

BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Penelitian ini menganalisis mengenai pengaruh *tourist experience* terhadap *behavioral intention* di Curug Cimahi, Kabupaten Bandung Barat. Penelitian ini menggunakan dua variabel, menurut Uma Sekaran (2013, hlm.68) variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang objek atau kegiatan yang mempunyai variasi yang tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Variabel adalah suatu nilai yang dapat mengambil berbeda atau bervariasi nilai. Nilai-nilai dapat berbeda pada berbagai waktu untuk objek atau orang yang sama, atau pada waktu yang sama untuk objek yang berbeda.

Dalam penelitian ini terdapat dua variabel, yaitu variabel dependen dan variabel independen. Menurut Uma Sekaran (2013, hlm. 69) *dependent variable* atau variabel terikat adalah variabel yang menjadi perhatian utama bagi peneliti. Sedangkan *independent variable* atau variabel bebas adalah salah satu yang mempengaruhi variabel dependen baik secara positif atau negatif. Pada penelitian ini yang menjadi variabel dependen adalah *behavioral intention* yang terdiri dari *revisit intention* dan *recommend intention*. Sementara yang menjadi variabel independen adalah *tourist experience* yang terdiri dari *comfort*, *hedonic*, *novelty*, *safety*, *beauty* dan *relational*.

Unit analisis dari penelitian ini adalah wisatawan yang berkunjung ke Curug Cimahi. Berdasarkan unit analisis penelitian tersebut, diteliti mengenai pengaruh daya tarik wisata terhadap kepuasan wisatawan di Curug Cimahi. Penelitian ini membutuhkan waktu kurang dari satu tahun. Oleh sebab itu, metode penelitian yang digunakan adalah *cross sectional*. Menurut Uma Sekaran (2013, hlm. 106) mengemukakan bahwa *cross sectional study* adalah sebuah penelitian di mana data dikumpulkan hanya sekali, mungkin selama beberapa hari atau minggu atau bulan, untuk menjawab pertanyaan penelitian. Penelitian ini difokuskan pada

penelitian tentang pengaruh *tourist experience* terhadap *behavioral intention* di Curug Cimahi.

3.2 Metode Penelitian

3.2.1 Jenis Penelitian dan Metode yang Digunakan

Berdasarkan tujuan penelitian dan variabel-variabel yang diteliti, jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah penelitian deskriptif dan verifikatif. Menurut Uma Sekaran (2013, hlm. 100), penelitian deskriptif adalah jenis penelitian konklusif yang memiliki tujuan utama mendeskripsikan sesuatu, biasanya karakteristik pasar atau fungsi. Penelitian deskriptif bertujuan untuk memperoleh gambaran mengenai *tourist experience* dan gambaran mengenai *behavioral intention*. di Curug Cimahi

Menurut Suharsimi Arikunto (2010, hlm. 8) penelitian verifikatif adalah pada dasarnya ingin menguji kebenaran dari suatu hipotesis yang dilaksanakan melalui pengumpulan data di lapangan. Penelitian ini akan menguji kebenaran hipotesis melalui pengumpulan data di lapangan, mengenai pengaruh *tourist experience* terhadap *behavioral intention* di Curug Cimahi.

Berdasarkan jenis penelitian yang digunakan, yaitu penelitian deskriptif dan verifikatif maka metode yang digunakan adalah *explanatory survey*. Menurut Malhotra (2010, hlm. 96) menyatakan bahwa:

Explanatory Survey adalah dilakukan untuk mengeksplorasi situasi masalah, yaitu untuk mendapatkan ide-ide dan wawasan ke dalam masalah yang dihadapi manajemen atau para peneliti tersebut. Penjelasan penelitian dalam bentuk wawancara mendalam atau kelompok fokus dapat memberikan wawasan berharga.

Berdasarkan penelitian tersebut Dalam penelitian yang menggunakan metode ini informasi dari sebagian populasi dikumpulkan langsung di tempat kejadian secara empirik dengan tujuan untuk mengetahui pendapat dari sebagian populasi terhadap objek yang sedang diteliti.

3.2.2 Operasionalisasi Variabel

Menurut Sugiyono (2012, hlm. 58) operasional variabel adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya.

Variabel yang dikaji dan dianalisis dalam penelitian ini meliputi: independent variable yaitu *tourist experience* (X) yang memiliki enam dimensi yaitu *comfort*, *hedonic*, *novelty*, *safety*, *beauty* dan *relational*. Sedangkan *behavioral intention* (Y) sebagai dependent variable terdiri dari *revisit intention* dan *recommend intention*. Secara lebih rinci dapat terlihat pada Tabel 3.1 berikut:

TABEL 3.1
OPERASIONALISASI VARIABEL PENELITIAN

| Variabel/ Dimensi | Konsep variabel | Indikator | Ukuran | Skala | No Item |
|--|--|----------------|--|---------|------------|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| <i>Tourist experience</i> (X) | <i>Tourist experience</i> adalah respon internal dan subjektif dari konsumen yang memerlukan kontak dengan perusahaan, baik kontak secara langsung maupun tidak langsung. Kontak langsung secara umum terjadi dalam saat pembelian, pemakaian dan pelayanan, dan biasanya dimulai oleh wisatawan. Sebaliknya, kontak tidak langsung paling melibatkan pertemuan tidak terencana dengan perwakilan produk, layanan atau merek perusahaan dan menerima bentuk dari rekomendasi <i>word-of-mouth</i> atau kritik, iklan, laporan berita dan tinjauan (Meyer and Schwager, 2007 dalam Rageh et al, 2013) | | | | |
| | <i>Comfort</i> (X ₁) | <i>Comfort</i> | Tingkat kenyamanan iklim di Curug Cimahi | Ordinal | 1 |
| | | | Tingkat kenyamanan fasilitas umum (toilet, tempat parkir, mushola dll) di Curug Cimahi | Ordinal | 2 |
| | | | Tingkat kenyamanan beraktifitas di area Curug Cimahi | Ordinal | 3 |
| Tingkat kenyamanan fasilitas khusus (<i>view deck</i> , | Ordinal | | 4 | | |

| Variabel/ Dimensi | Konsep variabel | Indikator | Ukuran | Skala | No Item |
|-------------------------------------|--|---------------------------|---|---------|------------|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| | | | <i>camping site</i>) di Curug Cimahi | | |
| <i>Hedonic</i> (X ₂) | hedonis melambangkan semangat, kenikmatan dan mudah dikenang (Otto and Ritchie, 1996 dalam Rageh et al. 2013, hlm. 138). | <i>enjoyment</i> | Tingkat kesenangan yang dirasakan saat berada di Curug Cimahi | Ordinal | 5 |
| | | <i>excitement</i> | Tingkat semangat yang dirasakan setelah datang ke Curug Cimahi | Ordinal | 6 |
| | | <i>memorability</i> | Tingkat kenangan yang dirasakan setelah mengunjungi Curug Cimahi. | Ordinal | 7 |
| <i>Novelty</i> (X ₃) | kebutuhan akan hal baru mengarah kepada keinginan untuk pergi dari tempat yang dikenali ke tempat yang asing, atau untuk mencari pengalaman baru, sensasi dan petualangan (Lee and Crompton, 1992 dalam Rrageh et al. 2013, hlm. 139). | <i>New Experience</i> | Tingkat pengalaman baru yang di peroleh setelah mengunjungi Curug Cimahi | Ordinal | 8 |
| | | | Tingkat perubahan dari rutinitas saat berada di Curug Cimahi | Ordinal | 9 |
| <i>Safety</i> (X ₄) | dalam literatur kepariwisataan, terdapat kesepakatan dimana terdapat hubungan antara tindak kejahatan dengan pariwisata, dan nyatanya tingkat kejahatan tersebut lebih tinggi pada daerah wisatawan | <i>Safety</i> | Tingkat keamanan akses menuju Curug Cimahi | Ordinal | 10 |

| Variabel/ Dimensi | Konsep variabel | Indikator | Ukuran | Skala | No Item |
|--|--|---------------------------|---|---------|------------|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| | | | Tingkat keamanan saat beraktifitas wisata (pagar pembatas, tangga, area air terjun, <i>view deck</i> dan ketersediannya rambu-rambu peringatan) di Curug Cimahi | Ordinal | 11 |
| | | | Tingkat keamanan lingkungan sosial (parkir dan tingkat kejahatan seperti copet dll) di Curug Cimahi | Ordinal | 12 |
| <i>Beauty</i> (X_5) | Keindahan dapat dikenali sebagai kapasitas penting manusia dan pengalaman subjektif dari keindahan dikarakteristikan melalui keadaan luhur dan mulia yang unik, signifikan secara psikologi dan diinginkan (Hagman, 2002 dalam Rageh et al., 2013, hlm. 141). | <i>Beauty</i> | Tingkat keindahan alam di area Curug Cimahi | Ordinal | 13 |
| | | | Tingkat keindahan air terjun Curug Cimahi | Ordinal | 14 |
| | | <i>Unique</i> | Tingkat keunikan Curug Cimahi | Ordinal | 15 |
| <i>Relational</i> (X_6) | pengalaman relasional yang melibatkan orang dan konsumsi atau penggunaan produk dengan orang lain (Gentile et al., 2007 dalam Rageh et al., 2013, hlm. 142) | <i>Sosial interaction</i> | Tingkat interaksi sosial dengan petugas Curug Cimahi | Ordinal | 16 |
| | | | Tingkat interaksi sosial dengan wisatawan lain di Curug Cimahi | Ordinal | 17 |
| <i>Behavioral Intention</i> (Y) | Bigne et al (2001) dalam CH. Liu et al (2013:73) membagi niat perilaku turis 'menjadi dua dimensi: niat meninjau kembali dan niat rekomendasi, dimana niat kembali mengacu pada kemungkinan wisatawan meninjau kembali ke destinasi ekowisata, dan niat rekomendasi mengacu pada kemungkinan | | | | |

| Variabel/ Dimensi | Konsep variabel | Indikator | Ukuran | Skala | No Item |
|----------------------|--|---------------------------------|---|---------|------------|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| | wisatawan merekomendasikan pengalaman mereka kepada orang lain. | | | | |
| | Niat mengunjungi kembali, yang mengacu pada kemungkinan wisatawan untuk mengunjungi kembali destinasi yang pernah dikunjunginya. | <i>Revisit Intention</i> | Tingkat keinginan untuk berkunjung kembali ke Curug Cimahi | Ordinal | 1 |
| | | | Tingkat kesediaan untuk menempatkan Curug Cimahi sebagai pilihan utama untuk dikunjungi kembali | Ordinal | 2 |
| | Niat rekomendasi, yang mengacu pada kemungkinan wisatawan merekomendasikan perjalanan ke orang lain. | <i>Recommendation Intention</i> | Tingkat kesediaan untuk merekomendasikan Curug Cimahi kepada teman, kerabat atau keluarga | Ordinal | 3 |
| | | | Tingkat kesediaan mengajak teman, kerabat atau keluarga untuk datang ke Curug Cimahi | Ordinal | 4 |
| | | | Tingkat kesediaan membicarakan hal positif tentang Curug Cimahi kepada teman, kerabat atau keluarga | Ordinal | 5 |

3.2.3 Jenis dan Sumber Data

Data merupakan sesuatu yang harus dikumpulkan lebih dulu oleh peneliti sebelum mengolahnya menjadi informasi. Menurut Silalahi (2012, hlm. 280) “Data merupakan hasil pengamatan dan pengukuran empiris yang mengungkapkan fakta tentang karakteristik dari suatu gejala tertentu” Sumber data merupakan gejala sesuatu yang dapat memberikan informasi mengenai data.

Berdasarkan sumber data yang ada, maka jenis data yang dikumpulkan dalam penelitian ini yaitu data primer dan data sekunder.

1. Data Primer

Menurut Malhotra (2014, hlm. 43) data primer adalah data yang dibuat oleh peneliti dengan maksud khusus untuk menyelesaikan masalah riset.

2. Data Sekunder

Malhotra (2014, hlm. 43) menyatakan bahwa data sekunder merupakan data yang dikumpulkan untuk maksud selain menyelesaikan masalah yang dihadapi.

Untuk lebih jelasnya mengenai data dan sumber data yang dipergunakan dalam penelitian ini, maka penulis mengumpulkan dan menyajikannya dalam Tabel 3.2 berikut :

TABEL 3.2
JENIS DAN SUMBER DATA

| Jenis Data | Kategori Data | Sumber Data |
|---|---------------|---|
| Jumlah Kunjungan Wisatawan Ke Indonesia | Sekunder | BPS, 2015; UNWTO, 2016 |
| Data Distribusi Daerah Tujuan Wisatawan Nusantara | Sekunder | Pusdatin Kemenparekraf dan Badan Pusat Statistik, 2015 |
| Jumlah Kunjungan Wisatawan Nusantara Ke Kabupaten Bandung Barat 2015 | Sekunder | Jawa Barat Dalam Angka 2015 |
| Potensi Wisata Di Kabupaten Bandung Barat | Sekunder | Website Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Bandung Barat, 2016 |
| Data Ulasan Wisatawan Curug Cimahi | Sekunder | Website Tripadvisor, 2016 |
| Jumlah Kunjungan Wisatawan Di Curug Cimahi | Primer | Bagian Wisata Perum Perhutani Kesatuan Pemangkuan Hutan (KPH) Bandung Utara, 2016 |
| Data Hasil Pra Penelitian <i>Behavioral Intention</i> Wisatawan di Curug Cimahi | Primer | Hasil Pengolahan Pra Penelitian di Curug Cimahi, 2016 |

Sumber: Hasil Pengolahan Data Peneliti, 2016

3.2.4 Populasi, Sampel dan Teknik Sampel

3.2.4.1 Populasi

Dalam mengumpulkan dan menganalisa suatu data, menentukan populasi merupakan langkah yang penting. Populasi bukan hanya sekedar orang, tetapi juga benda-benda alam lainnya. Populasi juga bukan hanya sekedar jumlah yang ada pada objek atau subjek itu, tetapi meliputi seluruh karakteristik atau sifat yang dimiliki subjek atau objek itu sendiri. Menurut Malhotra (2014, hlm. 366), populasi adalah gabungan seluruh elemen yang memiliki serangkaian karakteristik serupa, yang mencakup semesta untuk kepentingan riset pemasaran.

Berdasarkan pengertian populasi tersebut maka populasi dalam penelitian ini adalah seluruh wisatawan dan anggota populasinya adalah wisatawan nusantara yang berkunjung di Curug Cimahi. Jumlah kunjungan wisatawan nusantara ke Curug Cimahi pada tahun 2015 yaitu sebanyak 78.985 wisatawan. (sumber Bagian Wisata KPH Bandung Utara, 2016).

3.2.4.2 Sampel

Dalam suatu penelitian tidak mungkin semua populasi diteliti, dalam hal ini disebabkan oleh beberapa faktor diantaranya keterbatasan biaya, tenaga, dan waktu yang tersedia. Menurut Uma Sekaran (2013, hlm. 241) sampel adalah bagian dari populasi. Sampel demikian subkelompok atau bagian dari populasi. Dengan mempelajari sampel, peneliti harus mampu menarik kesimpulan yang digeneralisasikan. Untuk menentukan besarnya sampel tersebut bisa dilakukan secara statistik maupun berdasarkan estimasi penelitian, selain itu juga perlu diperhatikan bahwa sampel yang dipilih harus *representative* artinya segala karakteristik populasi hendaknya tercermin dalam sampel yang dipilih

Berdasarkan kutipan diatas mengatakan bahwa sampel merupakan sebagian dari individu yang memiliki karakteristik tertentu untuk mewakili seluruh populasi yang diamati. Berdasarkan sampel diatas, maka sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagian dari populasi penelitian.

Untuk mengukur sampel, peneliti menggunakan teknik Slovin (dalam Husein Umar 2010, hlm. 146), yaitu dengan rumus:

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

Keterangan: n = ukuran sampel

N = ukuran populasi

e = kelonggaran penelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditolerir (e=0.1 atau 10%).

Berdasarkan rumus tersebut, maka ukuran sampel pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$\begin{aligned} n &= \frac{N}{1 + Ne^2} \\ n &= \frac{78.985}{1 + 78.985 \cdot (0.1)^2} \\ &= 99.87 \\ n &= 100 \text{ orang responden} \end{aligned}$$

Hasil perhitungan dengan menggunakan rumus Slovin tersebut maka diperoleh ukuran sampel minimal (n) dalam penelitian ini sebanyak 100 orang responden yaitu wisatawan nusantara yang mengunjungi Curug Cimahi.

3.2.4.3 Teknik Sampling

Teknik sampling merupakan teknik pengambilan sampling untuk menentukan sampel mana yang akan digunakan dalam penelitian. Menurut Uma Sekaran (2013, hlm. 244) sampling adalah proses pemilihan jumlah elemen yang tepat dari populasi, sehingga sampel penelitian dan pemahaman tentang sifat atau karakteristik memungkinkan bagi kita untuk menggeneralisasi sifat atau karakteristik tersebut pada elemen populasi. Teknik Sampling adalah merupakan teknik pengambilan sample, untuk menentukan sampel dalam penelitian menurut Sugiyono (2014, hlm. 63).

Penentuan sampel yang tepat dalam sebuah penelitian merupakan hal yang sangat penting untuk menentukan tingkat kualitas data yang diperoleh dan

digunakan dalam sebuah penelitian. Hal tersebut sejalan dengan pernyataan David Fruend (Director and Manager, Market Research, Progress Energy, Inc) dalam Malhotra (2009, hlm. 366) yang mengatakan bahwa “A good sampling design, carefully executed, is a key to obtaining high quality data. Too often it is taken for granted, and the result can be profound”.

Menurut Sugiyono (2012, hlm. 92-97), Teknik *sampling* merupakan teknik pengambilan sampel untuk menentukan sampel mana yang akan digunakan dalam penelitian. Ada dua jenis utama dari desain sampel, yaitu *probability* dan *non-probability sampling*. Dalam *probability sampling* elemen dalam populasi memiliki kesempatan nol atau probabilitas untuk terpilih sebagai subjek sampel. Teknik sampling ini meliputi *simple random sampling*, *stratified random sampling*, *systematic sampling*, dan *cluster sampling*. Sedangkan *Non-probability sampling* adalah dimana elemen telah ditentukan kesempatan untuk terpilih sebagai subjek. Teknik sampling ini meliputi *systematic sampling*, *quota sampling*, *incidental sampling*, *purposive sampling*, *sampling jenuh*, *snowball sampling*.

Teknik sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik sampel acak sederhana atau *simple random sampling*. *Simple random sampling* adalah teknik untuk mendapatkan sampel yang langsung dilakukan pada unit *sampling*. Dengan demikian setiap unit *sampling* sebagai unsur populasi yang terampil memperoleh peluang yang sama untuk menjadi sampel atau untuk mewakili populasi.

3.2.5 Teknik Pengumpulan Data

Menurut Uma Sekaran (2013, hlm. 116), teknik pengumpulan data merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari desain penelitian. Untuk mendapatkan data yang berhubungan dengan objek yang sedang diteliti dan diharapkan dapat menunjang penelitian, penulis melakukan pengumpulan data dengan cara:

1. Wawancara adalah kegiatan pengumpulan data dan fakta dengan cara melakukan tanya jawab yang berkaitan dengan penelitian. Teknik wawancara

dilakukan dengan maksud untuk mendapat informasi langsung dari responden. Responden dalam penelitian ini yaitu wisatawan nusantara di Curug Cimahi, Kab. Bandung Barat..

2. Observasi menurut Uma Sekaran (2013, hlm. 130) menyangkut menonton, merekam, analisa yang direncanakan dan interpretasi perilaku, tindakan, atau peristiwa. Hasil dari observasi dapat dijadikan data pendukung dalam menganalisis dan mengambil kesimpulan. Observasi yang dilakukan terhadap objek yang diteliti yaitu wisatawan nusantara mengenai *tourist experience* dan *behavioral intention* di Curug Cimahi, Kab. Bandung Barat.
3. Kuisisioner merupakan teknik pengumpulan data primer yang dilakukan dengan cara menyebarkan seperangkat daftar pertanyaan tertulis. Kuisisioner berisi pertanyaan mengenai karakteristik responden, pengalaman responden mengenai *tourist experience* pada Curug Cimahi dan *behavioral intention*. Teknik ini dilakukan untuk melengkapi data yang sedang diteliti dengan cara mencari informasi dari sumber langsung melalui pertanyaan-pertanyaan yang diberikan pada selembar kertas kepada responden. Setelah diisi oleh responden, pertanyaan tersebut dikumpulkan dan setelah itu dikaji untuk menjadi sebuah data yang riil.
4. Metode pengumpulan data dengan mengadakan tinjauan terhadap beberapa literatur baik buku maupun jurnal ilmiah yang berhubungan dengan masalah yang diteliti. Maksud dari studi kepustakaan ini adalah agar penulis mempunyai konsep yang jelas sebagai pegangan teori dalam pemecahan masalah, yang dapat menunjang pengolahan data dan mendukung data-data primer dengan cara mencari dan menghimpun serta mempelajari buku-buku maupun jurnal ilmiah yang berkaitan dengan *tourist experience* dan *behavioral intention* wisatawan nusantara di Curug Cimahi, Kab. Bandung Barat.

3.2.6 Pengujian Validitas dan Reliabilitas

3.2.6.1 Pengujian Validitas

Di dalam penelitian ini, data mempunyai kedudukan penting dalam penelitian karena data merupakan penggambaran dari variabel yang diteliti, dan

mempunyai fungsi sebagai pembentuk hipotesis. Oleh karena itu mutu hasil penelitian ditentukan oleh benar tidaknya atau kevalidan data. Peneliti harus berhati-hati dalam menyusun instrumen, mulai dari penyusunan variabel, pemecahan subvariabel, dan penyusunan butir-butir pertanyaan yang akan diajukan.

Menurut Uma Sekaran (2013, hlm. 225), validitas adalah cara pengujian mengenai seberapa baik instrumen dikembangkan dengan konsep langkah-langkah tertentu yang ditujukan untuk mengukur variabel tertentu. Dengan demikian bahwa data valid adalah data yang tidak berbeda antara data yang dilaporkan oleh peneliti dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek penelitian. Uji validitas dilakukan untuk memastikan seberapa baik suatu instrumen digunakan untuk mengukur konsep yang seharusnya diukur. Dari penelitian ini yang akan diuji adalah validitas dari instrumen *tourist experience* sebagai variabel X dan *behavioral intention* sebagai variabel Y.

Tipe validitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah validitas konstruk, yaitu menentukan validitas dengan cara mengkorelasikan antar skor yang diperoleh dari masing-masing item berupa pertanyaan dengan skor totalnya. Skor total ini merupakan nilai yang diperoleh dari penjumlahan semua skor item. Berdasarkan ukuran statistik, bila ternyata skor semua item yang disusun menurut dimensi konsep berkorelasi dengan skor totalnya, maka dapat dikatakan bahwa alat ukur tersebut mempunyai validitas.

Langkah-langkah yang dilakukan untuk menguji validitas menurut Sekaran (2008, hlm. 110) adalah sebagai berikut :

1. Mendefinisikan secara operasional suatu konsep yang akan diukur.
2. Melakukan uji coba pengukur tersebut pada sejumlah responden.
3. Mempersiapkan tabel tabulasi jawaban.
4. Menghitung nilai korelasi antara data pada masing-masing pertanyaan dengan skor total memakai rumus teknik korelasi *product moment*, yang rumusnya sebagai berikut :

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

Sumber : Sugiyono (2011, hlm. 183)

Keterangan :

| | |
|------------|--|
| r_{xy} | : Korelasi skor item dan skor total item |
| n | : Jumlah responden |
| x | : Skor per item dalam variabel |
| y | : Skor total item dalam variabel |
| $\sum x$ | : Jumlah skor dalam distribusi X |
| $\sum y$ | : Jumlah skor dalam distribusi Y |
| $\sum x^2$ | : Jumlah kuadrat dalam skor ditribusi X |
| $\sum y^2$ | : Jumlah kuadrat dalam skor distribusi Y |

Keputusan pengujian validitas responden menggunakan taraf signifikansi sebagai berikut :

1. Nilai r dibandingkan dengan r tabel dengan $dk = n-2$ dan taraf signifikansi $\alpha = 0,05$
2. Item pertanyaan-pertanyaan responden penelitian dikatakan valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$.
3. Item pertanyaan-pertanyaan responden penelitian dikatakan tidak valid jika r_{hitung} lebih kecil dari $r_{hitung} < r_{tabel}$
4. Berdasarkan jumlah angket yang diuji sebanyak 30 responden dengan tingkat signifikansi 5% dan derajat kebebasan (dk) $n-2$ ($30-2=28$), maka didapat nilai r_{tabel} sebesar 0,361

Dalam penelitian ini, yang akan diuji adalah validitas dari variabel *tourist experience* sebagai instrumen variabel (X) dan *behavioral intention* sebagai variabel (Y). Perhitungan validitas item instrumen dilakukan dengan menggunakan program SPSS *Statistic 20 for windows*.

TABEL 3.3
HASIL UJI VALIDITAS ITEM PERTANYAAN *TOURIST EXPERIENCE*
DAN *BEHAVIORAL INTENTION*

| No. | Pertanyaan | r_{hitung} | r_{tabel} | Keterangan |
|----------------------------------|--|--------------|-------------|------------|
| <i>TOURIST EXPERIENCE</i> | | | | |
| A. <i>Comfort</i> | | | | |
| 1. | Tingkat kenyamanan iklim di Curug Cimahi | 0,631 | 0,361 | Valid |

| No. | Pertanyaan | r_{hitung} | r_{tabel} | Keterangan |
|---------------------------|--|--------------|-------------|------------|
| TOURIST EXPERIENCE | | | | |
| 2. | Tingkat kenyamanan fasilitas umum (toilet, tempat parkir, mushola dll) di Curug Cimahi | 0,490 | 0,361 | Valid |
| 3. | Tingkat kenyamanan beraktifitas di area Curug Cimahi | 0,669 | 0,361 | Valid |
| 4. | Kenyamanan fasilitas khusus (view deck, camping site) di Curug Cimahi | 0,470 | 0,361 | Valid |
| B. Hedonic | | | | |
| 5. | Kesenangan yang dirasakan saat berada di Curug Cimahi | 0,755 | 0,361 | Valid |
| 6. | Semangat yang dirasakan setelah datang ke Curug Cimahi | 0,632 | 0,361 | Valid |
| 7. | Kenangan yang dirasakan setelah mengunjungi Curug Cimahi | 0,792 | 0,361 | Valid |
| C. Novelty | | | | |
| 8. | Pengalaman baru yang di peroleh setelah mengunjungi Curug Cimahi | 0,913 | 0,361 | Valid |
| 9. | Perubahan dari rutinitas sehari-hari saat berada di Curug Cimahi | 0,935 | 0,361 | Valid |
| D. Safety | | | | |
| 10. | Keamanan akses menuju curug cimahi | 0,899 | 0,361 | Valid |
| 11. | Keamanan saat beraktifitas wisata (pagar pembatas, tangga, area air terjun, view deck dan ketersediannya rambu-rambu peringatan) di Curug Cimahi | 0,900 | 0,361 | Valid |
| 12. | Keamanan lingkungan sosial (parkir dan tingkat kejahatan seperti copet dll) di Curug Cimahi | 0,920 | 0,361 | Valid |
| E. Beauty | | | | |
| 13. | Keindahan alam di area Curug Cimahi | 0,809 | 0,361 | Valid |
| 14. | Keindahan air terjun Curug Cimahi | 0,842 | 0,361 | Valid |
| 15. | Keunikan air terjun di Curug | 0,628 | 0,361 | Valid |

| No. | Pertanyaan | r_{hitung} | r_{tabel} | Keterangan |
|------------------------------------|---|--------------|-------------|------------|
| TOURIST EXPERIENCE | | | | |
| Cimahi | | | | |
| F. Relational | | | | |
| 16. | Interaksi sosial dengan petugas Curug Cimahi | 0,723 | 0,361 | Valid |
| 17. | Interaksi sosial dengan wisatawan lain di Curug Cimahi | 0,720 | 0,361 | Valid |
| BEHAVIORAL INTENTION | | | | |
| A. Revisit Intention | | | | |
| 1. | Keinginan untuk berkunjung kembali ke Curug Cimahi | 0,946 | 0,361 | Valid |
| 2. | Kesediaan untuk menempatkan Curug Cimahi sebagai pilihan utama untuk dikunjungi kembali | 0,947 | 0,361 | Valid |
| B. Recommendation Intention | | | | |
| 3. | Kesediaan untuk merekomendasikan Curug Cimahi kepada teman, kerabat atau keluarga | 0,932 | 0,361 | Valid |
| 4. | Kesediaan mengajak teman, kerabat atau keluarga untuk datang ke Curug Cimahi | 0,940 | 0,361 | Valid |
| 5. | Kesediaan membicarakan hal positif tentang Curug Cimahi kepada teman, kerabat atau keluarga | 0,858 | 0,361 | Valid |

Sumber : Hasil Pengolahan Data, 2016

Berdasarkan hasil pengolahan data kuesioner pada Tabel 3.3 diatas, pengukuran validitas untuk variabel *tourist experience* dan *behavioral intention* menunjukkan bahwa item-item pertanyaan tersebut valid karena nilai r_{hitung} lebih besar dibandingkan dibandingkan dengan r_{tabel} sebesar 0,361.

3.2.6.2 Pengujian Reliabilitas

Reliabilitas merupakan suatu ukuran yang menunjukkan bahwa suatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpulan data, karena instrumen tersebut sudah baik. Instrumen yang sudah dapat dipercaya, yang *reliabel* akan menghasilkan data yang dapat dipercaya juga. *Reliable* artinya

dapat dipercaya, jadi dapat diandalkan. Menurut Uma Sekaran (2013, hlm. 228) pengujian reliabilitas menunjukkan sejauh mana pengukuran itu tanpa prasangka (bebas dari kesalahan) dan karenanya memastikan pengukuran yang konsisten sepanjang waktu dan di berbagai item dalam instrumen. Uji reliabilitas juga diartikan sebagai alat pengukuran yang berkali-kali menghasilkan data yang sama atau konsisten.

Realibilitas adalah alat yang digunakan untuk mengukur suatu kuisisioner yang merupakan indikator dari suatu variabel. Menurut Uma Sekaran (2013, hlm. 225), reliabilitas adalah cara pengujian mengenai seberapa konsisten konsep alat ukur tersebut.

Adapun rumus yang digunakan untuk mengukur reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan uji *Cronbach Alpha* karena alternatif jawaban pada instrumen penelitian lebih dari dua. Rumusnya adalah sebagai berikut :

$$r_{11} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[\frac{1 - \sum \sigma b^2}{\sigma_1^2} \right]$$

Sumber : Husein Umar (2010:170)

Keterangan : r_{11} : Reliabilitas instrumen
 k : Banyaknya butir pertanyaan
 $\sum \sigma b^2$: Jumlah varian total
 σ_1^2 : Varian total

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

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

Keterangan : n : Jumlah responden
 x : Nilai skor yang dipilih (total nilai dari nomor-nomor butir pertanyaan)

Keputusan uji reliabilitas ditentukan dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Jika koefisien internal seluruh item $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ dengan tingkat signifikansi 5% maka item pertanyaan dikatakan reliabel.

2. Jika koefisien internal seluruh item $r_{hitung} < r_{tabel}$ dengan tingkat signifikansi 5% maka item pertanyaan dikatakan tidak reliabel.

Pengujian reliabilitas instrument dilakukan terhadap 30 responden dengan tingkat signifikansi 5% dan derajat kebebasan (dk) $n-2$ ($30-2=28$) dengan menggunakan *software* komputer SPSS (*Statistical Product For Service Solution*) 20.0 for Windows. Diketahui semua variabel reliabel hal ini dikarenakan $C\alpha$ masing-masing variabel lebih besar dibandingkan dengan koefisien *alpha cronbach* yang bernilai 0,70. Berikut tabel uji reliabilitas instrumen penelitian.

TABEL 3.4
HASIL UJI RELIABILITAS *CRONBACH'S ALPHA*

| No. | Variabel | <i>Cronbach's Alpha</i> | Koefisien (<i>Cronbach's Alpha</i>) | Keterangan |
|-----|-----------------------------|-------------------------|---------------------------------------|------------|
| 1. | <i>Tourist Experience</i> | 0,854 | 0,70 | Reliabel |
| 2. | <i>Behavioral Intention</i> | 0,916 | 0,70 | Reliabel |

Sumber : Hasil Pengolahan Data, 2016

Berdasarkan Tabel 3.4, hasil pengolahan data kuesioner di atas pengukuran reliabilitas untuk variabel *tourist experience* dan *behavioral intention* dinyatakan reliabel karena skor *cronbach's alpha* lebih besar dibandingkan dengan koefisien (*cronbach's alpha*) yang bernilai 0,70. Variabel yang memiliki nilai tertinggi adalah *behavioral intention* dengan nilai *cronbach's alpha* sebesar 0,916 sedangkan variabel *tourist experience* memiliki nilai *cronbach's alpha* sebesar 0,854.

3.2.7 Rancangan Analisis Data

Data yang diperoleh dan dikumpulkan kemudian diolah dan dianalisis. Tujuan pengolahan data adalah untuk memberikan keterangan yang berguna, serta menguji hipotesis yang telah dirumuskan dalam penelitian ini. Maka dari itu, teknik analisis data diarahkan pada pengujian hipotesis serta menjawab masalah yang diajukan. Alat penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner. Kuesioner ini disusun berdasarkan variabel yang terdapat dalam penelitian.

3.2.7.1 Rancangan Analisis Data Deskriptif

Penelitian ini menggunakan analisis data deskriptif untuk mendeskripsikan variabel-variabel penelitian.

1. Analisis data deskriptif mengenai *tourist experience* di Curug Cimahi melalui enam dimensi yaitu *comfort, hedonic, novelty, safety, beauty dan relational*.
2. Analisis data deskriptif mengenai *behavioral intention* di Curug Cimahi

3.2.7.2 Rancangan Analisis Data Verifikatif

Analisis berikutnya adalah analisis verifikatif. Analisis data dilakukan setelah data seluruh responden terkumpul. Dalam penelitian kuantitatif analisis data dilakukan setelah data seluruh responden terkumpul. Langkah-langkah yang akan dilakukan dalam kegiatan analisis data dalam penelitian ini yaitu:

1. *Method of Successive Internal* (MSI)

Skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah *ordinal scale* yaitu skala yang berbentuk peringkat yang menunjukkan suatu urutan preferensi atau penilaian. Skala ordinal ini perlu ditransformasikan menjadi skala interval dengan menggunakan *method of successive internal*. Langkah-langkah untuk melakukan transformasi data tersebut adalah sebagai berikut :

- a. Menghitung frekuensi (f) pada setiap pilihan jawaban berdasarkan hasil jawaban responden pada setiap pertanyaan.
- b. Berdasarkan frekuensi yang diperoleh untuk setiap pertanyaan, dilakukan perhitungan proporsi (p) setiap pilihan jawaban dengan cara membagi frekuensi dengan jumlah responden.
- c. Berdasarkan proporsi tersebut, selanjutnya dilakukan perhitungan proporsi kumulatif untuk setiap pilihan jawaban.
- d. Menentukan nilai batas Z (tabel normal) untuk setiap pertanyaan dan setiap pilihan jawaban.
- e. Menentukan nilai interval rata-rata untuk setiap pilihan jawaban melalui persamaan sebagai berikut :

$$\text{Scale Value} = \frac{(\text{Density at lower limit}) - (\text{Density at upper limit})}{(\text{Area below upper limit}) - (\text{Area below lower limit})}$$

Data penelitian yang telah bersekala interval selanjutnya akan ditentukan pasangan data variabel bebas dengan variabel terikat serta akan ditentukan persamaan yang berlaku untuk pasangan-pasangan tersebut.

2. Menyusun data

Mengecek nama dan kelengkapan identitas responden, serta mengecek kelengkapan data yang diisi oleh responden untuk mengetahui karakteristik responden.

3. Tabulasi data

Tabulasi data yang akan dilakukan dalam penelitian ini adalah memberi skor pada item, menjumlahkan skor pada setiap item, menyusun ranking skor pada setiap variabel penelitian.

4. Menganalisis Data

Menganalisis data yaitu proses pengolahan data dengan menggunakan rumus-rumus statistik, menginterpretasikan data agar diperoleh suatu kesimpulan.

Berdasarkan tujuan penelitian, maka variabel yang dianalisis adalah variabel independen (X) yaitu *tourist experience* yang terdiri dari *comfort*, *hedonic*, *novelty*, *safety*, *beauty* dan *relational*. Sedangkan variabel dependen (Y) yaitu *behavioral intention*.

Persamaan regresi linier berganda enam variabel bebas tersebut dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + b_6X_6$$

Keterangan : Y = Subyek dalam variabel terikat yang diprediksikan (loyalitas pelanggan)

a = harga Y bila X = 0

b = koefisien regresi, yang menunjukkan angka peningkatan ataupun penurunan variabel terikat yang didasarkan pada variabel bebas. Bila b (+) maka terjadi kenaikan, bila b (-) maka terjadi penurunan.

x = subyek pada variabel bebas yang mempunyai nilai tertentu
 X_1 (*Comfort*), X_2 (*Hedonic*), X_3 (*Novelty*), X_4 (*Safety*), X_5 (*Beauty*), dan X_6 (*Relational*) adalah variabel penyebab.

Teknik analisis regresi linier berganda dilakukan dengan prosedur kerja sebagai berikut :

1. Uji Asumsi Normalitas

Uji normalitas adalah untuk melihat apakah nilai residual terdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki nilai residual terdistribusi normal. Syarat pertama untuk melakukan analisis regresi adalah normalitas, yaitu data sampel hendaknya memenuhi persyaratan distribusi normal. Untuk mengetahui apakah data yang digunakan berdistribusi normal atau tidak, dapat menggunakan *normal probability plot*.

2. Uji Asumsi Multikolinearitas

Uji multikolinieritas adalah untuk melihat ada atau tidaknya korelasi yang tinggi antara variabel-variabel bebas dalam suatu model regresi linier berganda. Jika ada korelasi yang tinggi diantara variabel-variabel bebasnya, maka hubungan antara variabel bebas terhadap variabel terikat menjadi terganggu. Parameter yang sering digunakan untuk mendeteksi multikolinieritas adalah nilai VIF (*variance inflation factor*). Suatu regresi dikatakan terdeteksi multikolinieritas apabila nilai VIF menjauhi 1 dan kurang dari 10.

3. Uji Asumsi Autokorelasi

Persamaan regresi yang baik adalah yang tidak memiliki masalah autokorelasi, jika terjadi autokorelasi maka persamaan tersebut tidak layak dipakai prediksi. Masalah autokorelasi baru timbul jika ada korelasi secara linier antar kesalahan pengganggu periode t (berada) dan kesalahan pengganggu periode $t-1$ (sebelumnya).

4. Uji Asumsi Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah untuk melihat apakah terdapat ketidak samaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap atau disebut homoskedastisitas. Suatu regresi dikatakan tidak terdeteksi heteroskedastisitas apabila diagram pencar residualnya tidak membentuk pola tertentu.

5. Analisis Korelasi

Analisis korelasi bertujuan untuk mencari hubungan antara kedua variabel yang diteliti. Antara korelasi dan regresi keduanya mempunyai hubungan yang sangat erat. Korelasi yang tidak dilanjutkan dengan regresi adalah korelasi yang tidak mempunyai hubungan kausal atau sebab akibat, atau hubungan fungsional. Analisis regresi dilakukan bila hubungan dua variabel berupa hubungan kausal atau fungsional. Adapun interpretasi hasil untuk perhitungan analisis korelasi adalah sebagai berikut :

TABEL 3.5
INTEPRETASI KOEFISIEN KORELASI

| Besarnya Nilai | Tingkat Hubungan |
|----------------|------------------|
| 0,000 – 0,199 | Sangat Rendah |
| 0,200 – 0,399 | Rendah |
| 0,400 – 0,599 | Sedang |
| 0,600 – 0,799 | Kuat |
| 0,800 – 1,000 | Sangat Kuat |

Sumber : Sugiyono (2012, hlm. 184)

6. Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi menyatakan besarnya kecilnya nilai variabel X terhadap Y. Koefisien determinasi merupakan kuadrat dari koefisien korelasi (r^2). Rumus koefisien determinasi adalah sebagai berikut :

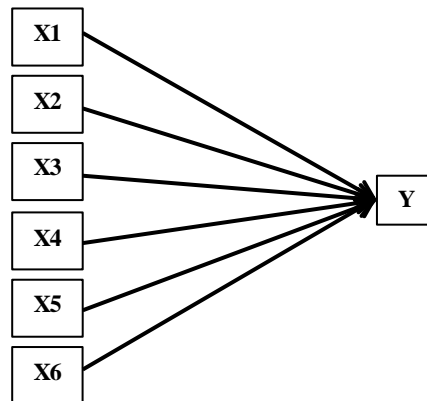
$$KP = r^2 \times 100\%$$

Sumber : Alma (2007, hlm. 81)

Keterangan : KP = Nilai Koefisien determinasi

R = Nilai Koefisien Korelasi

Dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda yang digunakan untuk mengetahui pengaruh antara variabel bebas (X) yaitu X_1 (*Comfort*), X_2 (*Hedonic*), X_3 (*Novelty*), X_4 (*Safety*), X_5 (*Beauty*), dan X_6 (*Relational*) terhadap variabel terikat (Y) yaitu *behavioral intention*. Maka terlebih dahulu hipotesis konseptual tersebut digambarkan dalam sebuah paradigma seperti gambar berikut :



GAMBAR 3.1
REGRESI LINIER BERGANDA

3.2.8 Pengujian Hipotesis

Langkah terakhir dari analisis data yaitu menguji hipotesis dengan tujuan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan yang cukup jelas dan dapat dipercaya antara variabel bebas dengan variabel terikat yang pada akhirnya akan diambil suatu kesimpulan H_0 ditolak atau H_a diterima dari hipotesis yang telah dirumuskan. Rancangan hipotesis dalam penelitian ini adalah :

A. Secara Simultan

H_0 : $f_{hitung} < f_{tabel}$, artinya tidak terdapat pengaruh antara *tourist experience* terhadap *behavioral intention* wisatawan.

H_a : $f_{hitung} > f_{tabel}$, artinya terdapat pengaruh antara antara *tourist experience* terhadap *behavioral intention* wisatawan.

Pengujian hipotesis ini dengan menggunakan uji f dihitung dengan rumus:

$$f = \frac{R^2(N - M - 1)}{m(1 - R^2)}$$

Keterangan : R = Koefisien korelasi ganda

m = Jumlah predictor

n = Jumlah Anggota Sampel

Kriteria pengambilan keputusan untuk hipotesis yang diajukan adalah :

Jika $f_{hitung} > f_{tabel}$, maka H_0 ditolak artinya X berpengaruh terhadap Y

Jika $f_{hitung} < f_{tabel}$, maka H_0 diterima artinya X tidak berpengaruh terhadap Y

B. Secara Parsial

- a. $H_0 : t_{hitung} < t_{tabel}$, artinya tidak terdapat pengaruh antara *comfort* terhadap *behavioral intention*.
 $H_a : t_{hitung} > t_{tabel}$, artinya terdapat pengaruh antara *comfort* terhadap *behavioral intention*.
- b. $H_0 : t_{hitung} < t_{tabel}$, artinya tidak terdapat pengaruh antara *hedonic* terhadap *behavioral intention*.
 $H_a : t_{hitung} > t_{tabel}$, artinya terdapat pengaruh antara *hedonic* terhadap *behavioral intention*.
- c. $H_0 : t_{hitung} < t_{tabel}$, artinya tidak terdapat pengaruh antara *novelty* terhadap *behavioral intention*.
 $H_a : t_{hitung} > t_{tabel}$, artinya terdapat pengaruh antara *novelty* terhadap *behavioral intention*.
- d. $H_0 : t_{hitung} < t_{tabel}$, artinya tidak terdapat pengaruh antara *safety* terhadap *behavioral intention*.
 $H_a : t_{hitung} > t_{tabel}$, artinya terdapat pengaruh antara *safety* terhadap *behavioral intention*.
- e. $H_0 : t_{hitung} < t_{tabel}$, artinya tidak terdapat pengaruh antara *beauty* terhadap *behavioral intention*.
 $H_a : t_{hitung} > t_{tabel}$, artinya terdapat pengaruh antara *beauty* terhadap *behavioral intention*.
- f. $H_0 : t_{hitung} < t_{tabel}$, artinya tidak terdapat pengaruh antara *relational* terhadap *behavioral intention*.
 $H_a : t_{hitung} > t_{tabel}$, artinya terdapat pengaruh antara *relational* terhadap *behavioral intention*.

Pengujian hipotesis ini dengan menggunakan uji t dihitung dengan rumus:

$$t = \frac{P_{YXi} - P_{YXi}}{\sqrt{\frac{(1 - R^2 y(x_1, \dots, x_6))(C_{ii} + C_{ii} + C_{ii})}{(n - k - 1)}}$$

Kriteria pengambilan keputusan untuk hipotesis yang diajukan adalah :

Tolak H_0 jika $t_{hitung} \geq t_{(mendekati 100\%)(n-k-1)}$

Terima H_0 jika $t_{hitung} < t_{(mendekati 100\%)(n-k-1)}$