

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Menurut Creswell (2018), desain penelitian merupakan rencana strategi yang dirancang dalam menjawab permasalahan penelitian, mencakup kerangka filosofis, strategi investigasi, dan metode khusus. Sementara itu, Sugiyono (2020) menjelaskan bahwa desain penelitian merupakan sebuah kerangka atau rencana yang disusun untuk melakukan penelitian, sehingga data yang didapat bisa digunakan untuk menjawab pertanyaan penelitian atau menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Berdasarkan pendapat tersebut, dapat disimpulkan desain penelitian merupakan fondasi utama dalam pelaksanaan penelitian. Desain ini berfungsi sebagai rencana sistematis yang disusun peneliti sebagai panduan untuk menjawab pertanyaan atau memecahkan masalah penelitian. Desain penelitian harus disusun secara logis, terstruktur, dan relevan dengan fokus penelitian, serta mampu menghubungkan teori dengan praktik di lapangan. Pemilihan desain yang tepat akan memengaruhi validitas, efektivitas, dan nilai kontribusi ilmiah dari hasil penelitian.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif dan verifikatif. Menurut Sugiyono (2020), pendekatan kuantitatif merupakan metode yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu menggunakan instrumen sebagai teknik pengumpulan data serta analisis data bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Metode deskriptif, sebagaimana dijelaskan oleh Sugiyono (2020), bertujuan untuk menggambarkan secara sistematis, faktual, dan akurat mengenai fakta, karakteristik, serta hubungan antar fenomena yang diteliti. Di sisi lain, metode verifikatif menurut Sugiyono (2020) digunakan untuk membuktikan kebenaran teori, hipotesis, atau temuan dari penelitian sebelumnya melalui proses pengumpulan dan analisis data.

Metode penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif dan verifikatif dianggap tepat digunakan dalam penelitian ini karena sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai. Pendekatan deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran yang sistematis, faktual, dan akurat mengenai fenomena yang diteliti, yaitu persepsi wisatawan terhadap *user generated content*, citra destinasi, serta minat berkunjung ke Sanghyang Kenit. Sehingga, peneliti dapat mengetahui kondisi aktual di lapangan melalui pengumpulan data dari responden yang relevan. Sementara itu, pendekatan verifikatif digunakan untuk menguji kebenaran hipotesis yang telah dirumuskan berdasarkan teori maupun hasil penelitian terdahulu, khususnya mengenai hubungan antara *user generated content*, citra destinasi, dan minat berkunjung. Pada analisis statistik, pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk mengukur seberapa besar pengaruh langsung maupun tidak langsung antar variabel sehingga dapat memberikan kesimpulan yang valid dan objektif.

3.2 Lokasi Penelitian

Menurut Sugiyono (2020), lokasi penelitian adalah wilayah di mana penelitian dilakukan, yang dipilih berdasarkan kesesuaian dengan permasalahan dan tujuan penelitian. Penelitian ini berlokasi di destinasi wisata alam Sanghyang Kenit tepatnya di Cisameng Cipanas, Rajamandala Kulon, Kec. Cipatat, Kabupaten Bandung Barat, Jawa Barat 40554, serta media sosial TikTok sebagai platform penyebaran *user generated content* Sanghyang Kenit. Pemilihan lokasi ini didasarkan pada pertimbangan bahwa Sanghyang Kenit sering menjadi objek penyebaran *user generated content* di TikTok. Konten yang dibagikan secara sukarela ini menjadikan Sanghyang Kenit relevan untuk diteliti terkait pengaruh *user generated content* melalui citra destinasi terhadap minat berkunjung wisatawan.

3.3 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

3.3.1 Populasi

Populasi merupakan seluruh objek atau subjek yang relevan dan memenuhi kriteria tertentu untuk dijadikan objek penelitian, dengan tujuan agar hasil penelitian dapat disimpulkan secara umum kepada kelompok tersebut (Sugiyono, 2020). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengguna aktif TikTok yang

Anjali Nurizki Putri, 2025

PENGARUH USER GENERATED CONTENT (UGC) PADA PLATFORM TIKTOK MELALUI CITRA
DESTINASI TERHADAP MINAT BERKUNJUNG KE SANGHYANG KENIT BANDUNG BARAT

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

pernah melihat atau berinteraksi dengan konten tentang destinasi wisata Sanghyang Kenit di TikTok. Penentuan populasi dalam penelitian ini didasarkan pada alasan bahwa penelitian ini meneliti pengaruh *user generated content* pada platform TikTok melalui citra destinasi terhadap minat berkunjung ke Sanghyang Kenit, sehingga populasi yang dipilih harus relevan dengan variabel tersebut. Berdasarkan platform yang digunakan yaitu TikTok, maka populasi yang paling sesuai adalah pengguna aktif TikTok. Selanjutnya, pada objek penelitian yaitu Sanghyang Kenit, maka populasi pada penelitian ini dibatasi pada individu yang memiliki keterpaparan informasi mengenai destinasi tersebut di TikTok yang relevan untuk dijadikan sumber data.

3.3.2 Sampel

Sampel merupakan sebagian dari populasi yang diambil melalui metode tertentu dan dianggap mewakili karakteristik dari populasi secara keseluruhan. Penggunaan sampel diperlukan karena populasi yang diteliti terlalu besar untuk dianalisis secara keseluruhan (Sugiyono, 2020). Cara menentukan jumlah responden yang diperlukan, penelitian ini menggunakan rujukan yang disampaikan oleh Hair et al. (2019), yang menyarankan bahwa jumlah responden ideal dapat ditentukan berdasarkan jumlah indikator yang digunakan dalam instrumen penelitian. Prinsip perhitungannya berlandaskan pada penggandaan total item pernyataan dengan angka antara 5 hingga 10, yang mencerminkan batas minimum dan maksimum jumlah sampel yang direkomendasikan. Pada penelitian ini, instrumen terdiri dari 18 butir pernyataan, maka estimasi jumlah responden yang dibutuhkan berada dalam kisaran sebagai berikut:

Jumlah Minimum : $18 \times 5 = 90$ responden

Jumlah Maksimum : $18 \times 10 = 180$ responden

Maka dari itu, jumlah sampel minimal yang akan digunakan pada penelitian ini sebanyak 90 responden. Guna mempertimbangkan efisiensi waktu, biaya dan tenaga maka sampel yang digunakan adalah 100, karena masih berada dalam skala yang terjangkau untuk pengumpulan data, namun sudah cukup memadai untuk menghasilkan kesimpulan yang kuat dan telah memenuhi minimal jumlah sampel.

3.3.3 Teknik Sampling

Menurut Sugiyono (2020), teknik sampling merujuk pada cara yang digunakan dalam memilih sampel dari suatu populasi yang akan diteliti. Pemilihan sampel ini bertujuan untuk meningkatkan efisiensi penelitian tanpa perlu menganalisis seluruh populasi, sambil tetap menjaga representativitas data yang diperoleh. Pada penelitian ini, teknik sampling yang diterapkan adalah *non-probability sampling* dengan pendekatan *convenience sampling*.

Non-probability sampling ditandai dengan tidak adanya kesempatan yang sama bagi setiap anggota populasi untuk terpilih, sehingga peneliti hanya memilih responden berdasarkan pertimbangan tertentu. *convenience sampling* merupakan pemilihan sampel berdasarkan responden yang paling mudah dijangkau oleh peneliti (Sugiyono, 2020). Oleh karena itu, untuk memastikan kesesuaian dengan tujuan penelitian, sampel ditetapkan dengan kriteria sebagai berikut:

1. Berusia 18 tahun keatas
2. Pengguna aktif TikTok
3. Pernah berinteraksi dengan konten tentang destinasi wisata Sanghyang Kenit di TikTok

Pada penelitian ini, teknik *non-probability sampling* dipilih karena peneliti mengambil sampel yang sesuai dari kriteria yang dibutuhkan dan tidak semua individu memiliki kesempatan yang sama untuk menjadi responden yaitu pengguna aktif TikTok yang pernah melihat atau berinteraksi dengan konten tentang Sanghyang Kenit di TikTok. Selajutnya, teknik *convenience sampling* dipilih berdasarkan kemudahan dijangkau dan kesediaan responden untuk mengisi kuesioner karena penyebaran dilakukan secara online dan langsung.

3.4 Instrumen Penelitian

Menurut Sugiyono (2020), menjelaskan bahwa instrumen penelitian merupakan alat yang dimanfaatkan untuk mengumpulkan data yang relevan, dengan tujuan untuk mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati sesuai dengan tujuan penelitian. Fenomena yang diukur tersebut dikenal sebagai variabel. Instrumen penelitian yang digunakan dalam penelitian ini berupa kuesioner atau angket yang mencakup pertanyaan mengenai identitas responden, meliputi jenis

Anjali Nurizki Putri, 2025

PENGARUH USER GENERATED CONTENT (UGC) PADA PLATFORM TIKTOK MELALUI CITRA
DESTINASI TERHADAP MINAT BERKUNJUNG KE SANGHYANG KENIT BANDUNG BARAT

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

kelamin, usia, asal daerah, tingkat pendidikan terakhir, pekerjaan, dan pendapatan bulanan. Selain itu, kuesioner juga memuat pernyataan yang berkaitan dengan persepsi responden terhadap user generated content, citra destinasi, serta minat untuk berkunjung ke Sanghyang Kenit.

Kuisisioner yang diterapkan bersifat tertutup, di mana setiap pertanyaan atau pernyataan telah disertai dengan opsi jawaban yang dapat dipilih oleh responden. Responden cukup menentukan pilihan yang paling sesuai dengan pandangan atau pengalaman mereka. Untuk mempermudah pengisian, jawaban disajikan dalam bentuk pernyataan yang diukur menggunakan skala Likert. Menurut Sugiyono (2020), skala Likert digunakan untuk menilai sikap, pendapat, dan persepsi individu terhadap suatu fenomena sosial. Penelitian ini menggunakan skala Likert yang terdiri dari lima tingkat penilaian untuk menilai tingkat persetujuan responden terhadap setiap pernyataan yang diajukan. Setiap opsi jawaban diberikan nilai atau bobot tertentu, berkisar dari angka 1 hingga 5. Nilai tersebut mencerminkan tingkat persetujuan responden, yang penjelasannya tersaji pada tabel berikut:

Tabel 3.1 Skala Linkert

No	Keterangan	Bobot
1	Sangat Tidak Setuju (STS)	1
2	Tidak Setuju (TS)	2
3	Netral (N)	3
4	Setuju (S)	4
5	Sangat Setuju (SS)	5

Sumber : Sugiyono (2020)

3.5 Operasional Variabel

Sugiyono (2020) menjelaskan bahwa variabel merupakan komponen penting dalam penelitian yang dapat diukur dan dianalisis untuk mengetahui hubungan antar fenomena yang diteliti. Agar hubungan antar variabel lebih mudah dipahami, setiap variabel perlu dirumuskan secara operasional. Pada penelitian ini, variabel dikelompokkan menjadi tiga, yaitu variabel independen, variabel dependen, dan variabel mediasi. Variabel independen merupakan variabel yang memberikan pengaruh atau menjadi faktor penyebab terjadinya perubahan pada variabel lain. Variabel mediasi berfungsi sebagai penghubung yang secara teoritis menjembatani hubungan antara variabel independen dan variabel dependen.

Anjali Nurizki Putri, 2025

PENGARUH USER GENERATED CONTENT (UGC) PADA PLATFORM TIKTOK MELALUI CITRA DESTINASI TERHADAP MINAT BERKUNJUNG KE SANGHYANG KENIT BANDUNG BARAT

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

Sementara itu, variabel dependen adalah variabel yang menerima pengaruh dari variabel independen (Sugiyono, 2020). Oleh karena itu, penelitian ini menggunakan tiga variabel utama, yaitu:

1. *User Generated Content* (UGC) sebagai variabel independen (X).
2. Citra Destinasi sebagai variabel mediasi (Z).
3. Minat Berkunjung sebagai variabel dependen (Y).

Operasionalisasi variabel merupakan langkah untuk merumuskan variabel penelitian secara jelas, spesifik, dan terukur, sehingga dapat diamati dan dianalisis secara sistematis (Sugiyono, 2020). Rincian operasionalisasi dari variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini disajikan pada Tabel 3.2 berikut:

Tabel 3.2 Operasionalisasi Variabel

No	Variabel	Dimensi	Indikator	Skala	No Item
1	User Generated Content (UGC) (X) (I Gede Hikaru Maha & I Gusti Agung Oka Mahagangga, 2023)	Realitas dari konten	Konten yang saya lihat tentang destinasi sesuai dengan kondisi saat ini	Ordinal	1
		Relevansi preferensi wisata	Konten yang dibagikan oleh pengguna lain sesuai dengan jenis wisata yang saya minati		2
		Kualitas dari konten	Konten yang saya lihat memiliki kualitas visual dan informasi yang baik dan mudah dipahami.		3
		Pengalaman dari user lain	Mempertimbangkan pengalaman pribadi wisatawan lain yang dibagikan melalui konten sebelum memilih destinasi.		4
		Akurasi Informasi	Informasi yang disampaikan dalam konten pengguna lain terbukti akurat dan terpercaya.		5
2	Citra Destinasi (Z) (Baloglu & Mccleary, 1999)	<i>Cognitive Image</i> (Citra Kognitif)	Fasilitas tampak lengkap dan memadai	Ordinal	6
			Destinasi memiliki aktivitas beragam dan menarik		7
			Destinasi memiliki daya tarik yang unik dan menarik		8

Anjali Nurizki Putri, 2025

PENGARUH USER GENERATED CONTENT (UGC) PADA PLATFORM TIKTOK MELALUI CITRA DESTINASI TERHADAP MINAT BERKUNJUNG KE SANGHYANG KENIT BANDUNG BARAT

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

No	Variabel	Dimensi	Indikator	Skala	No Item
			Pemandangan dan atmosfer cocok untuk berfoto dan bersantai		9
			Biaya yang dikeluarkan sepadan dengan yang didapatkan		10
			Lingkungan tampak bersih		11
		<i>Affective Image</i> (Citra Afektif)	Dapat memberikan perasaan antusias		12
			Dapat memberikan perasaan rileks dan ketenangan		13
			Dapat memberikan perasaan senang		14
3	Minat Berkunjung (Y) (Ferdinand, 2002)	Transaksional	Niat untuk merencanakan kunjungan secara konkret	Ordinal	15
		Referensial	Merekomendasikan orang lain untuk berkunjung		16
		Preferensial	Memiliki preferensi yang kuat terhadap destinasi dibandingkan destinasi lainnya		17
		Eksploratif	Ketertarikan untuk mencari informasi lebih lanjut tentang destinasi		18

Sumber : Diolah peneliti (2025)

3.6 Jenis dan Sumber Data

Penelitian dapat dikatakan valid apabila data yang dikumpulkan bersifat lengkap dan berkualitas. Menurut Sugiyono (2020), Sumber data merupakan subjek atau pihak yang memberikan informasi yang dibutuhkan peneliti guna mencapai tujuan penelitian. Jenis data yang digunakan pada penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder.

3.6.1 Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari sumber utama melalui proses pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti, seperti melalui kuesioner, wawancara, atau observasi lapangan (Sugiyono, 2020). Pada penelitian ini, data primer dikumpulkan dengan cara menyebarkan kuesioner secara langsung dan online kepada responden yang sesuai dengan kriteria penelitian. Kuisisioner

Anjali Nurizki Putri, 2025

PENGARUH USER GENERATED CONTENT (UGC) PADA PLATFORM TIKTOK MELALUI CITRA DESTINASI TERHADAP MINAT BERKUNJUNG KE SANGHYANG KENIT BANDUNG BARAT

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

tersebut berisikan persepsi responden terhadap *user generated content*, citra destinasi, serta minat mereka untuk berkunjung.

3.6.2 Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung dari objek penelitian, melainkan melalui sumber-sumber yang telah tersedia sebelumnya, seperti buku, jurnal ilmiah, dokumen resmi, laporan instansi, atau data dari internet (Sugiyono, 2020). Pada penelitian ini, data sekunder dimanfaatkan untuk mendukung dan memperkuat landasan teori serta latar belakang penelitian.

Berdasarkan penjelasan mengenai jenis dan sumber data, peneliti mengelompokkan keduanya dalam bentuk tabel 3.3 untuk memperjelas klasifikasi data yang digunakan dalam penelitian berikut ini:

Tabel 3.3 Jenis dan Sumber Data

Data	Jenis Data	Sumber Data
Tanggapan responden mengenai <i>User Generated Content (UGC)</i> , Citra Destinasi dan Minat Berkunjung ke Sanghyang Kenit.	Primer	Penyebaran kuisioner
Data Pengguna TikTok	Sekunder	<i>Website We Are Social & Meltwater, Tricruise, Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), GoodStats</i>
Distribusi Jumlah Vidio TikTok Beberapa Destinasi Wisata Alam di Bandung Barat	Sekunder	Tiktok
Rating Sanghyang Kenit di TikTok	Sekunder	TikTok
Data Kunjungan Sanghyang Kenit	Sekunder	Pengelola Sanghyang Kenit
<i>User Generated Content (UGC)</i> , Citra Destinasi dan Minat Berkunjung	Sekunder	Buku, Artikel dan Jurnal

Sumber : Diolah peneliti (2025)

3.7 Teknik Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2020), teknik pengumpulan data merupakan tahap yang krusial dengan tujuan memperoleh data yang tepat, relevan, serta dapat dipertanggungjawabkan sesuai dengan tujuan penelitian.

3.7.1 Studi Literatur

Studi literatur merupakan langkah awal yang krusial dalam pelaksanaan penelitian. Menurut Creswell (2018), studi literatur adalah ringkasan tertulis yang diperoleh dari berbagai sumber ilmiah, seperti jurnal, buku, dan dokumen lainnya yang memberikan gambaran kondisi penelitian terdahulu dan saat ini, disusun ke dalam topik-topik tertentu, serta dilengkapi dengan evaluasi kritis dari peneliti. Studi ini tidak hanya bertujuan untuk memahami teori yang relevan, tetapi juga untuk menemukan celah penelitian (*research gap*) yang belum banyak dikaji oleh peneliti sebelumnya. Sejalan dengan itu, Sugiyono (2020) menjelaskan studi literatur merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan dengan mengkaji berbagai sumber tertulis, seperti buku, artikel ilmiah, laporan penelitian, serta dokumen relevan lainnya. Tujuan dari metode ini adalah memperoleh landasan teori, memperdalam pemahaman terhadap konsep atau variabel, serta menyusun kerangka berpikir penelitian.

Baik menurut Creswell (2018) maupun Sugiyono (2020), studi literatur merupakan langkah penting dalam proses penelitian yang bertujuan untuk memperkuat landasan teoritis, mengidentifikasi penelitian terdahulu, serta menemukan celah penelitian yang belum terjawab. Peneliti menggunakan studi literatur untuk memperoleh pemahaman dan penjelasan teoritis mengenai variabel-variabel yang diteliti berdasarkan pandangan para ahli. Literatur yang dikaji mencakup teori-teori yang berkaitan dengan *user generated content*, citra destinasi, dan minat berkunjung. Studi ini bertujuan untuk membangun landasan teoritis yang kuat dan mendukung analisis hubungan antar variabel dalam penelitian.

3.7.2 Kuisioner

Pada penelitian kuantitatif, kuesioner menjadi salah satu teknik pengumpulan data yang umum digunakan. Menurut Sugiyono (2020), kuesioner merupakan metode pengumpulan data dengan cara memberikan sejumlah pertanyaan kepada responden untuk dijawab. Teknik ini dipilih karena dinilai efisien, terstruktur, dan mampu mengumpulkan data dari banyak responden dalam waktu yang relatif singkat.

Pada penelitian ini, kuesioner disusun menggunakan platform *Google Form* dan dirancang untuk mengukur persepsi responden terhadap *user generated content*, citra destinasi, serta minat berkunjung ke Sanghyang Kenit. Penyebaran kuesioner dalam penelitian ini dilakukan melalui dua cara, yaitu secara langsung di destinasi wisata Sanghyang Kenit dan secara online melalui platform TikTok. Penyebaran secara langsung sebanyak 40% dari keseluruhan kuisisioner yang disebarkan dilakukan dengan mendatangi pengunjung di lokasi penelitian, di mana responden yang memenuhi kriteria diberikan penjelasan singkat mengenai tujuan penelitian dan diarahkan untuk mengisi kuesioner melalui tautan *Google Form* yang tersedia. Sementara itu, penyebaran secara online sebesar 60% dilakukan dengan membagikan tautan kuesioner melalui akun TikTok peneliti, baik melalui bio, maupun pesan langsung atau *direct message* kepada responden yang sesuai dengan kriteria. Kombinasi kedua metode ini dipilih untuk memperoleh data yang lebih representatif, mencakup baik pengunjung yang secara nyata telah berada di destinasi maupun pengguna TikTok yang baru mengenal destinasi melalui konten. Pendekatan ini dianggap tepat karena memungkinkan pengumpulan data yang cepat, efisien, dan sesuai dengan karakteristik penelitian berbasis media digital.

3.8 Uji Instrumen

Menurut Sugiyono (2020) Uji instrumen merupakan tahapan penting dalam penelitian kuantitatif yang bertujuan memastikan bahwa instrumen yang digunakan (kuesioner) memiliki tingkat validitas dan reliabilitas yang baik, sehingga data yang dihasilkan dapat digunakan secara akurat untuk pengujian hipotesis.

3.8.1 Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2020), Uji validitas merupakan proses untuk menilai sejauh mana instrumen penelitian dapat mengukur variabel yang dimaksud dengan akurat. Validitas yang baik menunjukkan bahwa data yang diperoleh benar-benar mencerminkan kenyataan. Untuk menguji validitas item kuesioner, digunakan validitas konstruk dengan menggunakan uji korelasi *Pearson Product Moment*. Uji ini bertujuan untuk memastikan bahwa setiap item sesuai dengan konsep teoritis yang diukur. Item yang tidak valid akan diperbaiki atau dihapus agar instrumen

benar-benar mencerminkan variabel penelitian. Berikut rumus korelasi *Pearson Product Moment* :

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

Keterangan :

r = Koefisien korelasi

n = Jumlah sampel yang akan diuji

x = Skor yang diperoleh subjek seluruh, item

y = Skor, total

$\sum x$ = Jumlah skor dalam distribusi X

$\sum y$ = Jumlah skor dalam distribusi Y

$\sum xy$ = Jumlah perkalian faktor korelasi variabel X dan Y

$\sum x^2$ = Jumlah kuadrat dalam skor distribusi X

$\sum y^2$ =, Jumlah kuadrat dalam skor distribusi Y

Setiap item dalam kuesioner diuji validitasnya dengan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel. Berdasarkan tabel r *Pearson Product Moment*, pada taraf signifikansi 5% dan jumlah sampel sebanyak 30 diperoleh nilai r tabel sebesar 0,361.

Berdasarkan kriteria menurut Sugiyono (2020), Keputusan uji validitas menggunakan uji korelasi *Product Moment Pearson* adalah sebagai berikut:

1. Apabila r hitung $>$ r tabel, maka item tersebut valid.
2. Apabila r hitung $<$ r tabel, maka item tersebut tidak valid.

Pada penelitian ini, dilakukan uji validitas dengan penyebaran awal kepada 30 responden dan dianalisis menggunakan alat bantu statistik SPSS 25. Diperoleh hasil pengujian instrumen sebagai berikut:

Tabel 3.4 Hasil Uji Validitas

No Item	Pernyataan	r hitung	r tabel 5% (30)	Keterangan
<i>User Generated Content (UGC) (X)</i>				
1	Konten yang saya lihat terasa baru dan relevan dengan kondisi Sanghyang Kenit saat ini.	0,672	0,361	VALID

No Item	Pernyataan	rhitung	rtabel 5% (30)	Keterangan
2	Konten yang dibagikan oleh pengguna lain tentang Sanghyang Kenit sesuai dengan jenis wisata alam yang saya minati.	0,803	0,361	VALID
3	Konten tentang Sanghyang Kenit yang saya lihat memiliki kualitas gambar dan informasi yang baik serta mudah dipahami.	0,774	0,361	VALID
4	Saya mempertimbangkan pengalaman wisatawan lain melalui konten Sanghyang Kenit yang beredar.	0,820	0,361	VALID
5	Saya percaya konten tentang Sanghyang Kenit dapat dipercaya karena dibuat oleh pengunjung secara objektif.	0,645	0,361	VALID
Citra Destinasi (Z)				
6	Fasilitas umum di Sanghyang Kenit (seperti akses jalan, tempat sampah, tempat parkir, toilet, tempat beribadah dan warung) tampak lengkap dan memadai.	0,701	0,361	VALID
7	Sanghyang Kenit tampak memiliki aktivitas wisata yang beragam dan menarik.	0,765	0,361	VALID
8	Sanghyang Kenit tampak memiliki daya tarik alam yang unik dan menarik.	0,723	0,361	VALID
9	Pemandangan dan atmosfer di sekitar lokasi Sanghyang Kenit sangat cocok untuk berfoto dan bersantai.	0,586	0,361	VALID
10	Saya merasa biaya yang saya keluarkan sepadan dengan fasilitas, kenyamanan dan keindahan alam di Sanghyang Kenit.	0,378	0,361	VALID
11	Lingkungan Sanghyang Kenit tampak bersih.	0,631	0,361	VALID
12	Sanghyang Kenit tampak dapat memberikan perasaan antusias.	0,679	0,361	VALID
13	Sanghyang Kenit tampak dapat memberikan perasaan rileks dan ketenangan.	0,902	0,361	VALID
14	Sanghyang Kenit tampak dapat memberikan perasaan senang.	0,802	0,361	VALID
Minat Berkunjung (Y)				
15	Saya akan mengunjungi Sanghyang Kenit dimasa yang akan datang.	0,794	0,361	VALID
16	Saya akan merekomendasikan orang lain untuk mengunjungi Sanghyang Kenit.	0,672	0,361	VALID
17	Sanghyang Kenit menjadi prioritas utama saya dibanding destinasi wisata lainnya.	0,831	0,361	VALID
18	Saya tertarik mencari lebih banyak informasi detail tentang Sanghyang Kenit.	0,742	0,361	VALID

Sumber: Diolah peneliti (2025)

Anjali Nurizki Putri, 2025

PENGARUH USER GENERATED CONTENT (UGC) PADA PLATFORM TIKTOK MELALUI CITRA DESTINASI TERHADAP MINAT BERKUNJUNG KE SANGHYANG KENIT BANDUNG BARAT

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

Berdasarkan tabel 3.4, Hasil uji validitas pada variabel *User Generated Content* (X), Citra Destinasi (Z), dan Minat Berkunjung (Y) menunjukkan bahwa seluruh 18 item pernyataan dinyatakan valid. Hal ini dibuktikan dengan nilai r_{hitung} pada setiap item yang lebih besar dari r_{tabel} (0,361), sehingga seluruh item memenuhi kriteria validitas instrumen. Oleh karena itu, ke-18 item tersebut layak digunakan sebagai instrument pengukuran dalam penelitian ini.

3.8.2 Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2020), Uji reliabilitas bertujuan untuk memastikan instrumen yang digunakan mampu menghasilkan data yang konsisten dan stabil. Instrumen yang memiliki reliabilitas tinggi akan memberikan hasil yang sama atau serupa apabila pengukuran dilakukan berulang pada objek yang sama. Uji Reliabilitas dengan *Cronbach's Alpha* merupakan metode paling umum digunakan untuk mengukur sejauh mana item dalam kuesioner saling berkorelasi dan membentuk satu kesatuan instrument yang reliabel. Menurut Sugiyono (2020), rumus yang digunakan untuk menghitung *Cronbach's Alpha* adalah sebagai berikut:

$$r_{11} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma_i^2}{\sigma^2} \right]$$

Keterangan :

r_{11} = Reliabilitas instrumen

k = Banyak butir pertanyaan

$\sum \sigma_i^2$ = Jumlah varian skor butir yang valid

σ^2 = Varian total

Kriteria penentuan nilai *Cronbach's Alpha* dijelaskan pada tabel 3.5 sebagai berikut:

Tabel 3.5 Tingkat Reliabilitas

Nilai Conbach's Alpha	Tingkat Reliabilitas
0,00 – 0,20	Kurang Reliabel
0,201 – 0,40	Agak Reliabel
0,401 – 0,60	Cukup Reliabel
0,601 – 0,80	Reliabel
0,801 – 1.00	Sangat Reliabel

Sumber : Sugiyono (2020)

Pada penelitian ini, dilakukan uji reliabilitas dengan penyebaran awal kepada 30 responden dan dianalisis menggunakan alat bantu statistik SPSS 25. Diperoleh hasil pengujian instrumen sebagai berikut:

Tabel 3.6 Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	Nilai Cornbach's Alpha	Keterangan
1	<i>User Generated Content (UGC) (X)</i>	0,825	Sangat Reliabel
2	Citra Destinasi (Z)	0,858	Sangat Reliabel
3	Minat Berkunjung (Y)	0,784	Reliabel

Sumber: Diolah peneliti (2025)

Berdasarkan tabel 3.6, hasil uji reliabilitas terhadap ketiga variabel menunjukkan bahwa seluruh instrumen penelitian memiliki tingkat konsistensi yang baik. Variabel *User Generated Content (X)* memperoleh nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,825, yang termasuk dalam kategori sangat reliabel. Selanjutnya, variabel Citra Destinasi (Z) memperoleh nilai 0,858, juga termasuk dalam kategori sangat reliabel, sedangkan variabel Minat Berkunjung (Y) memperoleh nilai 0,784, yang berada pada kategori reliabel. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa ketiga variabel memiliki reliabilitas yang memadai, sehingga seluruh item pernyataan dinyatakan layak dan dapat digunakan dalam penelitian ini.

3.9 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data merupakan proses pengolahan dan penafsiran data yang telah terkumpul, sehingga dapat dimanfaatkan untuk menjawab rumusan masalah, menguji hipotesis, serta menarik kesimpulan penelitian. Menurut Sugiyono (2020), analisis data dilakukan setelah seluruh data dari responden atau sumber lainnya berhasil diperoleh. Tahapan ini meliputi pengelompokan data berdasarkan variabel, penabulasian, serta perhitungan untuk menguji hipotesis.

3.9.1 Analisis Deskriptif

Menurut Sugiyono (2020), analisis deskriptif adalah metode yang digunakan untuk menganalisis serta menyajikan data yang telah dikumpulkan dengan tujuan memberikan gambaran atau informasi sesuai kondisi sebenarnya, tanpa bermaksud menarik kesimpulan umum atau melakukan generalisasi. Pada penelitian ini, analisis deskriptif diterapkan untuk mengetahui persepsi responden terhadap masing-masing variabel yang diteliti, dengan rincian sebagai berikut:

Anjali Nurizki Putri, 2025

PENGARUH USER GENERATED CONTENT (UGC) PADA PLATFORM TIKTOK MELALUI CITRA DESTINASI TERHADAP MINAT BERKUNJUNG KE SANGHYANG KENIT BANDUNG BARAT

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

1. Analisis deskriptif mengenai persepsi responden mengenai variabel *User Generated Content* Sanghyang Kenit.
2. Analisis deskriptif mengenai persepsi responden mengenai variabel Citra Destinasi Sanghyang Kenit.
3. Analisis deskriptif mengenai persepsi responden mengenai variabel Minat Berkunjung ke Sanghyang Kenit.

Pada penelitian ini, analisis statistik deskriptif dilakukan dengan menyusun tabel distribusi frekuensi yang menampilkan skor tanggapan responden terhadap setiap variabel. Perhitungan dilakukan menggunakan teknik persentase skor pada setiap item pernyataan. Selanjutnya, persentase skor dari setiap dimensi dalam masing-masing variabel akan dihitung dan diinterpretasikan melalui garis kontinum, yang berfungsi untuk mengelompokkan data ke dalam kategori penilaian tertentu. Sebelum membuat garis kontinum, dilakukan perhitungan nilai indeks untuk menentukan rentang skor (*range*) dengan rumus sebagai berikut:

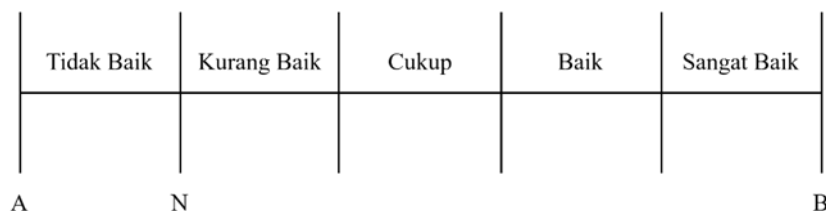
$$\text{Nilai maksimum} = 5 \times \text{jumlah item} \times \text{jumlah responden}$$

$$\text{Nilai minimum} = 1 \times \text{jumlah item} \times \text{jumlah responden}$$

Setelah itu, garis kontinum dibuat berdasarkan interval yang dihitung dengan rumus berikut:

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

Selanjutnya, interval yang didapatkan divisualisasikan dalam bentuk grafik yang disebut garis kontinum yang digambarkan pada gambar 3.1 berikut.



Gambar 3.1 Garis Kontinum

Sumber :Sugiyono (2020)

Dengan A merupakan Nilai Indeks Minimum, B Nilai Indeks Maksimum dan N Nilai Jentang Interval.

Anjali Nurizki Putri, 2025

PENGARUH USER GENERATED CONTENT (UGC) PADA PLATFORM TIKTOK MELALUI CITRA DESTINASI TERHADAP MINAT BERKUNJUNG KE SANGHYANG KENIT BANDUNG BARAT

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

3.9.2 Analisis Verifikatif

Menurut Sugiyono (2020), analisis verifikatif adalah metode dalam penelitian kuantitatif yang bertujuan menguji kebenaran hipotesis yang telah dirumuskan sebelumnya melalui pengumpulan data lapangan dan pengujian statistik. Pada penelitian ini, analisis verifikatif dilakukan dengan menggunakan analisis jalur (*path analysis*) dengan alat bantu SPSS 25. Analisis jalur digunakan untuk memverifikasi secara empiris model hubungan antar variabel yang telah dibangun, sekaligus mengidentifikasi pengaruh langsung maupun tidak langsung dari variabel independen terhadap variabel dependen. Teknik ini termasuk dalam analisis multivariat yang dirancang untuk menguji hubungan kausal berdasarkan model teoritis yang telah ditetapkan sebelumnya. Analisis jalur dianggap sesuai untuk penelitian ini karena ingin menguji pengaruh langsung dan tidak langsung antara variabel. Pada penelitian ini, *user generated content* diduga memengaruhi minat berkunjung, baik secara langsung maupun melalui citra destinasi sebagai variabel mediasi.

Data yang diperoleh dari kuisioner merupakan skala linkert yang bersifat ordinal, artinya hanya menunjukkan urutan tingkat persetujuan, tetapi tidak mencerminkan jarak yang pasti antar pilihan. Salah satu metode yang sering digunakan untuk mengonversi data ordinal menjadi data interval adalah *Method of Successive Interval* (MSI). Menurut Green (2017), metode ini digunakan untuk mengubah data ordinal menjadi data interval dengan memperkirakan jarak antar kategori berdasarkan distribusi normal, sehingga data menjadi lebih akurat dan dapat dianalisis menggunakan statistik parametrik.

3.9.2.1 Uji Asumsi Klasik

Sebelum melaksanakan pengujian analisis jalur, terlebih dahulu perlu dilakukan uji asumsi klasik. Uji asumsi klasik merupakan serangkaian pengujian yang bertujuan memastikan bahwa model regresi telah memenuhi kriteria atau syarat statistik yang diperlukan, sehingga hasil analisis dapat diinterpretasikan secara valid dan akurat (Sugiyono, 2020). Pengujian ini mencakup beberapa jenis uji, yaitu:

1. Uji Normalitas

Anjali Nurizki Putri, 2025

PENGARUH USER GENERATED CONTENT (UGC) PADA PLATFORM TIKTOK MELALUI CITRA DESTINASI TERHADAP MINAT BERKUNJUNG KE SANGHYANG KENIT BANDUNG BARAT

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

Uji normalitas digunakan untuk memastikan bahwa data residual memiliki distribusi normal atau tidak, sehingga hasil analisis dapat diinterpretasikan dengan valid. *Kolmogorov-Smirnov* adalah metode yang digunakan untuk menilai normalitas distribusi dari setiap variabel. Uji normalitas dilakukan menggunakan alat bantu statistik SPSS 25, berdasarkan kriteria pengujian menurut Ghazali (2018) sebagai berikut:

- a) Apabila $\text{Sig.} > 0,05$, maka data berdistribusi normal.
- b) Apabila $\text{Sig.} < 0,05$, maka data tidak berdistribusi normal.

2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dilakukan untuk mendeteksi adanya potensi penyimpangan dalam model regresi akibat hubungan yang terlalu kuat antar variabel bebas. Tujuan dari uji ini adalah untuk memastikan bahwa variabel independen, mediasi, dan dependen dalam penelitian tidak memiliki korelasi yang sangat tinggi, yang dapat memengaruhi keakuratan hasil analisis. Pengujian multikolinearitas dilakukan dengan memeriksa nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) dan *tolerance*. Kriteria penilaian yang digunakan untuk mendeteksi multikolinearitas adalah sebagai berikut:

- a) Apabila $\text{VIF} < 10$ dan $\text{Tolerance} > 0,1$, maka tidak ada multikolinearitas.
- b) Apabila $\text{VIF} > 10$, dan $\text{Tolerance} > 0,1$, maka terjadi multikolinearitas.

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah model regresi memiliki perbedaan varians pada residual. Jika varians residual bersifat sama atau konstan antar pengamatan, kondisi ini disebut homoskedastisitas. Sebaliknya, jika varians residual tidak konstan atau mengalami perubahan, maka disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik harus tidak terjadi heteroskedastisitas. Pada penelitian ini, pengujian heteroskedastisitas dilakukan dengan metode uji glejser. Kriteria penilaian yang digunakan untuk mendeteksi heteroskedastisitas adalah sebagai berikut:

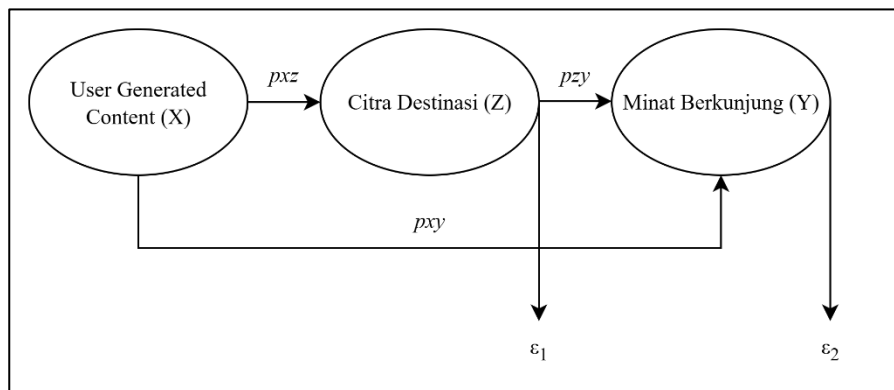
- a) Apabila $\text{Sig.} > 0,05$, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.
- b) Apabila $\text{Sig.} < 0,05$, maka terjadi heteroskedastisitas.

3.9.3 Uji Analisis Jalur

Analisis jalur (*Path Analysis*) adalah pengembangan dari regresi linear berganda yang memungkinkan peneliti menguji baik hubungan langsung maupun tidak langsung antar variabel baik variabel independen, mediasi, maupun dependen berdasarkan model yang disusun dari landasan teori (Sani & Maharani, 2013). Secara umum, analisis jalur bertujuan untuk:

- Menilai pengaruh langsung maupun tidak langsung antara variabel-variabel yang diteliti.
- Mengidentifikasi peran variabel mediasi dalam menjembatani hubungan antar variabel.
- Menentukan arah serta kekuatan pengaruh dari masing-masing hubungan dalam model.

Berikut konsep pada analisis jalur dapat digambarkan pada gambar 3.2 berikut :



Gambar 3.2 Konsep Analisis Jalur

Sumber : Diolah peneliti (2025)

Keterangan:

ρ_{xz} = Koefisien nilai jalur X terhadap Z

ρ_{zy} = Koefisien nilai jalur Z terhadap Y

ρ_{xy} = Koefisien nilai jalur X terhadap Y

ρ_{xzy} = Koefisien nilai jalur X dan Y melewati Z

ε = Residual

Anjali Nurizki Putri, 2025

PENGARUH USER GENERATED CONTENT (UGC) PADA PLATFORM TIKTOK MELALUI CITRA DESTINASI TERHADAP MINAT BERKUNJUNG KE SANGHYANG KENIT BANDUNG BARAT
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Berdasarkan model analisis jalur tersebut terdapat 2 bentuk persamaan, sebagai berikut:

a) Model Persamaan 1

$$Z = \rho_{xz}X + \varepsilon_1$$

b) Model Persamaan 2

$$Y = \rho_{xy}X + \rho_{zy}Z + \varepsilon_2$$

3.10 Uji Hipotesis

Menurut Sugiyono (2020) uji hipotesis merupakan bagian dari proses analisis data yang bertujuan untuk menentukan apakah dugaan awal (hipotesis) dapat diterima atau ditolak berdasarkan bukti empiris dari data hasil analisis statistik.

3.10.1 Uji Parsial (Uji T)

Uji t merupakan metode statistik yang digunakan untuk mengukur pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dalam suatu model regresi. Pengujian ini dilakukan dengan membandingkan nilai t hitung dengan t tabel pada tingkat signifikansi 5% atau 0,05. Adapun kriteria yang digunakan dalam uji parsial adalah sebagai berikut:

- Apabila t hitung $> t$ tabel, maka secara parsial variabel berpengaruh signifikan, yang artinya H_0 ditolak dan H_a diterima.
- Apabila t hitung $< t$ tabel, maka secara parsial variabel tidak berpengaruh signifikan, yang artinya H_0 diterima dan H_a ditolak.

Uji t pada penelitian ini dilakukan dengan hipotesis sebagai berikut:

- Pengaruh *User Generated Content* terhadap Citra Destinasi

H_{01} : *User generate content* tidak berpengaruh signifikan terhadap citra destinasi

H_{a1} : *User generate content* berpengaruh signifikan terhadap citra destinasi

- Pengaruh *User Generated Content* terhadap Minat Berkunjung

H_{02} : *User generated content* tidak berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung

H_{a2} : *User generated content* berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung

- Pengaruh Citra Destinasi terhadap Minat Berkunjung

Anjali Nurizki Putri, 2025

PENGARUH USER GENERATED CONTENT (UGC) PADA PLATFORM TIKTOK MELALUI CITRA DESTINASI TERHADAP MINAT BERKUNJUNG KE SANGHYANG KENIT BANDUNG BARAT

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

H_{03} : Citra destinasi tidak berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung

H_{a3} : Citra destinasi berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung

3.10.2 Uji Simultan (Uji F)

Uji F merupakan metode statistik yang digunakan untuk mengukur pengaruh variabel independen secara simultan terhadap variabel dependen dalam model regresi. Pengujian ini dilakukan melalui *analysis of variance* (ANOVA) dengan membandingkan nilai f_{hitung} dan f_{tabel} pada tingkat signifikansi 5% atau 0,05. Adapun kriteria yang digunakan dalam uji simultan adalah sebagai berikut:

- Apabila $f_{hitung} > f_{tabel}$, maka secara simultan variabel berpengaruh signifikan.
- Apabila $f_{hitung} < f_{tabel}$, maka secara simultan variabel tidak berpengaruh signifikan.

3.10.3 Koefisien Korelasi (R)

Koefisien korelasi merupakan ukuran statistik yang digunakan untuk menunjukkan derajat atau tingkat kekuatan hubungan antara dua variabel. Nilai koefisien berkisar antara 0 hingga ± 1 , di mana nilai 0 menandakan tidak adanya hubungan, sedangkan nilai mendekati ± 1 menunjukkan adanya hubungan yang sangat kuat. Tanda positif (+) pada koefisien mengindikasikan hubungan searah, artinya peningkatan pada satu variabel diikuti oleh peningkatan pada variabel lainnya. Sebaliknya, tanda negatif (–) menunjukkan hubungan berlawanan arah, di mana peningkatan pada satu variabel cenderung diikuti dengan penurunan pada variabel lain. Tingkat kekuatan hubungan ini dapat dianalisis lebih lanjut dengan membandingkan nilai koefisien korelasi yang diperoleh terhadap tabel interpretasi korelasi yang telah ditetapkan. Kekuatan koefisien korelasi dapat dilihat pada pedoman interpretasi nilai koefisien pada tabel 3.7 sebagai berikut :

Tabel 3.7 Pedoman Koefisien

Interval Koefisien	Tingkat Pengaruh
0,00 – 0,199	Sangat Rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat Kuat

Sumber : Sugiyono (2020)

3.10.4 Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien Determinasi (R^2) merupakan ukuran yang menunjukkan seberapa besar variabel independen mampu menjelaskan variabel dependen dalam suatu model regresi. Koefisien determinasi (R^2) memiliki rentang nilai antara 0 hingga 1. Jika nilai koefisien determinasi rendah, berarti variabel independen hanya memiliki kemampuan terbatas dalam menjelaskan variabel dependen. Sebaliknya, semakin tinggi nilai koefisien determinasi, semakin besar kontribusi variabel independen dalam memengaruhi atau merepresentasikan variabel dependen (Ghozali, 2018). Rumus yang digunakan untuk menghitung besarnya kontribusi variabel independent terhadap variabel dependen adalah dengan mengkuadratkan nilai koefisien korelasi (R^2), kemudian hasilnya dikalikan dengan 100%. Nilai R^2 diperoleh dari tabel *model summary* pada analisis regresi.

3.11 Uji Sobel

Uji Sobel digunakan untuk menguji signifikansi pengaruh tidak langsung suatu variabel independen terhadap variabel dependen melalui variabel mediasi (Ghozali, 2018). Tujuan pengujian ini adalah untuk memastikan secara statistik apakah variabel mediasi benar-benar berperan dalam memediasi hubungan antara variabel independen dan dependen. Variabel mediasi dinyatakan signifikan memengaruhi variabel independen dan dependen apabila nilai z hitung $> z$ tabel (z tabel = 1,96). Rumus penghitungan uji sobel adalah sebagai berikut:

$$z = \frac{ab}{\sqrt{(b^2 SE_a^2) + (a^2 SE_b^2)}}$$

Keterangan :

z = nilai statistik sobel untuk menentukan signiikansi efek mediasi

a = nilai koefisien jalur X – Z

b = nilai koefisien jalur Z – Y

SE_a = standard error dari koefisien a

SE_b = standard error dari koefisien b

Uji Sobel pada penelitian ini dilakukan dengan hipotesis sebagai berikut:

Pengaruh *User Generated Content* melalui Citra Destinasi terhadap Minat Berkunjung

Anjali Nurizki Putri, 2025

PENGARUH USER GENERATED CONTENT (UGC) PADA PLATFORM TIKTOK MELALUI CITRA DESTINASI TERHADAP MINAT BERKUNJUNG KE SANGHYANG KENIT BANDUNG BARAT

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

H₀₄ : *User generated content* melalui citra destinasi tidak berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung

H_{a4} : *User generated content* melalui citra destinasi berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung