

BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Penelitian ini meneliti pengaruh *customer experience* terhadap *revisit intention* di Taman Wisata Alam Kawah Papandayan. Penelitian ini menggunakan dua variabel, menurut Uma Sekaran (2013:68), variabel penelitian adalah suatu nilai yang berbeda atau bervariasi nilai. Nilai-nilai dapat berbeda pada waktu untuk objek 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 (2013:69) *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. Penelitian ini menganalisis variabel bebas atau independent variable dan variabel terikat atau dependent variable. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel bebas adalah *customer experience* sebagai (X) yang terdiri dari (X₁) *comfort*, (X₂) *educational*, (X₃) *hedonic*, (X₄) *novelty*, (X₅) *recognition*, (X₆) *safety*, (X₇) *beauty*, (X₈) *relational* dan *revisit intention* sebagai (Y) yang merupakan variabel tidak bebas yang terdiri dari minat untuk berkunjung kembali dan minat untuk merekomendasikan.

Unit analisis dari penelitian ini adalah wisatawan yang berkunjung ke Taman Wisata Alam Kawah Papandayan. Berdasarkan unit analisis penelitian tersebut, diteliti mengenai pengaruh *customer experience* terhadap *revisit intention* ke Taman Wisata Alam Kawah Papandayan. Penelitian ini membutuhkan waktu kurang dari satu tahun. Oleh sebab itu, metode penelitian yang digunakan adalah *cross sectional*. Menurut Uma Sekaran (2013:106) 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 *customer experience* terhadap *revisit intention* ke Taman Wisata Alam Kawah Papandayan.

3.2 Metode Penelitian

3.2.1 Jenis Penelitian dan Metode yang Digunakan

Berdasarkan variabel yang diteliti, maka jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif dan verifikatif. Menurut Uma Sekaran (2013:100), penelitian deskriptif adalah jenis penelitian konklusif yang memiliki tujuan utama mendeskripsikan sesuatu—biasanya karakteristik pasar atau fungsi. Penelitian ini terdiri dari dua tujuan, yaitu memperoleh hasil temuan berupa gambaran mengenai *customer experience* terhadap *revisit intention* ke Taman Wisata Alam Kawah Papandayan.

Menurut Malhotra (2007:85) penelitian verifikatif atau penelitian kausalitas adalah penelitian untuk menguji kebenaran hubungan kausal (*cause-and effect*), yaitu hubungan antara variabel independen (yang mempengaruhi) dengan variabel dependen (yang dipengaruhi). Cooper dan Schindler (2003:163) menjelaskan bahwa secara sederhana penelitian kausalitas adalah penelitian yang menyatakan bahwa variabel A menghasilkan variabel B atau variabel A mendorong munculnya variabel B. Penelitian ini akan menguji kebenaran hipotesis melalui pengumpulan data di lapangan, mengenai pengaruh *customer experience* terhadap *revisit intention* ke Taman Wisata Alam Kawah Papandayan.

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

Menurut Sugiyono (2012:58) 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 *customer experience* (X) yang memiliki delapan dimensi yaitu *comfort, educational, hedonic, novelty, recognition, safety, beauty,* dan *relational*. Sedangkan *revisit intention* (Y) sebagai *dependent variable* memiliki faktor-faktor yang terdiri dari minat untuk berkunjung kembali dan minat untuk merekomendasikan. Secara lebih rinci dapat terlihat pada Tabel 3.1 berikut:

TABEL 3.1
OPERSIONALISASI VARIABEL

Variabel/ Sub Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
1	2	3	4	5	6
<i>Customer Experience</i> (X)	<i>Customer experience</i> adalah respon internal dan subjektif pelanggan yang melakukan kontak langsung atau tidak langsung dengan perusahaan. Meyer dan Schwager (2007:2) dalam Rageh et al.,(2013:127)				
<i>Comfort</i> (X ₁)	Mengarah kepada <i>basic amenities</i> yang disediakan oleh destinasi untuk memastikan kenyamanan konsumen dan juga menciptakan relaksasi. (Crompton et al 1979 dalam Rageh et al, 2013:136).	<i>Facilities</i>	Tingkat kenyamanan fasilitas umum (toilet, tempat parkir, mushola, kios) di Taman Wisata Alam Kawah Papandayan	<i>Ordinal</i>	III.A.1
		<i>Activity</i>	Tingkat kenyamanan melakukan aktifitas di Taman Wisata Alam Kawah Papandayan	<i>Ordinal</i>	III.A.2
		<i>Climate</i>	Tingkat kenyamanan iklim di Taman Wisata Alam Kawah Papandayan	<i>Ordinal</i>	III.A.3

Educational (X ₂)	Merupakan percampuran dari penjelajahan, eksplorasi, stimulasi mental dan semangat. Hal tersebut juga dikarakteristikan oleh sifat sukarela ketika pembelajar sendiri memiliki pilihan nyata mengenai apa, dimana, kapan, bagaimana dan dengan siapa mereka belajar. (Parker ,2006 dalam Rageh et al 2013:137)	<i>Exploration</i>	Tingkat pembelajaran ketika melakukan penjelajahan di Taman Wisata Alam Kawah Papandayan	<i>Ordinal</i>	III.B.1
		<i>Knowledge</i>	Tingkat pengetahuan baru yang didapatkan setelah melakukan kunjungan ke Taman Wisata Alam Kawah Papandayan	<i>Ordinal</i>	III.B.2
Hedonic (X ₃)	Melambangkan semangat, kegembiraan, dan <i>memorability</i> . (Otto dan Ritchie, 1996 dalam Rageh et al 2013:138).	<i>Enjoyment</i>	Tingkat kesenangan yang dirasakan ketika berada di Taman Wisata Alam Kawah Papandayan	<i>Ordinal</i>	III.C.1
		<i>Memorability</i>	Tingkat kenangan yang dirasakan setelah mengunjungi Taman Wisata Alam Kawah Papandayan	<i>Ordinal</i>	III.C.2
		<i>Excitement</i>	Tingkat semangat yang dirasakan ketika berada di Taman Wisata Alam Kawah Papandayan	<i>Ordinal</i>	III.C.3
Novelty (X ₄)	Kebutuhan akan hal baru yang mengarah kepada keinginan untuk pergi mencari pengalaman baru, sensasi dan petualangan. (Lee dan Crompton, 1992 dalam Rageh et al 2013:139).	<i>New Experience</i>	Tingkat pengalaman baru yang didapatkan setelah berkunjung ke Taman Wisata Alam Kawah Papandayan	<i>Ordinal</i>	III.D.1
		<i>Adventure</i>	Tingkat petualangan yang dirasakan saat melakukan aktifitas di Taman Wisata Alam Kawah Papandayan	<i>Ordinal</i>	III.D.2

Recognition (X ₅)	Sebuah pengakuan dianggap penting sebagai pengacu perasaan dari pelanggan. (Otto dan Ritchie, 1996 dalam Rageh et al 2013:140).	<i>Feel</i>	Tingkat perasaan diakui oleh orang lain setelah melakukan kunjungan ke Taman Wisata Alam Kawah Papandayan	<i>Ordinal</i>	III.E.1
		<i>Confident</i>	Tingkat Percaya diri setelah melakukan kunjungan ke Taman Wisata Alam Kawah Papandayan	<i>Ordinal</i>	III.E.2
Safety (X ₆)	Adanya hubungan antara tindak kejahatan dengan kegiatan pariwisata, dan nyatanya tingkat kejahatan tersebut lebih tinggi pada daerah wisatawan (Fuji and Mak et al 1980 dalam Rageh et al 2013:140).		Tingkat keamanan akses atau jalur saat menuju Taman Wisata Alam Kawah Papandayan	<i>Ordinal</i>	III.F.1
		<i>Safety</i>	Tingkat keamanan saat beraktifitas di Taman Wisata Alam Kawah Papandayan	<i>Ordinal</i>	III.F.2
			Tingkat keamanan lingkungan sosial di Taman Wisata Alam Kawah Papandayan	<i>Ordinal</i>	III.F.3
Beauty (X ₇)	Keindahan dikarakteristikan melalui keadaan luhur dan mulia yang unik, signifikan secara psikologi dan diinginkan . (Hagman, 2002 dalam Rageh et al.,2013:141).	<i>Beauty</i>	Tingkat keindahan alam yang ada di Taman Wisata Alam Kawah Papandayan	<i>Ordinal</i>	III.G.1
			Tingkat keindahan kawah di Taman Wisata Alam Kawah Papandayan	<i>Ordinal</i>	III.G.2
		<i>Unique</i>	Tingkat keunikan kawah di Taman Wisata Alam Kawah Papandayan	<i>Ordinal</i>	III.G.3
Relational (X ₈)	Merupakan faktor penting dalam pengalaman pelanggan yang melibatkan orang dengan penggunaan	<i>Interaction</i>	Tingkat interaksi sosial yang dilakukan dengan pihak pengelola saat berada di Taman Wisata	<i>Ordinal</i>	III.H.1

	produk atau jasa. (non-Yahudi et al., 2007 dalam Rageh et al 2013:142).	Alam Kawah Papandayan		
		Tingkat interaksi sosial yang dilakukan dengan wisatawan lain saat berada di Taman Wisata Alam Kawah Papandayan	<i>Ordinal</i>	III.H.2
<i>Revisit Intention</i> (Y)	<i>Revisit intention</i> merupakan bentuk perilaku (<i>behavioral intention</i>) atau keinginan pelanggan untuk datang kembali, memberi <i>word of mouth</i> yang positif, tinggal lebih lama dari perkiraan, berbelanja lebih banyak dari perkiraan (Zeithaml et al 2009, dalam Parwati 2014:2)			
		Tingkat keinginan untuk merekomendasikan kepada teman, keluarga dan kerabat untuk berkunjung ke Taman Wisata Alam Kawah Papandayan	<i>Ordinal</i>	IV.A.1
	Keinginan untuk merekomendasikan kepada orang lain			
		Tingkat keinginan untuk membicarakan hal hal positif mengenai Taman Wisata Alam Kawah Papandayan kepada teman, keluarga dan kerabat.	<i>Ordinal</i>	IV.A.2
		Tingkat keinginan untuk berkunjung kembali ke Taman Wisata Alam Kawah Papandayan	<i>Ordinal</i>	IV.B.1
	Keinginan untuk berkunjung kembali			
		Tingkat kemungkinan untuk kembali lagi di masa yang akan datang ke Taman Wisata Alam Kawah Papandayan	<i>Ordinal</i>	IV.B.2

3.2.3 Jenis dan Sumber Data

Data merupakan sesuatu yang harus dikumpulkan lebih dulu oleh peneliti sebelum mengolahnya menjadi informasi. Menurut Silalahi (2012:280) “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.

Menurut Sanusi (2012:103) data primer adalah data yang pertama kali dicatat dan dikumpulkan oleh peneliti, sedangkan data sekunder adalah data yang sudah tersedia dan dikumpulkan oleh pihak lain.

1. Data primer merupakan suatu objek atau dokumen original-material mentah dari pelaku yang disebut “*first hand information.*” Data yang dikumpulkan dari situasi aktual ketika peristiwa terjadi. Data atau sumber primer antara lain meliputi dokumen historis dan legal, hasil dari suatu eksperimen, data statistik, lembaran-lembaran penulisan kreatif, dan objek-objek seni.
2. Data sekunder merupakan data yang dikumpulkan dari tangan kedua atau dari sumber-sumber lain yang telah tersedia sebelum penelitian dilakukan. Sumber sekunder meliputi komentar, interpretasi, atau pembahasan tentang materi *original*. Data sekunder disebut sebagai “*second hand information.*” Dalam penelitian ini, yang menjadi sumber data sekunder adalah berbagai literatur, dan karya-karya ilmiah mengenai teori *customer experienced* dan pengaruhnya terhadap *revisit intention*.
3. 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	Sumber
Data Sekunder	
Data Kunjungan wisatawan ke Indonesia	Badan Pusat Statistik 2014
Data kunjungan wisatawan ke Kabupaten Garut	Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Garut 2015
Data kunjungan wisatawan ke Taman Wisata Alam Kawah Papandayan	Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Garut 2016
Data Primer	
Tanggapan Wisatawan mengenai <i>Customer Experience</i> di Taman Wisata Alam Kawah Papandayan	Penyebaran Kuesioner pada Wisatawan yang berkunjung ke Taman Wisata Alam Kawah Papandayan.
Tanggapan Wisatawan Mengenai <i>Revisit Intention</i> ke Taman Wisata Alam Kawah Papandayan	Penyebaran Kuesioner pada Wisatawan yang berkunjung ke Taman Wisata Alam Kawah Papandayan.

Sumber : Hasil Pengolahan Data 2016

3.2.4 Populasi, Sampel Dan Teknik Sampel

3.2.4.1 Populasi

Di dalam melakukan penelitian, kegiatan pengumpulan data merupakan langkah penting guna mengetahui karakteristik dari populasi yang merupakan elemen-elemen dalam objek penelitian. Data tersebut digunakan dalam mengambil keputusan untuk menguji hipotesis.

Menurut Uma Sekaran (2013:240), Populasi mengacu pada seluruh kelompok orang, peristiwa, atau hal-hal menarik yang ingin diteliti oleh seorang peneliti. Dari pengertian diatas, dapat disimpulkan bahwa populasi bukan sekedar jumlah yang ada pada objek atau subyek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh subjek atau objek tersebut.

Berdasarkan pengertian populasi tersebut, maka yang menjadi populasi pada penelitian ini adalah seluruh wisatawan yang berkunjung ke Taman Wisata Alam Kawah Papandayan sebagai berikut :

TABEL 3.3
DATA KUNJUNGAN WISATAWAN
KE TAMAN WISATA ALAM KAWAH PAPANDAYAN

Tahun	Jumlah Wisatawan
2011	52.952
2012	44.926
2013	55.729
2014	57.684
2015	64.387

Sumber: Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Garut 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 (2013:241) sampel adalah bagian dari populasi. Sampel demikian subkelompok 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 di atas mengatakan bahwa sampel merupakan sebagian dari individu yang memiliki karakteristik tertentu untuk mewakili seluruh populasi yang diamati. Berdasarkan sampel di atas, maka sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagian dari populasi penelitian.

Untuk menentukan sampel dari populasi yang telah ditetapkan perlu dilakukan pengukuran yang dapat menghasilkan jumlah. Tabachnick dan Fidell (2013:123), mengemukakan pengukuran tersebut yaitu dengan rumus:

$$N \geq 50 + 8m$$

atau

$$N \geq 104 + m$$

Keterangan:

m = jumlah variable

N = jumlah sampel

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

$$N \geq 104 + m$$

$$N \geq 104 + 9$$

$$N \geq 113$$

Jadi dalam penelitian ini ukuran sampel minimal dalam penelitian ini adalah 113 responden. Menurut Winarno Surakhmat (2002:100) bahwa “Untuk jaminan ada baiknya sampel selalu ditambah sedikit lagi dari jumlah matematik”. Jadi dalam penelitian ini ukuran sampel minimal yang digunakan adalah 115 orang responden.

3.2.4.3 Teknik Sampling

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

Dalam penelitian ini, teknik penarikan sampel menggunakan teknik penarikan sampel probabilitas, Sekaran dan Roger (2010:270) mengungkapkan bahwa *probability sampling* adalah “*when elements in the population have a known chance of being chosen as subjects in the sample*” yang artinya ketika unsur-unsur dalam populasi telah diketahui dapat memiliki kesempatan untuk dipilih sebagai subjek dalam sampel. Teknik ini meliputi *unrestricted or simple random sampling, systematic sampling, stratified random sampling, cluster sampling, and double sampling*.

Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah *systematic random sampling* dikarenakan populasinya sejenis (homogen) dan dapat dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi tersebut. Metode tersebut dipilih agar peneliti dapat dengan mudah menentukan objek untuk dijadikan sampel dengan tetap menerapkan aturan yang mana pada setiap elemen dalam populasi memiliki peluang yang sama.

Systematic random sampling merupakan teknik *probability sampling* yang akan digunakan karena populasinya dianggap *homogeny* dan dapat digunakan tanpa pengetahuan bingkai. Berikut langkah-langkah yang dilakukan dalam melaksanakan *systematic random sampling*:

1. Menentukan responden yang akan dijadikan penelitian yaitu wisatawan yang pernah berkunjung ke Taman Wisata Alam Kawah Papandayan.
2. Menentukan sebuah *check point* pada objek yang akan diteliti, dalam hal ini adalah *check pointnya* yaitu Taman Wisata Alam Kawah Papandayan dan wisatawan yang pernah berkunjung ke Taman Wisata Alam Kawah Papandayan.
3. Menentukan waktu yang akan digunakan untuk menentukan *sampling*. Waktu yang digunakan adalah pada saat wisatawan sedang berada di Taman Wisata Alam Kawah Papandayan, maupun yang telah melakukan kunjungan ke Taman Wisata Alam Kawah Papandayan, peneliti menyebarkan kuesioner pada target responden yang dituju.
4. Melaksanakan orientasi lapangan secara cermat, terutama pada *check point*. Orientasi ini akan dijadikan dasar untuk menentukan interval pemilihan pertama, atau dasar kepadatan pengunjung, penyebaran angket dilakukan secara randomisasi (acak).
5. Menentukan ukuran sampel atau n yaitu sebanyak 115 responden.

3.2.5 Teknik Pengumpulan Data

Menurut Uma Sekaran (2013:116), 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 yang mengunjungi Taman Wisata Alam Kawah Papandayan.
2. Observasi merupakan metode pengumpulan data primer mengenai perilaku manusia serta berbagai fenomena kegiatan bisnis tanpa mengajukan pertanyaan atau intraksi dengan individu-individu yang diteliti. Observasi ini dilakukan dengan melakukan pengamatan terhadap objek yang diteliti, khususnya strategi *customer experience* yang dilakukan oleh Taman Wisata Alam Kawah Papandayan.
3. Kuisisioner merupakan teknik pengumpulan data primer yang dilakukan dengan cara menyebarkan seperangkat daftar pertanyaan tertulis. Kuisisioner berisi pertanyaan mengenai karakteristik responden, pengalaman responden di Taman Wisata Alam Kawah Papandayan dan *revisit 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. Studi literatur berupa usaha pengumpulan informasi yang berkaitan dengan teori-teori yang ada kaitannya dengan masalah dan variabel penelitian yang terdiri dari *customer experience* dan *revisit intention*. Teknik ini dilakukan untuk melengkapi data yang berkaitan dengan penelitian.

3.2.6 Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas

3.2.6.1 Hasil 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 (2013:225), 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 *customer experience* sebagai variabel X dan *revisit 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 (2008:110) 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 (2011:183)

Keterangan :

- r_1 = Koefisien validitas yang dicari
- X = Skor yang diperoleh subjek dalam setiap item
- Y = Skor total yang diperoleh subjek dari seluruh item
- $\sum X$ = Jumlah skor dalam distribusi X
- $\sum Y$ = Jumlah skor dalam distribusi Y
- $\sum X^2$ = Jumlah kuadrat masing-masing skor X
- $\sum Y^2$ = Jumlah kuadrat masing-masing skor Y
- n = Banyaknya responden

Sedangkan pengujian keberartian koefiseien korelasi (t) dilakukan dengan taraf signifikansi 5%. Rumus uji t yang digunakan 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

Pengujian validitas diperlukan untuk mengetahui apakah instrumen yang digunakan untuk mencari data primer dalam sebuah penelitian dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya terukur. Dari penelitian ini yang akan diuji adalah validitas dari instrumen *customer experience* sebagai variabel X dan *revisit intention* sebagai variabel Y . Perhitungan validitas item instrumen dilakukan dengan menggunakan program *SPSS Statistic 20 for windows*. Berikut ini adalah hasil pengujian validitas dari item pertanyaan yang diajukan peneliti kepada responden penelitian.

TABEL 3.4
HASIL UJI VALIDITAS ITEM PERTANYAAN
CUSTOMER EXPERIENCE TERHADAP REVISIT INTENTION

No.	Pertanyaan	Rhitung	Sig.	Taraf Sig.	Keterangan
<i>Customer Experience</i>					
A. Comfort					
1.	Kenyamanan fasilitas umum (toilet, tempat parkir, mushola, kios) di Taman Wisata Alam Kawah Papandayan	0,528	0,000	0,05	Valid
2.	Kenyamanan melakukan aktivitas di Taman Wisata Alam Kawah Papandayan	0,603	0,00	0,05	Valid
3.	Kenyamanan Iklim di Taman Wisata Alam Kawah Papandayan	0,371	0.000	0,05	Valid
B. Educational					
1.	Pembelajaran ketika melakukan penjelajahan di Taman Wisata Alam Kawah Papandayan	0,543	0,000	0,05	Valid
2.	Pengetahuan baru yang didapatkan setelah melakukan kunjungan ke Taman Wisata Alam Kawah Papandayan	0,539	0,00	0,05	Valid
C. Hedonic					
1.	Kesenangan yang dirasakan ketika berada di Taman Wisata Alam Kawah Papandayan	0,732	0,000	0,05	Valid
2.	Kenangan yang dirasakan setelah mengunjungi Taman Wisata Alam Kawah Papandayan	0,715	0,000	0,05	Valid
3.	Semangat yang dirasakan ketika berada di Taman Wisata Alam Kawah Papandayan	0,734	0,000	0,05	Valid

<i>D. Novelty</i>					
1.	Pengalaman baru yang didapatkan setelah berkunjung ke Taman Wisata Alam Kawah Papandayan	0,697	0,000	0,05	Valid
2.	Petualangan yang dirasakan saat melakukan aktifitas di Taman Wisata Alam Kawah Papandayan	0,724	0,000	0,05	Valid
<i>E. Recognition</i>					
1.	Perasaan diakui oleh orang lain setelah melakukan kunjungan ke Taman Wisata Alam Kawah Papandayan	0,661	0,000	0,05	Valid
2.	Percaya diri setelah melakukan kunjungan ke Taman Wisata Alam Kawah Papandayan	0,635	0,000	0,05	Valid
<i>F. Safety</i>					
1.	Keamanan akses atau jalur saat menuju Taman Wisata Alam Kawah Papandayan	0,689	0,000	0,05	Valid
2.	Keamanan saat beraktifitas di Taman Wisata Alam Kawah Papandayan	0,590	0,000	0,05	Valid
3.	Keamanan lingkungan sosial di Taman Wisata Alam Kawah Papandayan	0,665	0,001	0,05	Valid
<i>G. Beauty</i>					
1.	Keindahan alam yang ada di Taman Wisata Alam Kawah Papandayan	0,570	0,000	0,05	Valid
2.	Keindahan kawah di Taman Wisata Alam Kawah Papandayan	0,648	0,001	0,05	Valid
3.	Keunikan kawah di Taman Wisata Alam Kawah Papandayan	0,626	0,000	0,05	Valid
<i>H. Relational</i>					
1.	Interaksi sosial yang	0,729	0,000	0,05	Valid

	dilakukan dengan pihak pengelola saat berada di Taman Wisata Alam Kawah Papandayan				
2.	Interaksi sosial yang dilakukan dengan wisatawan lain saat berada di Taman Wisata Alam Kawah Papandayan	0,684	0,001	0,05	Valid
Revisit Intention					
I. Keinginan Untuk Merekomendasikan Kepada Orang Lain					
1.	Keinginan untuk merekomendasikan kepada teman, keluarga dan kerabat untuk berkunjung ke Taman Wisata Alam Kawah Papandayan	0,853	0,000	0,05	Valid
2.	Keinginan untuk membicarakan hal hal positif mengenai Taman Wisata Alam Kawah Papandayan	0,883	0,000	0,05	Valid
J. Keinginan Untuk Berkunjung Kembali					
1.	Keinginan untuk berkunjung kembali ke Taman Wisata Alam Kawah Papandayan	0,885	0,000	0,05	Valid
2.	Keinginan untuk kembali lagi di masa yang akan datang ke Taman Wisata Alam Kawah Papandayan	0,886	0,000	0,05	Valid

Sumber : Hasil Pengolahan Data 2016

3.2.6.2 Hasil Pengujian Reliabilitas

Realibilitas adalah alat yang digunakan untuk mengukur suatu kuisisioner yang merupakan indikator dari suatu variabel. Menurut Uma Sekaran (2013:225), reliabilitas adalah cara pengujian mengenai seberapaapaksistenkonsep 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 (2009:170)

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 :

σ = Varian
 $\sum x$ = Jumlah skor
 n = jumlah variabel total

TABEL 3.5
HASIL UJI RELIABILITAS CRONBACH'S ALPHA

No	Variabel	Cronbach's Alpha	Koefisien (Cronbach's Alpha)	Keterangan
1.	<i>Customer Experience</i>	0,921	0,70	Reliabel
2.	<i>Revisit Intention</i>	0,895	0,70	Reliabel

Sumber : Hasil Pengolahan Data 2016

Cronbach Alpha merupakan keadaan yang menunjukkan seberapa baik item dalam suatu kumpulan secara positif berkorelasi atau satu sama lain. *Cronbach Alpha* dihitung dalam hal rata-rata interkorelasi antar item yang mengukur konsep. Semakin dekat *Cronbach Alpha* dengan angka 1 maka semakin tinggi keandalan konsistensi internal (Sekaran, 2006 :177)

Keputusan pengujian reliabilitas ditentukan dengan menggunakan ketentuan sbagai berikut:

1. Jika *cronbach alpha* > 0,70 maka item pertanyaan dinyatakan reliabel.
2. Jika *cronbach alpha* < 0,70 maka item pertanyaan dinyatakan tidak reliabel

Perhitungan validitas dan reliabilitas pertanyaan dilakukan dengan bantuan program aplikasi SPSS 20 *for window*. Adapun langkah langkahnya sebagai berikut :

1. Buka Program SPSS
2. Buka data yang akan diuji reabilitasnya
3. Klik *Analyze* → *Scale* → *Reliability Analysis*
4. Kemudian akan muncul kotak dialog Reliability Analysis. Pindahkan semua variabel ke dalam kotak disebelah kanan dengan cara klik randa panah yang terdapat diantara kedua kotak tersebut.
5. Klik statistik kemudian akan muncul kotak dialog baru yaitu Reliability Analysis: Statistics. Beri tanda centang pada butir *Scaledan Scale if butirdeleted* pada kotak ”Descriptive for”
6. Klik Continue -> Klik Ok

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 frekuensi adalah distribusi matematika dengan tujuan memperoleh hitungan jumlah tanggapan terkait dengan nilai yang berbeda dari satu

variabel dan dua variabel mengungkapkan jumlah dalam persentase. (Naresh K. Malhotra, 2009, hlm. 480)

2. Analisis *Cross Tabulation* adalah teknik statistik yang menggambarkan dua atau lebih variabel secara bersamaan dan hasil dalam tabel yang mencerminkan distribusi gabungan dari dua atau lebih variabel yang memiliki sejumlah kategori atau nilai-nilai yang berbeda. (Naresh K. Malhotra, 2009, hlm. 493)
3. Perhitungan skor ideal digunakan untuk mengukur tinggi atau rendahnya pengaruh variabel x yang terdapat di objek penelitian. Berikut rumus untuk menghitung skor ideal.
 - a. Nilai indeks maksimum = skor tertinggi x jumlah item x jumlah responden
 - b. Nilai indeks minimum = skor terendah x jumlah item x jumlah responden
 - c. Jenjang variabel = nilai indeks maksimum – nilai indeks minimum
 - d. Jarak interval = jenjang : banyaknya kelas interval
 - e. Presentasi skor = [(total skor) : nilai maksimum] x 100%
4. Analisis data deskriptif mengenai *customer experience* di Taman Wisata Alam Kawah Papandayan melalui enam dimensi yaitu *comfort, educational, hedonic, novelty, recognition, safety, beauty, dan relational*.
5. Analisis data deskriptif mengenai *revisit intention* ke Taman Wisata Alam Kawah Papandayan.

3.2.8 Pengujian Hipotesis

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 Interval* (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 interval*. 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 :

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

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 *customer experience* yang terdiri dari *comfort*, *educational*, *hedonic*, *novelty*, *recognition*, *safety*, *beauty*, dan *relational*. Sedangkan variabel dependen (Y) yaitu *revisit intention*.

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

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + b_6X_6 + b_7X_7 + b_8X_8$$

Keterangan: Y = Subyek dalam variabel terikat yang diprediksikan (*revisit intention*)

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 X₁(*comfort*), X₂ (*educational*), X₃ (*hedonic*), X₄ (*novelty*), X₅ (*recognition*), X₆ (*safety*), X₇ (*beauty*), X₈ (*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 3.6
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 (2012:184)

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 :

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

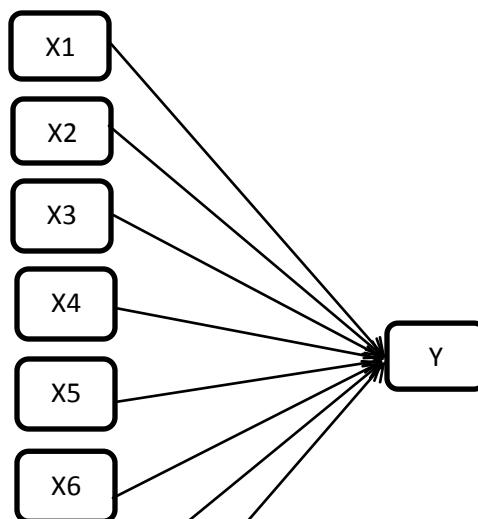
Sumber :Ghozali (2009:87)

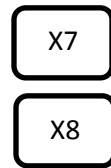
Keterangan :

KD = 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 (*educational*), X_3 (*hedonic*), X_4 (*novelty*), X_5 (*recognition*), X_6 (*safety*), X_7 (*beauty*) dan X_8 (*relational*) terhadap variabel terikat (Y) yaitu *revisit intention*. Maka terlebih dahulu hipotesis konseptual tersebut digambarkan dalam sebuah paradigma seperti gambar berikut :





GAMBAR 3.1
REGRESI LINIER BERGANDA

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

Pengujian hipotesis secara simultan dengan menggunakan uji F dihitung dengan rumus Sudjana (1996 :369)

$$F = \frac{R^2/k}{(1 - R^2)(n - k - 1)}$$

Keterangan: R = Nilai korelasi
K = Jumlah variabel independen
n = Jumlah sampel

Kriteria pengambilan keputusan untuk hipotesis yang diajukan adalah

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

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

$f_{hitung} < f_{tabel}$, artinya tidak terdapat pengaruh antara *customer experience* yang terdiri dari *comfort, educational, hedonic, novelty, recognition, safety, beauty*, dan *relational* terhadap *revisit intention*.

$t_{hitung} > t_{tabel}$, artinya terdapat pengaruh antara *customer experience* yang terdiri dari *comfort, educational, hedonic, novelty, recognition, safety, beauty*, dan *relational* terhadap *revisit intention*.

B. Secara Parsial

Pengujian hipotesis ini dengan menggunakan uji t dihitung dengan rumus Sudjana (1996 :62)

$$t = r \sqrt{\frac{n - 2}{1 - r^2}}$$

Keterangan:

r = Nilai korelasi

n = jumlah responden

r² = besarnya pengaruh

Pengujian hipotesis yang akan diuji dalam rangka pengambilan keputusan penerimaan atau penolakan hipotesis pada pengujian parsial dapat ditulis sebagai berikut

a. $t_{hitung} < t_{tabel}$, artinya tidak terdapat pengaruh yang antara *comfort* terhadap *revisit intention*.

$t_{hitung} > t_{tabel}$, artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara *comfort* terhadap *revisit intention*.

b. $t_{hitung} < t_{tabel}$, artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara *educational* terhadap *revisit intention*.

$t_{hitung} > t_{tabel}$, artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara *educational* terhadap *revisit intention*.

c. $t_{hitung} < t_{tabel}$, artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara *hedonic* terhadap *revisit intention*.

$t_{hitung} > t_{tabel}$, artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara *hedonic* terhadap *revisit intention*.

- d. $t_{hitung} < t_{tabel}$, artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan *novelty* terhadap *revisit intention*.
 $t_{hitung} > t_{tabel}$, artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara *novelty* terhadap *revisit intention*.
- e. $t_{hitung} < t_{tabel}$, artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan *recognition* terhadap *revisit intention*.
 $t_{hitung} > t_{tabel}$, artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara *recognition* terhadap *revisit intention*.
- f. $t_{hitung} < t_{tabel}$, artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan *safety* terhadap *revisit intention*.
 $t_{hitung} > t_{tabel}$, artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara *safety* terhadap *revisit intention*.
- g. $t_{hitung} < t_{tabel}$, artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan *beauty* terhadap *revisit intention*.
 $t_{hitung} > t_{tabel}$, artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara *beauty* terhadap *revisit intention*.
- h. $t_{hitung} < t_{tabel}$, artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan *relational* terhadap *revisit intention*.
 $t_{hitung} > t_{tabel}$, artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara *relational* terhadap *revisit intention*.