dalam kajian ini menggunakan skala Likert, sebagaimana ditampilkan pada tabel 3.2, di mana responden diminta untuk menyatakan tingkat persetujuan mereka pada sejumlah pernyataan yang telah disusun. Teknik pengumpulan data dengan kuesioner dipilih karena efektif dalam mengumpulkan data dalam jumlah besar secara praktis, sekaligus memudahkan analisis data kuantitatif sesuai dengan pendekatan yang digunakan.

Syifa Humaira Khairunnisa, 2025

PENGARUH KEPUASAN WISATAWAN GENERASI Z TERHADAP MINAT BERKUNJUNG KEMBALI MELALUI ELECTRONIC WORD OF MOUTH DI WANAWISATA NAGARA PUNTANG, KABUPATEN BANDUNG

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

Tabel 3. 2 Tabel Skala Likert

Skor	Kategori Tanggapan
5	Sangat Setuju
4	Setuju
3	Netral
2	Tidak Setuju
1	Sangat Tidak Setuju

Sumber : Sugiono (2024)

3.8. Teknik Pengujian Instrumen

Instrumen yang telah disusun, diuji terlebih dahulu dengan melibatkan 30 responden awal yang memiliki karakteristik serupa dengan target responden utama, namun tidak termasuk dalam sampel penelitian. Pengujian ini dilakukan sebelum kuesioner disebarluaskan secara luas. Hal ini bertujuan untuk memastikan bahwa setiap item pertanyaan dalam instrumen dapat dipahami dengan baik dan mampu mengukur variabel yang diteliti dengan tepat. Pengujian ini dilakukan dengan bantuan aplikasi SPSS versi 29, yang digunakan untuk menganalisis dua hal penting dalam kualitas instrumen, yaitu uji validitas dan reliabilitas.

3.8.1. Uji Validitas Instrumen

Pengujian validitas instrumen bertujuan untuk memastikan bahwa alat ukur benar – benar dapat mengukur variabel yang dimaksud. Menurut Sugiono (2024), validitas merupakan ukuran sejauh mana data yang dikumpulkan oleh peneliti mencerminkan kondisi sebenarnya dari objek yang diteliti. Semakin tinggi tingkat validitas suatu instrumen, maka data yang diperoleh mencerminkan kondisi riil dari objek yang diteliti, sehingga hasilnya dapat dipercaya. Sebaliknya, semakin rendah tingkat validitas, semakin besar kemungkinan data yang dikumpulkan tidak sesuai dengan kenyataan di lapangan. Perhitungan validitas dapat dihitung menggunakan rumus korelasi *Pearson Product Moment* di bawah ini:

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

Keterangan :

R : Koefisien validitas item yang dicari

X : Skor yang diperoleh subjek seluruh item

Syifa Humaira Khairunnisa, 2025

PENGARUH KEPUASAN WISATAWAN GENERASI Z TERHADAP MINAT BERKUNJUNG KEMBALI MELALUI ELECTRONIC WORD OF MOUTH DI WANAWISATA NAGARA PUNTANG, KABUPATEN BANDUNG

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

- ΣY : Skor total
 ΣX : Jumlah skor dalam distribusi X
 ΣY : Jumlah skor dalam distribusi Y
 ΣX^2 : Jumlah kuadrat dalam distribusi X
 ΣY^2 : Jumlah kuadrat dalam distribusi Y
N : Jumlah responden

Dalam uji validitas pengambilan keputusan dilakukan dengan cara membandingkan nilai korelasi (r hitung) terhadap nilai dari tabel distribusi (r tabel) sesuai dengan jumlah responden dan tingkat signifikansi yang digunakan. Adapun ketentuannya sebagai berikut :

1. Apabila nilai r hitung melebihi r tabel, pernyataan pada kuesioner dianggap valid. Kondisi ini menunjukkan adanya hubungan signifikan antara pernyataan tersebut dengan skor total, sehingga layak digunakan sebagai indikator yang tepat dalam mengukur variabel.
2. Sebaliknya, jika nilai r hitung lebih rendah daripada r tabel, pernyataan pada kuesioner dinyatakan tidak valid. Hal ini menandakan bahwa pernyataan tersebut kurang mampu merepresentasikan variabel yang diukur, sehingga perlu direvisi atau dihapus dari kuesioner

Sebanyak 30 responden digunakan sebagai sampel awal dalam uji validitas pada kajian ini. Penentuan validitas setiap butir pernyataan dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung (korelasi item pada skor total) pada r tabel yang dihitung berdasarkan *degree of freedom* (df) serta tingkat signifikansi 5% (0,05). Adapun rumus untuk menghitung df ialah sebagai berikut:

$$df = n - 2$$

Dengan jumlah responden $n = 30$, maka

$$df = 30 - 2 = 28$$

Dengan menggunakan nilai $df = 28$ serta tingkat signifikansi 5% (0,05), diperoleh nilai r tabel sebesar 0,361. Dengan demikian, butir pernyataan dalam kuesioner dapat dinyatakan valid apabila nilai r hitung lebih besar dari 0,361. Berikut adalah hasil uji validitas yang dibantu dengan aplikasi IBM SPSS versi 29, tercermin pada tabel 3.3 berikut:

Tabel 3. 3 Hasil Uji Validitas

No.	Pernyataan	R Hitung	R Tabel	Keterangan
Kepuasan Wisatawan				
1	Saya memiliki harapan yang tinggi sebelum berkunjung ke Wanawisata Nagara Puntang	0,854	0,361	Valid
2	Saya berharap Wanawisata Nagara Puntang memberikan pengalaman yang menyenangkan	0,727	0,361	Valid
3	Fasilitas yang disediakan Wanawisata Nagara Puntang sudah memadai	0,791	0,361	Valid
4	Pelayanan staf Wanawisata Nagara Puntang memenuhi harapan saya	0,852	0,361	Valid
5	Kunjungan saya ke Wanawisata Nagara Puntang memenuhi harapan saya	0,898	0,361	Valid
6	Pengalaman saya selama kunjungan melebihi harapan saya	0,745	0,361	Valid
7	Saya merasa senang dan nyaman selama kunjungan ke Wanawisata Nagara Puntang	0,868	0,361	Valid
8	Saya bersikap positif terhadap kunjungan saya ke Wanawisata Nagara Puntang	0,870	0,361	Valid
9	Keputusan saya untuk mengunjungi Wanawisata Nagara Puntang adalah keputusan yang tepat	0,904	0,361	Valid
Electronic Word of Mouth (eWOM)				
10	Saya tertarik membagikan pengalaman tentang Wanawisata Nagara Puntang secara online setelah berkunjung	0,732	0,361	Valid
11	Berbagi pengalaman membuat saya yakin telah memilih tempat yang tepat	0,738	0,361	Valid
12	Saya membaca ulasan wisatawan tentang Wanawisata Nagara Puntang secara online	0,814	0,361	Valid
13	Saya mencari informasi tentang Wanawisata Nagara Puntang di media sosial sebelum berkunjung	0,870	0,361	Valid
14	Ulasan positif di media sosial membuat saya yakin berkunjung ke Wanawisata Nagara Puntang	0,827	0,361	Valid
15	Rekomendasi di media sosial membuat saya yakin berkunjung ke Wanawisata Nagara Puntang	0,855	0,361	Valid
Minat Berkunjung Kembali				
16	Saya berniat untuk mengunjungi kembali Wanawisata Nagara Puntang di masa depan	0,904	0,361	Valid
17	Saya ingin kembali ke Wanawisata Nagara Puntang dalam waktu dekat	0,889	0,361	Valid
18	Saya bersedia mengeluarkan biaya untuk berkunjung kembali	0,898	0,361	Valid
19	Saya tertarik mengulang aktivitas yang sama di Wanawisata Nagara Puntang	0,909	0,361	Valid

Syifa Humaira Khairunnisa, 2025

PENGARUH KEPUASAN WISATAWAN GENERASI Z TERHADAP MINAT BERKUNJUNG KEMBALI MELALUI ELECTRONIC WORD OF MOUTH DI WANAWISATA NAGARA PUNTANG, KABUPATEN BANDUNG

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

No.	Pernyataan	R Hitung	R Tabel	Keterangan
20	Saya akan merekomendasikan Wanawisata Nagara Puntang kepada teman dan keluarga	0,878	0,361	Valid
21	Saya akan berbagi pengalaman saya tentang Wanawisata Nagara Puntang kepada orang lain	0,906	0,361	Valid

Sumber: Diolah Penulis (2025)

Hasil uji validitas tampak pada tabel 3.3 di atas, menunjukkan bahwa setiap item pernyataan variabel kepuasan wisatawan, *electronic word of mouth* (eWOM), dan minat berkunjung kembali dinyatakan valid karena nilai r hitung >0,361. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa seluruh indikator pada ketiga variabel tersebut dinyatakan valid, karena masing – masing memiliki nilai r hitung yang lebih besar dari r tabel.

3.8.2. Uji Reliabilitas Instrumen

Uji reliabilitas bertujuan untuk melihat sejauh mana alat ukur atau kuesioner yang digunakan mampu memberikan hasil yang konsisten ketika digunakan dalam waktu yang berbeda. Menurut Sugiono (2024), salah satu metode yang paling sering dipakai untuk mengukur instrumen penelitian adalah *Cronbach's Alpha*. Uji reliabilitas dilakukan terhadap variabel kepuasan wisatawan, *electronic word of mouth* (eWOM), dan minat berkunjung kembali. Perhitungan reliabilitas dengan *Cronbach's Alpha* menggunakan rumus :

$$r = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1\sigma^2 - \frac{\sum \sigma b^2}{\sigma b^2} \right]$$

Keterangan:

R = Nilai reliabilitas instrumen

K = Jumlah pernyataan dalam kuesioner

$\sum \sigma b^2$ = Jumlah varians dari setiap pernyataan

σ^2 = Total varians semua pernyataan

Sebuah instrumen dianggap reliabel jika nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,70 yang artinya item – item pernyataan di dalamnya mampu mengukur hal yang sama secara konsisten. Dengan begitu, instrumen tersebut dapat dipercaya.

Syifa Humaira Khairunnisa, 2025

PENGARUH KEPUASAN WISATAWAN GENERASI Z TERHADAP MINAT BERKUNJUNG KEMBALI MELALUI ELECTRONIC WORD OF MOUTH DI WANAWISATA NAGARA PUNTANG, KABUPATEN BANDUNG

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

Namun, jika nilai *Cronbach's Alpha* lebih kecil dari 0,70, instrumen dinilai kurang reliabel karena item - itemnya tidak konsisten dalam mengukur variabel yang diteliti. Data yang diuji merupakan sampel awal sebanyak 30 responden. Uji reliabilitas dianalisis menggunakan rumus *Cronbach's Alpha* dengan bantuan aplikasi IBM SPSS 29. Hasil uji reliabilitas tampak pada Tabel 3.4 berikut:

Tabel 3.4 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	N Items	Keterangan
Kepuasan Wisatawan	0,944	9	Reliabel
<i>Electronic Word of Mouth</i> (eWOM)	0,892	6	Reliabel
Minat Berkunjung Kembali	0,951	6	Reliabel

Sumber : Diolah Penulis (2025)

Nilai *Cronbach's Alpha* pada tabel 3.4 memperlihatkan bahwa semua variabel mempunyai nilai lebih besar dari 0,70. Nilai ini menunjukkan bahwa ketiga variabel tersebut sudah memenuhi kriteria reliabilitas yang dapat diterima. Dengan demikian, instrumen yang digunakan untuk mengukur variabel-variabel tersebut dinilai konsisten dan dapat dipercaya dalam memberikan data yang akurat.

3.9. Teknis Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan, meliputi analisis deskriptif untuk memberikan gambaran mengenai tanggapan responden terhadap penelitian yang diukur serta analisis *Partial Least Square Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) merupakan teknik analisis statistik untuk melihat hubungan antar variabel dalam satu model.

3.9.1. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran sistematis mengenai tanggapan responden terhadap penelitian yang diukur. Menurut Sugiono (2024), analisis deskriptif bertujuan mendeskripsikan nilai variabel tanpa melakukan generalisasi, melainkan menyajikan data secara faktual dan terstruktur. Untuk memudahkan interpretasi, digunakan metode kontinum yang mengelompokkan skor rata-rata ke dalam kategori tertentu berdasarkan interval nilai. Interval kategori ditentukan dengan rumus :

Syifa Humaira Khairunnisa, 2025

PENGARUH KEPUASAN WISATAWAN GENERASI Z TERHADAP MINAT BERKUNJUNG KEMBALI MELALUI ELECTRONIC WORD OF MOUTH DI WANAWISATA NAGARA PUNTANG, KABUPATEN BANDUNG

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

$$\text{Interval} = \frac{\text{Nilai Maksimum} - \text{Nilai Minimum}}{\text{Banyak Kelas}}$$

Keterangan :

1. Nilai maksimum adalah skor tertinggi yang dapat diperoleh dalam suatu skala
2. Nilai minimum adalah skor terendah yang mungkin diperoleh
3. Banyak kelas merupakan jumlah kategori yang ditentukan dalam analisis

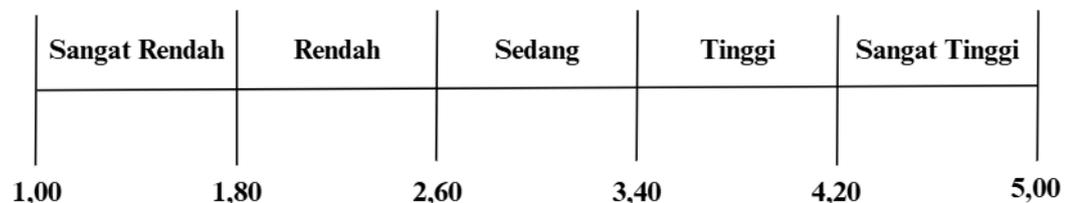
sebagai contoh, jika dalam suatu penelitian digunakan skala likert seperti pada penelitian ini menggunakan skala likert dengan skor antara 1 hingga 5, maka perhitungannya sebagai berikut :

1. Nilai maksimum = 5
2. Nilai minimum = 1
3. Banyak kelas = 5

Maka perhitungan intervalnya sebagai berikut :

$$\text{Interval} = \frac{5 - 1}{5} = 0,8$$

Setelah nilai interval dihitung, dapat dilakukan pengelompokkan dengan garis kontinum sebagai berikut :



Gambar 3. 1 Garis Kontinum

Sumber : Sugiono (2024)

Variabel penelitian yang digunakan kemudian dideskripsikan melalui tahap teknis analisis data deskriptif, sebagai berikut :

1. Analisis deskriptif terkait kepuasan wisatawan di Wanawisata Nagara Puntang.
2. Analisis deskriptif terkait *electronic word of mouth* (eWOM) di Wanawisata Nagara Puntang.
3. Analisis deskriptif terkait minat berkunjung kembali di Wanawisata Nagara Puntang.

Selain menggunakan metode garis kontinum, untuk memudahkan analisis terhadap data yang diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner presentase tanggapan responden diklasifikasikan ke dalam lima kategori. Klasifikasi ini merujuk pendapat Rukajat, yang menyatakan bahwa interpretasi hasil dalam bentuk presentase dapat dibagi berdasarkan interval tertentu untuk menarik kesimpulan. Untuk menghitung persentasenya menggunakan rumus :

$$\text{Skor persentase (\%)} = \frac{\text{skor yang diperoleh}}{\text{skor maksimum ideal}} \times 100\%$$

Keterangan :

Skor yang diperoleh : Jumlah skor jawaban responden

Skor maksimum ideal : Jumlah responden x jumlah pernyataan x nilai tertinggi pada skala (biasanya 5 pada skala likert 1-5)

Setelah itu kemudian didapatkan interpretasi skor berdasarkan interval yang sudah diperhitungkan, sebagai berikut:

Tabel 3.5 Kriteria Interpretasi Skor

No	Jumlah Skor (%)	Kriteria
1	20,00 – 36,00	Sangat Rendah
2	36,01 – 52,00	Rendah
3	52,01 – 68,00	Sedang
4	68,01 – 84,00	Tinggi
5	84,01 – 100	Sangat Tinggi

Sumber : Narimawati (2010)

3.9.2. Analisis *Structural Equation Modeling* (SEM)

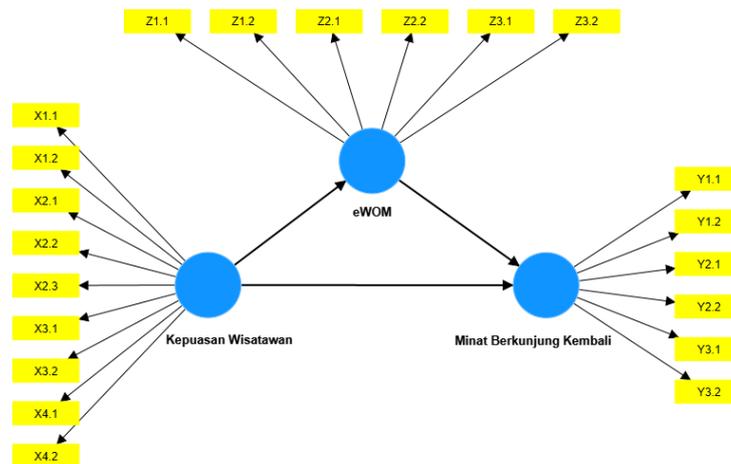
Structural Equation Modeling (SEM) merupakan teknik analisis statistik untuk melihat hubungan antar variabel dalam satu model. Menurut Ghozali & Kusumadewi, (2023), *Structural Equation Modeling* (SEM) ialah metode analisis statistik yang digunakan untuk menguji hubungan antar variabel secara menyeluruh. SEM memungkinkan pengujian terhadap beberapa hubungan sekaligus, baik hubungan langsung maupun tidak langsung, antara variabel yang tampak (terukur) dan variabel laten (tidak terukur secara langsung). Metode ini cocok digunakan dalam model yang kompleks karena dapat menggabungkan analisis faktor dan regresi dalam satu model statistik. Pendekatan *Partial Least Square Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) digunakan untuk menganalisis hubungan antar variabel dalam model yang dikembangkan. Pendekatan ini dipilih karena lebih fleksibel terhadap distribusi data, dapat digunakan pada ukuran sampel yang tidak terlalu besar serta mampu menguji hubungan kompleks secara bersamaan.

3.9.2.1 Tahapan Analisis PLS-SEM

Dalam analisis *Partial Least Square Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) terdapat beberapa tahapan yang perlu dilakukan untuk memastikan hasil analisis dapat menggambarkan hubungan antar variabel yang baik. Setiap tahapan berfungsi menilai kualitas data dan kejelasan hubungan antar variabel dalam model penelitian. Tahapan dalam analisis PLS-SEM meliputi 2 bagian utama yaitu :

1. Analisis model pengukuran (*outer model*), yang digunakan untuk menilai seberapa baik indikator-indikator dapat merepresentasikan variabel yang diukur.
2. Analisis model struktural (*inner model*), yang digunakan untuk melihat kekuatan dan arah hubungan antar variabel dalam keseluruhan model.

Pendekatan PLS-SEM digunakan untuk menguji hubungan antar variabel. Model yang dibangun terdiri dari tiga variabel utama, yaitu kepuasan wisatawan, *electronic word of mouth* (eWOM) dan minat berkunjung kembali.



Gambar 3. 2 Model Penelitian

Sumber : Diolah Peneliti (2025)

Hubungan antar variabel tersebut, baik yang bersifat langsung maupun tidak langsung, tercermin pada gambar 3.2 untuk model penelitiannya.

3.9.2.2. Analisis Model Pengukuran (Outer Model)

Tujuan dari analisis model pengukuran (*outer model*) ialah untuk mengetahui sejauh mana setiap pernyataan dalam kuesioner benar-benar dapat mewakili variabel yang diteliti. Tiga aspek penting dalam analisis model pengukuran meliputi uji validitas konvergen, validitas diskriminan, serta reliabilitas konstruk. Langkah-langkah analisis ini mengacu pada Ghozali & Kusumadewi, (2023), antara lain :

a. Validitas Konvergen

Validitas konvergen bisa dilihat dari nilai *outer loading*, yakni nilai kekuatan hubungan antara masing – masing pernyataan dengan variabel yang ingin diukur. Sebuah indikator dianggap memiliki validitas konvergen apabila nilai *outer loading* nya $>0,70$ (meskipun nilai $\geq 0,60$ masih dapat diterima). Selain itu, validitas konvergen juga bisa dilihat nilai *Average Variance Extracted (AVE)*. Nilai *Average Variance Extracted (AVE)* digunakan untuk melihat seberapa besar rata rata informasi dari suatu variabel yang berhasil dijelaskan oleh indikator-indikator yang menyusunnya. Sebuah variabel dikatakan memiliki validitas konvergen yang baik apabila nilai $AVE > 0,50$.

b. Validitas Diskriminan

Syifa Humaira Khairunnisa, 2025

PENGARUH KEPUASAN WISATAWAN GENERASI Z TERHADAP MINAT BERKUNJUNG KEMBALI MELALUI ELECTRONIC WORD OF MOUTH DI WANAWISATA NAGARA PUNTANG, KABUPATEN BANDUNG

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

Tujuan dari validitas diskriminan ialah memastikan jika setiap pernyataan dalam kuesioner mempunyai hubungan yang lebih kuat dengan variabel yang diwakilinya dibandingkan dengan variabel lain. Dengan kata lain, indikator harus benar-benar mencerminkan variabel yang dimaksud serta tidak mempunyai hubungan yang lebih tinggi dengan variabel lain dalam model. Salah satu metode untuk menilai validitas diskriminan ialah dengan melihat nilai *cross loading*. Pernyataan dianggap valid secara diskriminan jika mempunyai nilai *loading* tertinggi pada variabel yang seharusnya diukur, yang berarti jika setiap pernyataan harus mempunyai keterkaitan lebih kuat dengan variabel asalnya dibandingkan dengan variabel lain dalam model.

c. Reliabilitas Konstruk

Reliabilitas konstruk digunakan untuk menilai konsistensi jawaban dari beberapa pernyataan dalam satu variabel. Ukuran yang digunakan dalam pengukuran ini ialah *Composite Reliability* (CR), yang memperlihatkan sejauh mana seluruh pernyataan dalam satu variabel menghasilkan data yang stabil serta saling mendukung. Jika nilai *Composite Reliability* melebihi 0,70, maka variabel tersebut dinyatakan reliabel, yang berarti seluruh pernyataan mampu memberi hasil yang sejalan serta konsisten. Selain CR, reliabilitas konstruk juga dinilai melalui nilai *Cronbach's Alpha* yang bertujuan sama, yakni mengukur konsistensi antar pernyataan dalam satu variabel, namun dengan standar pengujian yang lebih ketat. Konstruk dianggap reliabel jika nilai *Cronbach's Alpha* melebihi 0,70, yang memperlihatkan jika seluruh pernyataan dapat mengukur variabel yang sama secara konsisten serta layak digunakan dalam penelitian.

3.9.2.3. Analisis Model Struktural (Inner Model)

Model struktural dilakukan untuk mengetahui seberapa besar hubungan dan pengaruh antar variabel dalam model penelitian. Dalam pendekatan PLS-SEM, analisis ini dilakukan setelah model pengukuran (*outer model*) telah dinyatakan valid dan reliabel. Analisis model struktural ini bisa dilihat dari beberapa tes, di antaranya uji hipotesis (*path coefficient*) dan melihat *R-Square* (R^2). Langkah – langkahnya mengikuti Ghazali & Kusumadewi (2023), mencakup :

a. Uji Hipotesis

Untuk mengetahui adanya pengaruh langsung maupun tidak langsung antara satu variabel dengan variabel lainnya dalam sebuah model, dilakukan uji hipotesis. Dalam metode PLS-SEM, pengujian ini menggunakan nilai koefisien jalur (*path coefficients*) serta nilai *t-statistic* yang diperoleh melalui teknik bootstrapping. Teknik ini merupakan simulasi yang mengulang proses pengambilan sampel secara acak dari dataset yang sama hingga ratusan maupun ribuan kali, dengan tujuan memperoleh estimasi hubungan antar variabel yang stabil serta dapat dipercaya. Hipotesis akan diterima apabila nilai *t-statistic* lebih besar dari 1,96 pada tingkat signifikansi 5% ($p < 0,05$), yang berarti variabel independen berpengaruh signifikan pada variabel dependen sesuai arah hubungan. Dalam konteks PLS-SEM, pengujian hipotesis ini meliputi baik pengaruh langsung (*direct effect*) maupun pengaruh tidak langsung (*indirect effect*).

1) Pengaruh langsung (*direct effect*)

Hubungan antara variabel independen serta variabel dependen yang tidak melibatkan variabel mediasi disebut sebagai pengaruh langsung. Untuk menentukan signifikansi dari pengaruh ini, digunakan nilai *path coefficients* serta *t-statistic*. Apabila nilai *t-statistic* melebihi 1,96 pada tingkat signifikansi 5% ($p < 0,05$), maka dapat disimpulkan jika pengaruh langsung tersebut signifikan.

2) Pengaruh tidak langsung (*indirect effect*)

Pengaruh tidak langsung merupakan hubungan antara variabel independen dan variabel dependen melalui variabel mediasi. Signifikansi pengaruh diuji melalui nilai *path coefficients* dan *t-statistic*. Jika *t-statistic* untuk efek tidak langsung $>1,96$ ($p < 0,05$), maka mediator dinyatakan memediasi hubungan tersebut secara signifikan.

b. R-Square (R^2)

Ukuran yang memperlihatkan sejauh mana variabel independen dapat menjelaskan variabel dependen dalam model struktural dikenal sebagai R-Square (R^2). Nilai R^2 berkisar antara 0 hingga 1, di mana semakin mendekati angka 1, maka semakin tinggi pula kemampuan prediktif dari model tersebut. Berdasarkan pendapat Hair dkk. (2022), nilai R^2 dikategorikan sebagai berikut:

0,25 = lemah

0,05 = sedang

0,75 = kuat