

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

3.1.1 Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, pemilihan desain yang tepat bergantung pada tujuan penelitian, pertanyaan penelitian, dan variabel yang akan diteliti (Fraenkel, Wallen, & Hyun, 2019). Desain penelitian kuantitatif merupakan kerangka kerja yang digunakan untuk mengumpulkan, menganalisis, dan menginterpretasikan data numerik dalam upaya menjawab pertanyaan penelitian dan menguji hipotesis (Creswell & Creswell, 2018). Desain ini menekankan pada pengukuran objektif dan analisis statistik untuk menjelaskan fenomena yang diteliti.

Desain penelitian kuantitatif pada penelitian ini berjenis deskriptif yang menggambarkan karakteristik dari suatu fenomena atau populasi. Disamping itu pengumpulan data yang digunakan adalah survei. Penelitian kuantitatif deskriptif dengan survei dapat digunakan untuk mengeksplorasi opini, sikap, perilaku, atau karakteristik populasi tertentu. Metode ini memungkinkan peneliti untuk mengumpulkan data dari sampel yang lebih besar dan lebih representative (Creswell & Creswell, 2018)

Tujuan dari penelitian kuantitatif deskriptif dengan survey adalah untuk Mengidentifikasi karakteristik atau kondisi yang ada dalam suatu populasi dan Mengidentifikasi hubungan antara variabel-variabel yang diteliti (Creswell & Creswell, 2018).

3.1.2 Operasionalisasi Variabel

Operasionalisasi variabel penelitian adalah proses menerjemahkan konsep atau konstruk yang abstrak menjadi variabel yang dapat diukur secara empiris melalui indikator atau dimensi yang diamati (Neuman, 2014). Operasionalisasi variabel penelitian mengacu pada proses mendefinisikan dan mengukur konsep atau variabel yang digunakan dalam penelitian secara empiris. Ini melibatkan penentuan indikator atau dimensi variabel dan cara mengukurnya secara konkret. Selain itu, variabel harus didefinisikan secara operasional agar lebih memudahkan pengukuran dan menentukan hubungan antar variabel (Kurniawan & Puspitaningtyas, 2016).

Berikut adalah variabel yang dikaji pada penelitian ini: variabel bebas/*independent* adalah Destination image serta dimensi dari TPB yaitu *subjectif norms*, *perceived behavioral control* dan *attitude*, variabel terikat/*dependent* adalah *Behavioral intention* dan variabel mediator adalah *travel constraint*. Penjelasan lebih lengkap terdapat pada tabel dibawah ini.

Tabel 3. 1 Operasional Variabel

Variabel	Dimensi	Konsep	Ukuran	Indikator	Adaptasi dari	Skala Interval
Destination image (Beerli & Martín, 2004a; Gutiérrez & Rodríguez-del-Bosque, 2008)	Cognitive Image	Keyakinan dan pengetahuan tentang atribut destinasi	Persepsi responden terhadap atribut destinasi	DI-CI1 : Tempat yang ingin dituju kaya akan keindahan alam DI-CI2 : Tempat yang ingin dituju memiliki sejarah atau budaya	(Beerli & Martín, 2004b)	Likert 1-5
	Affective Image	Perasaan terhadap destinasi	Perasaan responden terhadap destinasi	DI-AI1 : Tempat yang ingin dituju memiliki suasana tenang dan damai DI-AI2 : Tempat yang ingin dituju memiliki cuaca yang menyenangkan	(Beerli & Martín, 2004b)	Likert 1-5
Theory of planned	Subjective norms	Persepsi individu tentang sosial	Tingkat tekanan untuk sosial terhadap	SN1: Orang-orang yang penting bagi saya seperti saudara, teman dan influencer suka mengunjungi negara ini.	(S. Chen et al., 2023)	Likert 1-5

behavior (Ajzen, 1991)	melakukan atau tidak melakukan perilaku	keputusan berwisata	SN2: Saya ingin mengunjungi negara ini jika saudara, teman dan influencer merekomendasikannya SN3: Saya ingin mengunjungi negara ini karena lokasi ini populer diantara teman dan saudara
Perceived behavioral control	Persepsi individu tentang kemudahan atau kesulitan melakukan perilaku	Tingkat kontrol yang dirasakan terhadap keputusan berwisata	PBC1: Jika memiliki kesempatan waktu saya akan mengunjungi negara ini. PBC2: Jika memiliki penghasilan yang cukup saya akan mengunjungi negara ini.
Attitude	Evaluasi positif atau negatif terhadap perilaku	Sikap responden terhadap kegiatan berwisata	ATT1: Membuat rencana perjalanan mengunjungi negara ini adalah ide bagus. ATT2: Jika saya mengunjungi negara ini, perjalanan itu akan terasa menyenangkan. ATT3: Melakukan perjalanan ke negara ini merupakan kegiatan yang menarik.

Travel Constraint (Crawford et al., 1991)	Intrapersonal	Hambatan psikologis atau kognitif internal	Kendala ini berhubungan dengan faktor internal individu, seperti keyakinan, nilai, preferensi, atau perasaan pribadi	TCIA1: Appearance, Menggunakan pakaian islami menjadi kendala saat mengunjungi negara ini. TCIA2: Activities, Saya kesulitan untuk beraktivitas melakukan ibadah solat dan puasa. TCIA3: Appraisal, Saya kesulitan untuk menemukan ketersediaan produk dengan logo/sertifikat/appraisal halal.	Menggunakan (Crawford et al., 1991; Nirwani et al., 2024)	Likert 1-5
	Interpersonal	Hambatan yang timbul dari interaksi dengan orang lain	Kendala ini berasal dari hubungan sosial, termasuk dengan teman, keluarga, atau	TCIE 1: Available Package: Saya kesulitan berinteraksi dengan pemandu, operator, atau staf yang memahami kebutuhan khusus seorang muslim.	(Crawford et al., 1991; Nirwani et al., 2024; Park et al., 2017a)	Likert 1-5

		kelompok perjalanan	
Structural	Hambatan eksternal yang mempengaruhi preferensi dan partisipasi	Tingkat hambatan struktural yang dirasakan	TCST 1: <i>Accessibility</i>, Saya kesulitan mengakses fasilitas transportasi yang ramah muslim seperti bandara/stasion yang memiliki musholla. (Crawford et al., 1991; Nirwani et al., 2024) TCST 2: <i>Amenities</i>, Saya kesulitan untuk beribadah saat mengunjungi negara ini. TCST 3: <i>Amenities</i>, Tidak mudah bagi saya menemukan fasilitas penunjang bagi muslim peralatan solat dan fasilitas terpisah antara laki-laki dan perempuan. TCST 4: <i>Attractions</i>, Tidak mudah menemukan atraksi dari destinasi tanpa erotika dan hiburan malam

TCST 5: *Accommodation*, Tidak mudah menemukan akomodasi seperti hotel dengan fasilitas ramah muslim.

Behavioral intention (Ajzen, 1991)	-	Niat	atau	Tingkat	niat	BI1: Saya berencana untuk	(S. Chen et al., 2023)
		kecenderungan		responden		mempertimbangkan opsi/jenis liburan	
		individu	untuk	untuk		ini setiap kali saya membuat rencana	
		melakukan perilaku tertentu		mengunjungi destinasi		perjalanan.	
						BI2 : Saya ingin segera mengunjungi negara ini.	

Sumber: diolah peneliti

Tabel diatas merupakan operasional variabel dari penelitian ini yang isinya disesuaikan dengan kerangka penelitian. Terdapat empat variabel dengan sembilan dimensi yang menjadi tolak ukur dalam penulisan penelitian ini.

3.1.3 Teknik Pengumpulan Data

Data merupakan bagian yang krusial dalam setiap penelitian, maka dari itu pengumpulan data yang dilakukan peneliti harus menggunakan teknik yang benar. Teknik pengumpulan data yang dilakukan pada penelitian ini yaitu:

1. Observasi

Teknik pengumpulan data oleh peneliti dilakukan dengan memperhatikan dan meninjau langsung fenomena yang terjadi yakni masifnya perjalanan wisatawan muslim dalam mengunjungi destinasi wisata yang memiliki keterbatasan fasilitas yang mendukung kebutuhan religius sehari-harinya.

2. Studi Literatur

Teknik pengumpulan data oleh peneliti dilakukan dengan mengumpulkan informasi, serta konsep yang memiliki keterkaitan dengan variabel yang terdapat dalam penelitian ini yaitu *destination image*, konstruk dari *theory planned of behavior* yang terdiri dari *subjectif norms*, *attitude*, *perceived behavioral control* dan *travel constraint*.

3. Kuesioner

Pengumpulan data dengan kuesioner menjadi salah satu teknik pengumpulan yang dilakukan oleh peneliti dengan mengajukan pertanyaan atau membuat pertanyaan kepada responden melalui *google form*. Kuesioner yang dibuat peneliti berbentuk pertanyaan yang menggunakan skala likert, karakteristik responden dan pertanyaan filter.

3.1.4 Sumber Data

Dalam suatu penelitian, data yang digunakan dapat berasal dari dua jenis sumber, yaitu data primer dan data sekunder. Kedua jenis data ini memiliki peran penting dalam mendukung validitas dan kelengkapan hasil penelitian.

1. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari sumber pertama melalui interaksi langsung dengan responden atau objek yang diteliti. Teknik pengumpulan data primer dapat dilakukan melalui wawancara, kuesioner, observasi, atau studi lapangan. Data ini bersifat orisinal dan dikumpulkan khusus untuk kepentingan penelitian yang sedang dilakukan.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang telah dikumpulkan oleh pihak lain dan biasanya tersedia dalam bentuk dokumen, laporan, jurnal ilmiah, buku, artikel, atau data statistik

dari lembaga resmi. Data ini digunakan untuk mendukung, memperkuat, dan melengkapi data primer.

3.2 Objek Penelitian

Objek yang dikaji pada penelitian ini adalah analisis terkait Muslim Friendly Tourism yang mengeksplorasi pengaruh dari *Destination image* terhadap *Behavioral intention* turis muslim dengan *Travel constraint* berupa keterbatasan *muslim-friendly tourism* (MFT) *attribute* ditinjau dari *Theory of planned behavior*. Adapun jenis variabel pada penelitian ini ada sebagai berikut: variabel bebas (independent) adalah *Destination image* dan dimensi dari TPB yaitu *subjectif norms*, *perceived behavioral control* dan *attitude*, variabel terikat (dependent) adalah *Behavioral intention* dan variabel mediator adalah *travel constraint*.

Peneliti menjadikan destinasi yang minoritas muslim serta keterbatasan fasilitas ramah muslim sebagai objek dari penelitian ini. Hal ini berkaitan dengan salah satu pencarian jawaban penelitian bagaimana antusiasme turis muslim dalam mengunjungi destinasi yang memiliki tantangan tersendiri terkait dengan keterbatasan fasilitas. Keterbatasan tersebut mempengaruhi kebiasaan harian yang berkaitan dengan komitmen religius seorang muslim.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi adalah keseluruhan kelompok individu, objek, atau peristiwa yang diminati untuk diteliti oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya (Creswell & Creswell, 2018) Pada penelitian ini, populasi yang dimaksud adalah wisatawan Muslim yang pernah atau memiliki niat untuk mengunjungi destinasi wisata non-Muslim yang tidak menyediakan fasilitas ramah Muslim secara memadai (*Non-Muslim destination*). Populasi ini dipilih karena relevan dengan tujuan penelitian, yaitu menganalisis pengaruh *Destination Image* terhadap *Behavioral Intention* dengan mediasi *Attitude*, *Subjective Norms*, *Perceived Behavioral Control*, dan *Travel Constraint*.

Populasi bersifat tidak terbatas (infinite) karena jumlah wisatawan Muslim yang memiliki pengalaman atau niat mengunjungi destinasi non-Muslim tidak dapat dihitung secara pasti, mengingat penyebarannya yang luas secara geografis dan waktu. Oleh karena itu, penentuan sampel dilakukan menggunakan pendekatan ukuran sampel untuk populasi tak terbatas.

3.3.2 Sampel

Sampel bagian dari populasi yang dipilih untuk diteliti (Fraenkel et al., 2019). Sampel dipilih karena keterbatasan sumber daya, waktu, atau akses untuk mempelajari seluruh populasi. Tujuan dari pengambilan sampel adalah untuk menggeneralisasi atau membuat kesimpulan tentang populasi berdasarkan data yang diperoleh dari sampel tersebut.

Dalam proses penentuan sampel, peneliti menggunakan teknik *purposive sampling*. Teknik ini memilih sampel berdasarkan pertimbangan atau kriteria tertentu sesuai dengan tujuan penelitian (Creswell & Creswell, 2018.). Penelitian ini membahas tentang *muslim friendly tourism* maka yang menjadi sampel adalah wisatawan muslim yang pernah dan atau berniat berkunjung ke destinasi wisata non-muslim.

a. Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*, yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (Etikan et al., 2016). Dalam hal ini, kriteria responden adalah:

1. Merupakan wisatawan Muslim berusia ≥ 17 tahun.
2. Pernah dan/atau memiliki niat untuk mengunjungi destinasi wisata non-Muslim.
3. Bersedia mengisi kuesioner penelitian.

Pendekatan ini dipilih karena peneliti memerlukan responden yang benar-benar sesuai dengan karakteristik populasi penelitian, sehingga data yang diperoleh relevan dan mendukung pengujian hipotesis.

b. Ukuran Sampel

Penelitian ini menggunakan pendekatan Structural Equation Modeling (SEM) dengan bantuan perangkat lunak AMOS. Menurut Sarstedt et al. (2020) jumlah sampel minimum yang disarankan untuk SEM adalah 200 responden atau sekitar 5 sampai 10 kali jumlah indikator yang digunakan dalam model. Dalam penelitian ini terdapat 23 indikator, sehingga jumlah sampel yang diperlukan setidaknya 115 hingga 230 responden. Dengan mengacu pada rekomendasi tersebut, penelitian ini menetapkan ukuran sampel sebesar 9 kali jumlah indikator, yaitu $23 \times 9 = 207$ responden. Pada pelaksanaannya, jumlah responden yang berhasil

dikumpulkan adalah sebanyak 218 orang. Jumlah ini telah memenuhi bahkan melampaui standar minimum yang dipersyaratkan, sehingga data yang diperoleh dapat dianalisis lebih lanjut dengan SEM AMOS secara valid dan reliabel.

3.4 Instrumen Penelitian

3.4.1 Kuesioner

Instrumen pada penelitian kuantitatif ini adalah kuesioner yang disebar secara online. Kuesioner tersebut merupakan alat pengumpulan data penelitian untuk kemudian dianalisa secara statistik. Dalam pengukuran jawaban kuesioner yang dibuat, peneliti menggunakan skala interval dengan menggunakan skala likert. Skala ini merupakan instrumen penelitian yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, atau persepsi responden terhadap suatu pernyataan atau objek yang diteliti.

3.4.2 Skala

Instrumen penelitian ini menggunakan skala interval dengan pendekatan skala Likert lima poin, di mana setiap pernyataan diberi skor mulai dari 1 (sangat tidak setuju) hingga 5 (sangat setuju). Skala interval dipilih karena setiap jarak antar kategori dianggap sama, sehingga memungkinkan dilakukan analisis statistik parametrik (Sugiyono, 2019; Hair et al., 2019). Skala Likert terdiri dari beberapa poin atau kategori yang menunjukkan tingkat persetujuan atau ketidaksetujuan responden terhadap pernyataan atau pertanyaan yang diberikan (Likert, 1932). Dalam skala Likert, responden diminta untuk memilih salah satu dari beberapa pilihan jawaban yang tersedia, seperti "sangat tidak setuju", "tidak setuju", "netral", "setuju", dan "sangat setuju". Setiap pilihan jawaban diberikan skor atau bobot tertentu, misalnya "sangat tidak setuju" diberi skor 1, "tidak setuju" diberi skor 2, "netral" diberi skor 3, "setuju" diberi skor 4, dan "sangat setuju" diberi skor 5.

3.5 Uji Validitas dan Reliabilitas

Sebelum melakukan analisis data utama, uji validitas dan reliabilitas perlu dilakukan untuk memastikan bahwa instrumen yang digunakan dalam penelitian ini dapat mengukur variabel dengan akurat dan konsisten. Uji ini dilakukan menggunakan data awal (pre-test) dengan melibatkan sejumlah responden dari populasi yang relevan.

3.5.1 Uji Validitas Instrumen Penelitian

Menurut Fatihudin (2020), uji validitas adalah prosedur yang digunakan untuk menilai sejauh mana data pada objek penelitian benar-benar sahih. Data dikatakan valid apabila tidak

terdapat perbedaan antara data yang dianalisis peneliti dengan kondisi yang sebenarnya di lapangan. Pada penelitian ini, pengujian validitas instrumen dilakukan menggunakan aplikasi SPSS versi 26. Suatu item kuesioner dinyatakan valid apabila memenuhi kriteria $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$ (Ghozali, 2018). Proses uji validitas dilakukan dengan melibatkan 30 responden. Berdasarkan jumlah responden tersebut, nilai $r \text{ tabel}$ yang digunakan adalah 0,361. Hasil pengujian validitas instrumen dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 3. 2 Uji Validitas

No	Pernyataan	r hitung	r tabel	Sign.	Ket.
Pelatihan (X)					
1	DI-CI1 : Tempat yang ingin dituju kaya akan keindahan alam	0.939	0.361	0.000	Valid
2	DI-CI2 : Tempat yang ingin dituju memiliki sejarah atau budaya	0.921	0.361	0.000	Valid
3	DI-AI1 : Tempat yang ingin dituju memiliki suasana tenang dan damai	0,921	0.361	0.000	Valid
4	DI-AI2 : Tempat yang ingin dituju memiliki cuaca yang menyenangkan	0.898	0.361	0.000	Valid
5	SN1: Orang-orang yang penting bagi saya seperti saudara, teman dan influencer suka mengunjungi negara ini.	0.934	0.361	0.000	Valid
6	SN2: Saya ingin mengunjungi negara ini jika saudara, teman dan influencer merekomendasikannya	0.859	0.361	0.000	Valid
7	SN3: Saya ingin mengunjungi negara ini karena lokasi ini populer diantara teman dan saudara	0.877	0.361	0.000	Valid
8	PBC1: Jika memiliki kesempatan waktu saya akan mengunjungi negara ini.	0.906	0.361	0.000	Valid
9	PBC2: Jika memiliki penghasilan yang cukup saya akan mengunjungi negara ini.	0.843	0.361	0.000	Valid
10	ATT1: Membuat rencana perjalanan mengunjungi negara ini adalah ide bagus.	0.949	0.361	0.000	Valid

No	Pernyataan	r hitung	r tabel	Sign.	Ket.
11	ATT2: Jika saya mengunjungi negara ini, perjalanan itu akan terasa menyenangkan.	0.895	0.361	0.000	Valid
12	ATT3: Melakukan perjalanan ke negara ini merupakan kegiatan yang menarik.	0.913	0.361	0.000	Valid
13	TCIA1: Appearance, Menggunakan pakaian islami menjadi kendala saat mengunjungi negara ini.	0.890	0.361	0.000	Valid
14	TCIA2: Activities, Saya kesulitan untuk beraktivitas melakukan ibadah solat dan puasa.	0.885	0.361	0.000	Valid
15	TCIA3: Appraisal, Saya kesulitan untuk menemukan ketersediaan produk dengan logo/sertifikat/appraisal halal.	0.829	0.361	0.000	Valid
16	TCIE 1: Available Package: Saya kesulitan berinteraksi dengan pemandu, operator, atau staf yang memahami kebutuhan khusus seorang muslim.	0.914	0.361	0.000	Valid
17	TCST 1: Accessibility, Saya kesulitan mengakses fasilitas transportasi yang ramah muslim seperti bandara/stasion yang memiliki musholla.	0.884	0.361	0.000	Valid
18	TCST 2: Amenities, Saya kesulitan untuk beribadah saat mengunjungi negara ini.	0.860	0.361	0.000	Valid
19	TCST 3: Amenities, Tidak mudah bagi saya menemukan fasilitas penunjang bagi muslim peralatan solat dan fasilitas terpisah antara laki-laki dan perempuan.	0.872	0.361	0.000	Valid
20	TCST 4: Attractions, Tidak mudah menemukan atraksi dari destinasi tanpa erotika dan hiburan malam	0.970	0.361	0.000	Valid

No	Pernyataan	r hitung	r tabel	Sign.	Ket.
21	TCST 5: Accommodation, Tidak mudah menemukan akomodasi seperti hotel dengan fasilitas ramah muslim.	0.871	0.361	0.000	Valid
22	BI1: Saya berencana untuk mempertimbangkan opsi/jenis liburan ini setiap kali saya membuat rencana perjalanan.	0.973	0.361	0.000	Valid
23	BI2 : Saya ingin segera mengunjungi negara ini.	0.977	0.361	0.000	Valid

3.5.2 Uji Reliabilitas

Menurut Ghazali (2021), uji reliabilitas adalah prosedur yang digunakan untuk mengetahui sejauh mana instrumen penelitian yang berfungsi sebagai indikator suatu variabel dapat diandalkan. Uji ini bertujuan untuk menilai konsistensi, ketepatan, serta keajegan instrumen penelitian dalam menghasilkan data. Salah satu metode yang umum digunakan adalah dengan menghitung koefisien Cronbach's Alpha menggunakan rumus:

$$Ca = \left(\frac{n}{n-1}\right)\left(1 - \frac{\sum Vi}{Vt}\right)$$

Keterangan:

n : jumlah butir item pernyataan

Vi : variasi item

Vt : variasi item total

Dalam penelitian ini, reliabilitas instrumen diuji menggunakan SPSS versi 26. Kriteria yang digunakan untuk menentukan reliabilitas adalah apabila nilai Cronbach's Alpha > 0,50 (Nunnally & Bernstein, 1994; Sekaran, 2010; Hair et al., 2010) pada tahap eksplorasi. Uji reliabilitas dilakukan terhadap tiga variabel penelitian dengan jumlah total 23 butir pernyataan kuesioner. Hasil pengujian reliabilitas instrumen disajikan pada tabel dibawah ini:

Tabel 3. 3 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian

Variabel	Jumlah Item	Cronbach's Alpha	r tabel	Ket.
Destination Image	4	0.939	0.50	Reliabel
Subjective Norms	3	0.869	0.50	Reliabel
Attitude	3	0.906	0.50	Reliabel
Perceived Behavioural Control	2	0.685	0.50	Reliabel
Travel Constraint	9	0.964	0.50	Reliabel
Behavioural Intention	2	0.947	0.50	Reliabel

Sumber: Hasil Pengolahan Data oleh SPSS 26, 2023

3.6 Teknik Analisis Data dengan SEM

Pada penelitian ini, data yang diperoleh akan dianalisis menggunakan Structural Equation Modeling (SEM) dengan bantuan perangkat lunak AMOS. SEM dipilih karena dapat menganalisis hubungan yang kompleks antara variabel laten dan indikatornya, serta variabel laten dengan variabel laten lainnya. Tahapan dalam teknik analisis data menggunakan SEM adalah sebagai berikut:

3.6.1 Evaluasi Model Pengukuran (Measurement Model)

Langkah pertama adalah melakukan Confirmatory Factor Analysis (CFA) untuk mengevaluasi model pengukuran. Pada tahap ini, dilakukan penilaian terhadap validitas dan reliabilitas instrumen. Model pengukuran dianggap fit jika memenuhi Goodness of Fit Index yang mencakup beberapa indikator, seperti $\text{Chi-square/df} \leq 3$, $\text{GFI} \geq 0,90$, $\text{AGFI} \geq 0,90$, $\text{CFI} \geq 0,95$, $\text{TLI} \geq 0,95$, dan $\text{RMSEA} \leq 0,08$

3.6.2 Evaluasi Model Struktural (Structural Model)

Setelah model pengukuran dinyatakan fit, analisis dilanjutkan ke model struktural untuk mengevaluasi hipotesis penelitian yang telah dirumuskan. Pada tahap ini, dilakukan uji signifikansi untuk mengetahui pengaruh antar variabel laten dengan memperhatikan nilai $p\text{-value} \leq 0,05$ dan nilai $t\text{-statistic} \geq 1,96$

3.6.3 Uji Mediasi

Untuk menguji efek mediasi dari variabel mediator, dilakukan analisis jalur (path analysis) dengan bootstrapping guna mengetahui signifikansi efek mediasi. Jika interval kepercayaan dari indirect effect tidak mencakup angka nol, maka efek mediasi dianggap signifikan.

Ayulia Nirwani, 2025

PENGARUH DESTINATION IMAGE TERHADAP BEHAVIORAL INTENTION DENGAN MEDIASI ATTITUDE, SUBJECTIVE NORMS, PERCEIVED BEHAVIORAL CONTROL DAN TRAVEL CONSTRAINT DI NON-MUSLIM DESTINATION

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

3.7 Model Konseptual Penelitian

Berdasarkan hipotesis yang telah dirumuskan sebelumnya, model konseptual penelitian ini dirancang untuk menguji pengaruh variabel *Destination image* (Independen) terhadap *Behavioral intention* (dependen) dengan *Travel constraint* (Mediator) sebagai variabel mediasi. Penelitian ini menggunakan pendekatan *Theory of planned behavior* (TPB) untuk memahami faktor-faktor yang memengaruhi niat perilaku.

1. *Destination image* (X): variabel laten diukur melalui beberapa indikator seperti afektif dan cognitive
2. *Behavioral intention* (Y): variabel laten yang diukur dari *travel constraint* dengan pendekatan *Theory of planned behavior* bagi wisatawan muslim yang mengunjungi destinasi non-muslim.
3. *Travel constraint* (Z): variabel yang memediasi pengaruh dari *travel constraint* berupa keterbatasan fasilitas ramah muslim di destinasi wisata pada *behavioral intention* wisatawan.
4. *Theory of planned behavior*: variabel laten pendekatan yang mengukur *behavioral intention* dari wisatawan muslim terkait *destination image* dengan *travel constraint*.
5. *Non-Muslim destination* merupakan lokus yang menjadi tujuan dari wisatawan yang

3.8 Pengembangan Model Teoritis

1. *Destination image* mempengaruhi *subjectif norms* wisatawan muslim dalam mengunjungi sebuah *Non-Muslim destination*.
2. *Destination image* mempengaruhi *attitude* wisatawan muslim dalam mengunjungi *Non-Muslim destination*.
3. *Destination image* mempengaruhi *perceived beahvioral control* wisatawan muslim dalam mengunjungi *Non-Muslim destination*.
4. *Attitude* wisatawan Muslim mempengaruhi *behavioral intention* dalam melakukan perjalanan ke *Non-Muslim destination*.
5. *Subjectif norms* wisatawan Muslim mempengaruhi *behavioral intention* dalam melakukan perjalanan ke *Non-Muslim destination*.
6. *Perceived behavioral control* wisatawan Muslim mempengaruhi *behavioral intention* dalam melakukan perjalanan ke n *Non-Muslim destination*
7. *Destination image* dari *Non-Muslim destination* mempengaruhi *behavioral intention* wisatawan muslim dalam mengunjungi *Non-Muslim destination*.

8. *Travel constraint* berupa keterbatasan fasilitas *muslim-friendly tourism attribute* dalam memediasi hubungan antara *destination image* dan *behavioral intention*?
9. Bagaimana pengaruh *travel constraint* berupa keterbatasan fasilitas *muslim friendly tourism attribute* dalam memediasi hubungan antara *subjectif norms* dan *behavioral intention*?
10. *Travel constraint* berupa keterbatasan fasilitas *muslim friendly tourism attribute* dalam memediasi hubungan antara *attitude* dan *behavioral intention*?
11. *Travel constraint* berupa keterbatasan fasilitas *muslim friendly tourism attribute* dalam memediasi hubungan antara *perceived behavioral control* dan *behavioral intention*?