

## BAB III

### OBJEK DAN METODE PENELITIAN

#### 3.1. Objek Penelitian

Menurut Sugiyono (2010, hal.58), Variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya. Secara teoritis, variabel dapat didefinisikan sebagai atribut seseorang atau objek yang mempunyai “variasi” antara satu orang dengan yang lain atau satu objek dengan objek lain. Sedangkan menurut Sakaran dan Bougie (2010, hal.69) “*A variable is anything that can take differing or varying values*”. Yang artinya variabel adalah segala sesuatu yang dapat membedakan atau memiliki keragaman nilai. Definisi sederhana yang diungkapkan Silalahi (2009, hal.115) bahwa satu variabel adalah satu konsep atau konstruk yang memiliki variasi (dua atau lebih) nilai.

Penelitian ini menganalisa pengaruh *customer experience* terhadap *revisit intention* partisipan pendakian Taman Nasional Gunung Ciremai. Objek penelitian yang menjadi *independent variabel* atau variabel bebas (variabel X) yaitu *sport tourism customer experience* yang terdiri dari *hedonic enjoyment*, *social interaction*, dan *social interaction*. Selanjutnya, yang menjadi *dependent variabel* atau variabel terikat (variabel Y) yaitu *revisit intention* yang terdiri dari *Intention to Revisit* dan *Intention to Recommend*. Unit analisis penelitian ini adalah partisipan pendakian di Taman Nasional Gunung Ciremai.

Penelitian ini menggunakan pendekatan *cross sectional* karena dilakukan dalam waktu kurang dari satu tahun. Sakaran dan Bougie (2010, hal.119) mengungkapkan bahwa *cross sectional method* merupakan penelitian yang dilakukan dimana data dikumpulkan hanya sekali, mungkin dalam periode hari, minggu atau bulan dalam rangka untuk menjawab rumusan masalah. Dengan menggunakan metode ini diharapkan peneliti dapat mengungkapkan dan mengkaji

seberapa besar peranan *sport tourism customer experience* terhadap *revisit intention* partisipan pendakian di Taman Nasional Gunung Ciremai.

## 3.2 Metode Penelitian

### 3.2.1. Jenis Penelitian dan Metode yang Digunakan

Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Dalam arti luas, diungkapkan Silalahi (2009, hal.12) metode penelitian merupakan cara dan prosedur yang sistematis dan terorganisasi untuk menyelidiki suatu masalah tertentu dengan maksud mendapatkan informasi untuk digunakan sebagai solusi atas masalah tersebut. Berdasarkan penjelasan dalam bidang penelitian, maka metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian deskriptif dan verifikatif dimana dalam penelitian ini akan diuji pengaruh *sport tourism customer experience* terhadap *revisit intention* partisipan pendakian di Taman Nasional Gunung Ciremai. Sugiyono (2010, hal.35) mendefinisikan bahwa:

Penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui keberadaan variabel mandiri baik satu variabel atau lebih (variabel yang berdiri sendiri) tanpa membuat perbandingan dan/atau mencari hubungan variabel satu sama lain.

Berdasarkan definisi tersebut, maka penelitian deskriptif dapat disimpulkan sebagai penelitian yang dirancang untuk mendeskripsikan karakteristik dari sebuah populasi atau fenomena. Penelitian deskriptif bertujuan untuk memperoleh deskripsi atau gambaran mengenai *sport tourism customer experience* di Taman Nasional Gunung Ciremai dan *revisit intentions* partisipan yang melakukan pendakian.

Melalui jenis penelitian deskriptif, maka dapat diperoleh deskripsi mengenai penerapan *sport tourism customer experience* pada Sheraton Taman Nasional Gunung Ciremai serta perilaku responden melalui *revisit intention*. Sugiyono (2010:36) menjelaskan bahwa “penelitian verifikatif adalah penelitian yang membandingkan keberadaan satu variabel atau lebih pada dua atau lebih sampel yang berbeda, atau pada waktu yang berbeda.”

Sementara itu, jenis penelitian verifikatif menguji kebenaran suatu hipotesis yang dilakukan melalui pengumpulan data di lapangan, dalam hal ini penelitian verifikatif bertujuan untuk mengetahui pengaruh *sport tourism customer experience* terhadap *revisit intention*. Arikunto (2009, hal.7) mengungkapkan mengenai penelitian verifikatif pada dasarnya ingin menguji kebenaran pengumpulan data di lapangan. Melalui penelitian ini data-data dikumpulkan dari sumber data primer dan sekunder, dimana data primer ini diperoleh dengan menyebarkan kuisisioner kepada tamu yang dijadikan sampel agar memperoleh fakta yang relevan dan *up to date*. Sifat verifikatif pada dasarnya ingin menguji kebenaran dari suatu hipotesis yang dilaksanakan melalui pengumpulan data di lapangan, dalam hal ini penelitian verifikatif bertujuan untuk mengetahui pengaruh *sport tourism customer experience* terhadap *revisit intention* partisipan Taman Nasional Gunung Ciremai.

Berdasarkan jenis penelitiannya yaitu penelitian deskriptif dan verifikatif, maka metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah *explanatory survey*. Metode *explanatory survey* menurut Sugiyono (2010, hal.7) adalah:

Metode penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil, tetapi data yang dipelajari adalah data dari sampel yang diambil dari populasi tersebut. Sehingga ditemukan kejadian-kejadian relatif, distribusi dan hubungan-hubungan antar variabel sosiologis maupun psikologis.

Silalahi (2009, hal.30) menyatakan bahwa penelitian eksplanatori bertujuan untuk menjelaskan hubungan antara dua atau lebih gejala atau variabel.

### 3.3 Operasionalisasi Variabel

Menurut Silalahi (2009, hal.201) operasionalisasi variabel merupakan kegiatan mengurai variabel menjadi sejumlah variabel operasional atau variabel empiris (indikator,item) yang merujuk langsung pada hal-hal yang dapat diamati atau diukur. Penelitian ini meliputi dua variabel inti, yaitu variabel bebas dan variabel terikat. Hermawan (2006, hal.53) menjelaskan bahwa yang dimaksud dengan variabel bebas dan variabel terikat yaitu:

Variabel bebas (*independent variable* atau *predictor variable*) merupakan variabel yang mempengaruhi variabel terikat secara positif. Sedangkan variabel terikat (*dependent variable*) merupakan variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas.

Adrian Fauzi, 2016

**PENGARUH SPORT TOURISM CUSTOMER EXPERIENCE TERHADAP REVISIT INTENTION DI TAMAN NASIONAL GUNUNG CIREMAI**

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

Variabel yang diteliti dalam penelitian ini adalah *sport tourism customer experience* sebagai variabel bebas (*independent*) yang terdiri dari *hedonic enjoyment*, *personal progression*, dan *social interaction*. dan variabel *revisit intentions* sebagai variabel terikat (*dependent*) yang terdiri dari *Intention to Revisit* dan *Intention to Recommend*.

Penelitian ini menggunakan skala ordinal. Secara lebih rinci, operasionalisasi masing-masing variabel itu dapat terlihat dalam Tabel 3.1 berikut:

**TABEL 3.1**  
**OPERASIONALISASI VARIABEL**

Variabel/Sub Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
1	2	3	4	5	6
<i>Sport Tourism Customer Experience</i> (X)	'Customers' comprehensive assessment of social interaction, personal hedonic benefits, destination attributes, their relationship to the environment (social and nature) and their personal growth related to challenges and sense of komunitas.' Sebuah penilaian pelanggan yang komprehensif melalui interaksi social, manfaat kesenangan pribadi, atribut dari suatu destinasi, hubungan pelanggan dengan lingkungan (alam dan social) dan pertumbuhan pribadi pelanggan terkait tantangan dan rasa kebersamaan dengan komunitas. Klaus, Ph. And Maklan, S. (2011)				
<i>Hedonic Enjoyment</i> (X1)	<i>Hedonic Enjoyment</i> merupakan faktor penting dalam sebuah pengalaman, menangkap kesenangan dan kegembiraan yang dirasakan dan pengalaman yang diterima oleh peserta/partisipan, digambarkan sebagai bagian langsung, subjektif dan emosional dari suatu pengalaman Klaus, Ph. And Maklan, S. (2011)	<i>1. Fun</i>	Tingkat pengalaman yang menyenangkan ketika melakukan pendakian	Ordinal	1
		<i>2. Excitement</i>	Tingkat pengalaman yang ceria ketika melakukan pendakian	Ordinal	2
			Tingkat pengalaman suka cita ketika melakukan pendakian	Ordinal	3
			Tingkat pengalaman yang menggebu-gebu ketika berada di Taman Nasional Gunung Ciremai	Ordinal	4
		<i>3. Enjoyment</i>	Tingkat menikmati pengalaman ketika	Ordinal	5

Adrian Fauzi, 2016

**PENGARUH SPORT TOURISM CUSTOMER EXPERIENCE TERHADAP REVISIT INTENTION DI TAMAN NASIONAL GUNUNG CIREMAI**

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

Variabel/Sub Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
1	2	3	4	5	6
			melakukan pendakian Tingkat menikmati pengalaman ketika melakukan pendakian untuk kepentingan pribadi	Ordinal	6
<b>Personal Progression (X2)</b>	Tujuan, Tantangan, pengaruh rekan dan motivasi diri merupakan dimensi dari <i>Personal Pogrression</i> . Membuat 'kemajuan, meningkatkan keterampilan dan teknik mendaki, adalah nilai yang besar untuk pendakian. Tidak peduli seberapa besar perkembangan pribadi dicapai, melainkan pengalaman dan hasil akhir adalah bagian terpenting. Klaus, Ph. And Maklan, S. (2011)	<b>1. Goal</b>	Tingkat mendapatkan pengalaman mencapai tujuan pendakian sampai puncak TNGC	Ordinal	7
			Tingkat pengalaman menjadi fokus utama bagi partisipasi ketika melakukan pendakian di TNGC.	Ordinal	8
		<b>2. Challenge</b>	Tingkat tantangan yang dirasakan ketika melakukan pendakian di TNGC	Ordinal	9
			Tingkat kemampuan yang dimiliki ketika melakukan pendakian di TNGC.	Ordinal	10
		<b>3. Coaching</b>	Tingkat dibimbing oleh pendaki senior saat melakukan pendakian di TNGC.	Ordinal	11
	Tingkat keefektifitan instruksi oleh pendaki senior saat melakukan pendakian di TNGC.	Ordinal	12		
	<b>4. Peer Infuence</b>	Tingkat dorongan mental dari antar tim pendaki saat melakukan pendakian di TNGC.	Ordinal	13	

Variabel/Sub Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
1	2	3	4	5	6
			Tingkat adanya kemajuan dalam kemampuan mendaki dari antarsesama tim pendaki saat melakukan pendakian di TNGC.	Ordinal	14
		<b>5. Self Motivation</b>	Tingkat pembelajaran akan kemajuan dalam melakukan pendakian	Ordinal	15
<b>Social Interaction (X3)</b>	<i>Social Interaction</i> menggambarkan rasa memiliki terhadap sebuah komunitas dimana anggota berababagi kesamaan. Pengalaman ini berkaitan dengan semua interaksi ketika melakukan pendakian bersama rekan team saat melakukan pendakian. Klaus, Ph. And Maklan, S. (2011)	<b>Communitas</b>	Tingkat saling memiliki antar team pendaki ketika melakukan pendakian di TNGC	Ordinal	16
			Tingkat berbagi kesamaan dengan team ketika melakukan pendakian di TNGC	Ordinal	17
			Tingkat hubungan dengan lingkungan ketika melakukan pendakian di TNGC	Ordinal	18
<b>Revisit Intention (Y)</b>	<i>Revisit Intention</i> adalah kemungkinan wisatawan untuk mengulangi aktifitas atau berkunjung ulang ke suatu destinasi. Baker dan Crompton dalam Chung-Hslen Lin (2012)				
	Niat wisatawan untuk mengulang aktifitas dan berkunjung kembali ke Taman Nasional Gunung Ciremai.	<b>Intention to Revisit</b>	Tingkat keinginan untuk mengulang aktifitas pendakian dan berkunjung kembali ke Taman Nasional Gunung Ciremai	Ordinal	19

Variabel/Sub Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
1	2	3	4	5	6
			Tingkat kesediaan mengeluarkan biaya lebih ketika melakukan pendakian di Taman Nasional Gunung Ciremai	Ordinal	20
			Tingkat menjadikan Taman Nasional Gunung Ciremai sebagai pilihan utama	Ordinal	21
			Tingkat keinginan mengulang aktifitas pendakian dan berkunjung kembali dengan resiko yang akan dihadapi di Taman Nasional Gunung Ciremai	Ordinal	22
	Niat partisipan untuk merekomendasikan Taman Nasional Gunung Ciremai kepada orang lain (teman, kerabat, atau keluarga)	<i>Intention to Recommend</i>	Tingkat kesedian untuk merekomendasikan kepada teman, kerabat, atau keluarga untuk melakukan pendakian ke Taman Nasional Gunung Ciremai	Ordinal	23
			Tingkat frekuensi merekomendasikan Taman Nasional Gunung Ciremai kepada orang lain	Ordinal	24
			Tingkat frekuensi membicarakan hal-hal positif tentang Taman Nasional Gunung Ciremai kepada orang lain	Ordinal	25

Sumber: Modifikasi Peneliti dari Berbagai Literatur : (2016)

Adrian Fauzi, 2016

**PENGARUH SPORT TOURISM CUSTOMER EXPERIENCE TERHADAP REVISIT INTENTION DI TAMAN NASIONAL GUNUNG CIREMAI**

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

### 3.4 Jenis dan Sumber Data

Menurut Arikunto (2007, hal.129), sumber data adalah subjek dari mana data diperoleh. Menurut Silalahi (2009, hal.280) data merupakan hasil pengamatan dan pengukuran empiris yang mengungkapkan fakta tentang karakteristik dari suatu gejala tertentu. Berdasarkan jenis, data dibedakan menjadi dua yaitu data primer dan data sekunder. Menurut Hermawan (2009,hal.168) yang dimaksud dengan data primer dan data sekunder adalah:

1. Data primer (*primary data source*)

Data primer merupakan data yang dikumpulkan secara langsung oleh peneliti untuk menjawab masalah atau tujuan penelitian yang dilakukan dalam penelitian eksploratif, deskriptif maupun kausal dengan menggunakan metode pengumpulan data berupa *survey* maupun observasi.

2. Data sekunder (*secondary data source*)

Data sekunder merupakan struktur data historis mengenai variabel-variabel yang telah dihimpun sebelumnya oleh pihak lain. Sumber data sekunder dapat diperoleh dari dalam suatu perusahaan (sumber internal), media internet, *website*, perpustakaan, maupun lembaga pendidikan.

Data dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini, dapat dilihat pada Tabel 3.2. berikut:

**TABEL 3.2**  
**JENIS DAN SUMBER DATA**

Data	Jenis Data	Sumber Data	Temuan		
			T1	T2	T3
Profil perusahaan, struktur organisasi, data pelanggan, produk dan jasa perusahaan	Sekunder	<i>Pengelola Taman Nasional Gunung Ciremai</i>	√	-	-
Karakteristik Responden	Primer	Partisipan yang melakukan pendakian di Taman Nasional Gunung Ciremai	√	√	√
Faktor dominan <i>Customer Experience</i>	Primer	Partisipan yang melakukan pendakian di Taman Nasional Gunung Ciremai	√	-	√

Adrian Fauzi, 2016

**PENGARUH SPORT TOURISM CUSTOMER EXPERIENCE TERHADAP REVISIT INTENTION DI TAMAN NASIONAL GUNUNG CIREMAI**

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

Gambaran <i>Revisit Intention</i>	Primer	Partisipan yang melakukan pendakian di Taman Nasional Gunung Ciremai	-	√	√
-----------------------------------	--------	--	---	---	---

Sumber: Hasil pengolahan berbagai sumber, 2016

Keterangan :

T1: Untuk mengetahui tanggapan tamu mengenai peranan *customer experience*.

T2: Untuk mengetahui tanggapan tamu mengenai *revisit intention*.

T3: Untuk mengetahui pengaruh *customer experience* terhadap *revisit intention*.

### 3.5 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

#### 3.5.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2010, hal.80), “Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”. Sedangkan Sekaran dan Bougie (2010, hal.262) menyatakan bahwa *the population refers to the entire group of people, events, or things of interest that the researcher wishes to investigate*. Jadi, Populasi merupakan sekelompok orang, kejadian, atau segala sesuatu yang memiliki karakteristik tertentu yang ingin peneliti teliti. Di dalam pengumpulan dan menganalisa suatu data, langkah pertama yang sangat penting adalah menentukan populasi terlebih dahulu.

Berdasarkan pengertian populasi tersebut, maka populasi dalam penelitian ini adalah seluruh partisipan melakukan pendakian di Taman Nasional Gunung Ciremai. Data mengenai jumlah kunjungan di Taman Nasional Gunung Ciremai didapat dari pengelola Taman Nasional Gunung Ciremai yang menunjukkan bahwa pada tahun 2015 sebanyak 39.727 partisipan yang melakukan pendakian ke Taman Nasional Gunung Ciremai. Dikarenakan penelitian ini dilakukan kepada partisipan yang melakukan pendakian di Taman Nasional Gunung Ciremai, maka berdasarkan data dari pengelola Taman Nasional Gunung Ciremai populasi dalam penelitian ini adalah sebanyak 39.727 partisipan yang melakukan pendakian di tahun 2015.

### 3.5.2 Sampel

Pada umumnya penelitian yang dilakukan tidak meneliti semua populasi. Hal tersebut disebabkan karena beberapa faktor seperti keterbatasan dana dan waktu yang tersedia. Oleh karena itu, peneliti mengambil sebagian dari populasi yang disebut sebagai sampel. Sugiyono (2008, hal.73) mengungkapkan bahwa:

Dalam populasi besar peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga, dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Apa yang dipelajari dari sampel itu kesimpulannya akan diberlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus benar-benar representatif (mewakili).

Sampel menurut Sugiyono (2010, hal.81), “Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.” Bila populasi besar, dan penelitian tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga, dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi tersebut. Sedangkan menurut Arikunto (2008, hal.109) mendefinisikan sampel adalah “sebagian atau wakil populasi yang diteliti.” Sedangkan menurut Uma Sekaran dan Roger Bougie (2010, hal.263) mendefinisikan sampel adalah *‘a sample is subset of the population. It comprises some members selected from it. In other word, some but not all elements of the population from the sample.’*

Dari berbagai definisi sampel seperti yang telah dijelaskan sebelumnya jelas bahwa penarikan sampel ditujukan untuk memudahkan peneliti dalam melakukan penelitian. Sampel merupakan perwakilan dari populasi penelitian. Dengan adanya sampel, maka waktu, tenaga dan biaya yang dikeluarkan oleh peneliti menjadi lebih efisien.

Menurut Husein (2008, hal.59), mengemukakan bahwa untuk menghitung besarnya ukuran sampel, dapat dilakukan dengan menggunakan rumus Slovin. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan rumus sederhana dalam menentukan ukuran sampel yang dikembangkan oleh Slovin yang dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut:

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

Berdasarkan rumus Slovin, maka ukuran sampel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

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

$$n = \frac{39.727}{1 + 39.727 \times 0,1^2} = 99,99 \approx 100$$

= 99,99 dibulatkan menjadi 100.

Sampel yang akan diambil dalam penelitian ini adalah sampel yang akan dijadikan responden yaitu para pengunjung yang melakukan pendakian di Taman Nasional Gunung Ciremai. Berdasarkan hasil perhitungan tersebut, dengan  $e = 0,1$  di dapatkan jumlah minimal sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 100 orang.

Keterangan:  $n$  = ukuran sampel  
 $N$  = ukuran populasi  
 $e$  = presentase kelonggaran penelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditolerir ( $e=0,1$  atau 10%).

Ukuran sampel dalam penelitian ini sebanyak 90 orang. Karena objek penelitian ini ada dua yaitu partisipan Jawa Barat dan Luar Jawa Barat maka rumus untuk menentukan sampel masing-masing partisipan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$n_i = \frac{N_i}{N} \times n$$

Keterangan: N = ukuran populasi  
 Ni = ukuran populasi stratum  
 n = ukuran sampel keseluruhan  
 ni = ukuran sampel

Dengan menggunakan rumus diatas maka dapat dilihat alokasi sampel dalam Tabel 3.3

**TABEL 3.3**  
**PROPOSISI SAMPEL**

NO.	REGIONAL	JUMLAH PARTISIPAN	RUMUS SAMPEL	JUMLAH SAMPEL
1.	Jalur Pendakian Linggarjati/Cibunar	13.900	$\frac{13.900}{39.727} \times 100$	35
2.	Jalur Pendakian Palutungan	12.300	$\frac{12.300}{39.727} \times 100$	31
3	Jalur Pendakian Apuy	11.827	$\frac{11.827}{39.727} \times 100$	30
4	Jalur Pendakian Linggasana	1.700	$\frac{1.700}{39.727} \times 100$	4
	<b>JUMLAH</b>	<b>39.727</b>		<b>100</b>

Sumber: Pengolahan Data 2016

### 3.5.3 Teknik Sampling

Menurut Sugiyono (2012:217), teknik Sampling merupakan teknik pengambilan sampel untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian, pada dasarnya ada dua tipologi dari teknik pengambilan sampel yaitu *Probability sampling* dan *nonprobability sampling*. Sugiyono (2012, hal.118) mengungkapkan bahwa *Probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel

Adrian Fauzi, 2016

**PENGARUH SPORT TOURISM CUSTOMER EXPERIENCE TERHADAP REVISIT INTENTION DI TAMAN NASIONAL GUNUNG CIREMAI**

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

yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi yang dipilih menjadi anggota sampel, sedangkan *Nonprobability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk menjadi sampel.

Menurut Sugiyono (2012, hal.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 penelitian ini menggunakan teknik *nonprobability sampling* dengan spesifikasi yang digunakan *purposive sampling*. Menurut Sugiyono (2013, hal.218-219) *purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu. Pertimbangan tertentu ini, misalnya orang tersebut yang dianggap paling tahu tentang apa yang kita harapkan, atau mungkin dia sebagai penguasa sehingga akan memudahkan peneliti menjelajahi obyek atau situasi sosial yang diteliti. Sesuai dengan sampel yang telah dipertimbangkan, maka responden untuk penelitian ini adalah 100 responden yang merupakan partisipan *nonprobability* yang sudah melakukan pendakian di TNGC.

### **3.6 Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data merupakan suatu proses pengadaan untuk keperluan penelitian dimana data yang terkumpul adalah untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan. Teknik pengumpulan data yang digunakan penulis adalah:

#### **a. Wawancara**

Pengumpulan data yang dilaksanakan pada pihak pengelola untuk memperoleh data primer mengenai objek wisata dan kepada responden

Adrian Fauzi, 2016

**PENGARUH SPORT TOURISM CUSTOMER EXPERIENCE TERHADAP REVISIT INTENTION DI TAMAN NASIONAL GUNUNG CIREMAI**

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

yang memutuskan untuk berpartisipasi dalam kegiatan wisata olahraga pendakian ke Taman Nasional Gunung Ciremai.

b. Observasi

Observasi dilakukan dengan meninjau serta melakukan pengamatan langsung terhadap objek yang diteliti Taman Nasional Gunung Ciremai, khususnya mengenai strategi-strategi yang dilakukan dan pengaruhnya terhadap *revisit intention*.

c. Angket

Menurut Sugiyono (2008, hal.142) angket atau kuesioner merupakan, “Teknik cara pengumpulan data dengan memberikan beberapa pertanyaan secara tertulis kepada responden dalam penelitian untuk dijawab”. Kuesioner berisi pertanyaan dan pernyataan mengenai karakteristik responden dan pengalaman responden. Pada penelitian ini menggunakan angket secara online.

d. Studi Literatur

Studi literatur merupakan usaha untuk mengumpulkan informasi yang berhubungan dengan teori-teori yang ada kaitannya dengan masalah dan variabel-variabel yang diteliti yang terdiri dari *customer experience* dan *revisit intention*. Studi literatur tersebut didapat dari berbagai sumber, yaitu:

- a. Perpustakaan Universitas Pendidikan Indonesia
- b. Disertasi dan Skripsi penelitian terdahulu
- c. Jurnal *Sport Tourism Marketing*
- d. Media Elektronik (*Internet*)

### 3.7 Pengujian Validitas dan Reliabilitas

#### 3.7.1 Pengujian Validitas

Mengingat pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuisisioner maka setelah data yang diperoleh dari responden melalui kuisisioner terkumpul, langkah selanjutnya adalah mengolah dan menafsirkan data sehingga dari hasil

tersebut dapat dilihat apakah antara variabel X (*sport tourism customer experience*), dapat meningkatkan atau tidak pada variabel Y (*revisit intention*).

Menurut Sugiyono (2010, hal.455) “Variabel merupakan derajat ketetapan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek penelitian dengan data yang dapat dilaporkan oleh peneliti.” Dengan demikian data yang sesungguhnya pada objek penelitian.

Pengujian Validasi dapat menggunakan korelasi sederhana atau sering kali disebut korelasi Pearson dimana teknik korelasi ini masuk kategori statistic parametric sehingga ada syarat-syarat yang harus terpenuhi diantaranya:

- a. Dan berskala interval atau rasio
- b. Sebaran data mengikuti distribusi kurva normal
- c. Teknik sampling sebaiknya *probability sampling*

Berdasarkan ukuran statistik, bila ternyata skor semua item disusun berdasarkan dimensi konsep korelasi dengan skor totalnya, maka dikatakan bahwa alat ukur tersebut mempunyai validitas. Pengujian validitas dilakukan dengan mengkorelasi antar skor item-item instrument dengan rumus *Product Moment Perason*, yaitu:

$$r = \frac{n \sum XY - (\sum X \times \sum XY)}{\sqrt{n \sum x^2 - (\sum x)^2} \times \sqrt{(n \sum x^2 - (\sum x)^2)}}$$

(HuseinUmar, 2008, hal.166) dan Tony Wijaya, 2013, hal.52)

Dimana:

r : Koefisien korelasi antara variabel X dan Y, dua variabel yang dikorelasikan.

X : Skor yang diperoleh subjek dari seluruh item

Y : Skor total

$\sum X$  : Jumlah skor dalam distribusi X

$\sum Y$  : Jumlah skor dalam distribusi Y

$\sum Y^2$  : Jumlah kuadrat dalam skor distribusi Y

$\sum X^2$  : Jumlah kuadrat dalam skor distribusi X

n : Banyaknya responden

Dimana  $r$  = koefisien korelasi antara variabel X dan variabel Y, dua variabel yang dikorelasikan.

Keputusan pengujian validitas item instrumen, adalah sebagai berikut:

- a. Item pertanyaan yang diteliti dikatakan valid jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$
- b. Item pertanyaan yang diteliti dikatakan tidak valid jika  $r_{hitung} < r_{tabel}$

Dalam penelitian ini, yang akan diuji adalah validitas dari variabel *sport tourism customer experience* sebagai instrumen variabel X dan variabel *revisit intention* sebagai instrumen variabel Y. Perhitungan validitas item instrumen dilakukan dengan bantuan program SPSS 20 for windows. Pengujian validitas pada penelitian ini diimplementasikan pada program SPSS, berikut langkah-langkahnya:

1. Masukan data pada program SPSS
2. Klik *Analyze* → pilih *Correlate* → Pilih *Bivariate*
3. a. Masukan data ke kotak variabel
  - b. Pilih *Correlation Coeficicents: Pearson*
  - c. Abaikan yang lain dan pilih OK

Untuk mengadakan interpretasi mengenai besarnya koefisien korelasi, dapat dilihat pada Tabel 3.3 berikut:

**TABEL 3.4**  
**KLASIFIKASI PENGUJIAN HUBUNGAN**

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 - 0,199	Sangat Rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Cukup
0,60 – 0,799	Tinggi
0,80 – 1,000	Sangat Tinggi

Sumber: Suharsimi Arikunto (2008, hal.245)

Keputusan pengujian validitas item instrumen adalah sebagai berikut:

- a. Item pertanyaan yang diteliti dikatakan valid jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$
- b. Item pertanyaan yang diteliti dikatakan tidak valid jika  $r_{hitung} < r_{tabel}$

Perhitungan validitas item instrumen dilakukan dengan bantuan program SPSS 20 for windows. Berdasarkan hasil perhitungan SPSS 20 for windows, diperoleh hasil pengujian validitas sebagai berikut:

Adrian Fauzi, 2016

**PENGARUH SPORT TOURISM CUSTOMER EXPERIENCE TERHADAP REVISIT INTENTION DI TAMAN NASIONAL GUNUNG CIREMAI**

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

**TABEL 3.5**  
**HASIL UJI VALIDITAS *SPORT TOURISM CUSTOMER EXPERIENCE***  
**DAN *REVISIT INTENTION* INSTRUMEN PENELITIAN**

No Item	Pertanyaan	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
<b><i>SPORT TOURISM CUSTOMER EXPERIENCE</i></b>				
<b><i>Hedonic Enjoyment</i></b>				
1.	Partisipan merasa senang ketika melakukan pendakian di TNGC	0,700	0,361	Valid
2.	Partisipan merasa ceria ketika melakukan pendakian di TNGC	0,590	0,361	Valid
3	Melakukan pendakian di TNGC membuat partisipan merasakan pengalaman suka cita	0,627	0,361	Valid
4	Partisipan merasa Gembira ketika berada di TNGC	0,765	0,361	Valid
5	Partisipan menikmati pengalaman ketika melakukan pendakian di TNGC	0,772	0,361	Valid
6	Pengalaman aktivitas pendakian untuk kepentingan pribadi	0,392	0,361	Valid
<b><i>Personal Progression</i></b>				
7	Partisipan mendapatkan pengalaman mencapai tujuan pendakian sampai puncak TNGC	0,630	0,361	Valid
8	Pengalaman menjadi fokus utama bagi partisipan ketika melakukan pendakian di TNGC	0,646	0,361	Valid
9	Partisipan merasakan tantangan ketika melakukan pendakian di TNGC	0,649	0,361	Valid
10	Partisipan mengetahui kemampuan yang dimiliki ketika melakukan pendakian di TNGC.	0,524	0,361	Valid
11	Partisipan mendapatkan bimbingan oleh pendaki senior saat melakukan pendakian di TNGC	0,551	0,361	Valid
12	Partisipan mendapatkan keefektifan instruksi oleh pendaki senior saat melakukan pendakian di TNGC	0,472	0,361	Valid
13	Partisipan mendapat dorongan mental dari antar tim pendaki saat melakukan pendakian di TNGC	0,696	0,361	Valid

Adrian Fauzi, 2016

**PENGARUH *SPORT TOURISM CUSTOMER EXPERIENCE* TERHADAP *REVISIT INTENTION* DI TAMAN NASIONAL GUNUNG CIREMAI**

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

14	Partisipan merasa adanya kemajuan dalam kemampuan mendaki dari antar sesama tim pendaki saat melakukan pendakian di TNGC	0,608	0,361	Valid
15	Partisipan mendapat pembelajaran akan kemajuan dalam melakukan pendakian	0,704	0,361	Valid
<b><i>Learning and Challenging</i></b>				
16	Partisipan merasa saling memiliki antar tim pendaki ketika melakukan pendakian di TNGC	0,812	0,361	Valid
17	Partisipan berbagi kesamaan dengan tim ketika melakukan pendakian di TNGC	0,831	0,361	Valid
18	Partisipan mendapat hubungan dengan lingkungan ketika melakukan pendakian di TNGC	0,797	0,361	Valid
<b><i>REVISIT INTENTION</i></b>				
19	Keinginan untuk mengulang pendakian dan berkunjung kembali ke TNGC	0,573	0,361	Valid
20	Keinginan untuk mengulang pendakian dan berkunjung kembali ke TNGC meskipun biaya lebih mahal	0,819	0,361	Valid
21	Keinginan partisipan menjadikan TNGC sebagai pilihan utama	0,804	0,361	Valid
22	Keinginan untuk mengulang aktifitas pendakian dan berkunjung kembali ke TNGC meskipun terdapat risiko yang akan dihadapi	0,771	0,361	Valid
23	Kesediaan untuk merekomendasikan kepada teman, kerabat, atau keluarga untuk melakukan pendakian di TNGC	0,917	0,361	Valid
24	Frekuensi merekomendasikan TNGC kepada orang lain	0,947	0,361	Valid
25	Frekuensi membicarakan hal-hal positif tentang TNGC kepada orang lain	0,880	0,361	Valid

Sumber: Pengolahan data, 2016

### 3.7.2 Pengujian Reliabilitas

Reliabilitas berkenaan dengan derajat konsistensi dan stabilitas data atau temuan. Dalam pandangan kuantitatif suatu data dinyatakan reliabel apabila dua atau lebih peneliti sama dalam waktu berbeda menghasilkan data yang sama (Sugiyono 2010, hal.456). Reliabilitas terbagi menjadi dua yaitu reliabilitas eksternal dan reliabilitas internal. Seperti halnya validitas, dua nama ini sebenarnya menunjuk pada cara menguji tingkat reliabilitas. Jika ukurannya

Adrian Fauzi, 2016

**PENGARUH SPORT TOURISM CUSTOMER EXPERIENCE TERHADAP REVISIT INTENTION DI TAMAN NASIONAL GUNUNG CIREMAI**

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

berada di luar instrumen maka dari hasil pengujian ini diperoleh reliabilitas eksternal. Sebaliknya jika perhitungan dilakukan berdasarkan data instrumen tersebut saja, akan menghasilkan reliabilitas internal (Arikunto, 2009, hal.158).

Pengujian reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan rumus *Cronbach alpha*, yaitu:

$$r_i = \left[ \frac{k}{k-1} \right] \left[ 1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right]$$

Sumber: Husein Umar (2008, hal.125)

$r_i$  = Reliabilitas Instrumen

$k$  = Banyaknya Butir Pertanyaan

$\sigma_t^2$  = Varians Total

$\sum \sigma_b^2$  = Jumlah Variabel Total

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

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

Sumber: Husein Umar (2008, hal.172)

Keterangan:

$\sigma^2$  = Varian

$\sum x$  = Jumlah skor

$n$  = jumlah variabel total

Menurut Imam Ghozali (2011), nilai koefisien reliabilitas yang baik adalah diatas 0,70.

Keputusan uji reliabilitas ditentukan dengan ketentuan sebagai berikut:

- 1) Jika koefisien internal seluruh item  $r_{hitung} \geq 0,70$  maka item pertanyaan dikatakan realibel.
- 2) Jika koefisien internal seluruh  $r_{hitung} < 0,70$  maka item pertanyaan dikatakan tidak realibel.

Reliabilitas dapat diketahui dengan menggunakan software komputer *Statistic Product do Service Solution (SPSS) 20 for windows*. Hal ini dikarenakan

$\sigma$  masing-masing variabel lebih besar dibandingkan dengan koefisien *alpha cronbach* yang bernilai 0,70

Koefisien *alpha cronbach* merupakan statistik paling umum yang digunakan untuk reliabilitas semua instrumen. Berikut ini adalah hasil pengujian reliabilitas instrumen penelitian. Pengujian reliabilitas pun dapat menggunakan program SPSS. Berikut langkah-langkahnya:

1. Masukkan data pada program data SPSS
2. Klik *Analyze* → pilih *Scale* → pilih *Reliability Analysis*
3. Pada kotak *Reliability Analysis*:
  - a. Masukkan semua item data, kecuali Total Item pada kotak Variabels
  - b. Pilih model *reliability* yang disesuaikan dengan rumus yang digunakan (pada kasus ini menggunakan Alpha)
  - c. Klik *Statistic*: pilih item, *Scale if item deleted* dan *correlations*
  - d. Kemudian klik OK

Berikut ini adalah hasil pengujian reliabilitas instrumen penelitian dapat dilihat pada tabel 3.6

**TABEL 3.6**  
**HASIL UJI RELIABILITAS INSTRUMEN PENELITIAN**

No	Variabel	R <sub>hitung</sub> (Alpha Cronbach)	R <sub>tabel</sub>	Keterangan
1	<i>Sport Tourism Customer Experience</i>	0,847	0,70	Reliabel
2	<i>Revisit Intention</i>	0,793	0,70	Reliabel

Berdasarkan Tabel 3.6 dapat diketahui bahwa hasil tingkat reliabilitas *Sport Tourism Customer Experience* sebesar 0,847 dan tingkat reliabilitas *Revisit Intention* sebesar 0,793. Dengan demikian penelitian ini dapat dikatakan reliabel, karena memiliki nilai koefisien internal seluruh  $r_{hitung}$  lebih dari 0,70.

### 3.7.3 Rancangan Analisis Data

Data yang diperoleh dan dikumpulkan kemudian diolah dan dianalisis.

Tujuan pengolahan data adalah untuk memberikan keterangan yang berguna, serta  
Adrian Fauzi, 2016

**PENGARUH SPORT TOURISM CUSTOMER EXPERIENCE TERHADAP REVISIT INTENTION DI  
TAMAN NASIONAL GUNUNG CIREMAI**

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

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.

### 3.7.3.1 Rancangan Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul dari kuesioner mengenai tanggapan responden terhadap *sport tourism customer experience* dan *revisit intention* partisipan Taman Nasional Gunung Ciremai. Model desain kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini adalah model kuesioner tertutup sehingga responden cukup memberi tanda (x) pada jawaban sesuai dengan pilihan responden. Menurut Taniredja dan Mustafidah (2011, hal.44) kuesioner tertutup adalah “Jenis kuesioner di mana setiap pertanyaan dan pernyataan telah tersedia jawabannya sehingga responden tinggal memilih.”

Alat penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuisisioner (angket). Kuisisioner ini disusun oleh peneliti berdasarkan variabel yang terdapat dalam penelitian. Yaitu memberikan keterangan mengenai *sport tourism customer experience* (X) yang terdiri dari *hedonic enjoyment* (X1), *personal progression* (X2), *social interaction*(X3).

Teknik analisis data merupakan cara untuk mengukur, mengolah dan menganalisis data tersebut. Tujuan pengolahan data adalah untuk memberikan keterangan yang berguna serta menguji hipotesis yang telah dirumuskan dalam penelitian ini. Dengan demikian, teknik analisis data diarahkan pada pengujian hipotesis serta menjawab masalah yang diajukan.

Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif untuk mendeskripsikan variabel-variabel penelitian, antara lain:

- a. Analisis deskriptif tentang *sport tourism customer experience* di Taman Nasional Gunung Ciremai yang terdiri dari dimensi *hedonic enjoyment*, *personal progression*, dan *social interaction*.

- b. Analisis deskriptif tentang *revisit intention* di Dago Taman Nasional Gunung Ciremai yang terdiri dari *intention to revisit* dan *intention to recommend*.

### 3.7.3.2 Pengujian Hipotesis

Penelitian ini menggunakan data ordinal seperti dijelaskan dalam operasional variabel sebelumnya. Oleh karena itu semua data ordinal yang terkumpul terlebih dahulu ditransformasikan menjadi skala interval dengan cara MSI (*Method Successive Interval*). Setelah seluruh data berskala interval, selanjutnya akan ditentukan pasangan data variabel independent dengan variabel dependen serta ditentukan yang berlaku untuk pasangan-pasangan tersebut.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi berganda yaitu didasarkan pada hubungan fungsional ataupun kausal yang dilakukan bila jumlah variabel independennya minimal dua (Sugiono, 2010, hal.277). Dalam penelitian ini analisis regresi linier berganda yang digunakan untuk mengetahui pengaruh antara variabel independent (X) yaitu *sport tourism customer experience* yang terdiri dari *hedonic enjoyment (X1)*, *personal progression (X2)*, *social interaction (X3)* terhadap variabel dependen (Y) yaitu *revisit intention* di Taman Nasional Gunung Ciremai.

#### 1. Distribusi Frekuensi

Menurut Arikunto (2006, hal.353) masing-masing pernyataan disertai lima kemungkinan jawaban yang harus dipilih. Dari jawaban tersebut kemudian disusun kriteria penilaian untuk setiap item pertanyaan berdasarkan presentase dengan langkah-langkah berikut:

- a. nilai kumulatif adalah jumlah dari setiap pertanyaan yang merupakan jawaban dari setiap responden
- b. presentase adalah nilai kumulatif item dibagi dengan nilai frekuensinya dikalikan 100%
- c. jumlah responden 100 orang dan nilai skala pengukuran terbesar adalah 5, sedangkan skala pengukuran terkecil adalah 1. Sehingga diperoleh jumlah kumulatif terbesar  $100 \times 5 = 500$ . Adapun presentase terkecil adalah (100:

Adrian Fauzi, 2016

**PENGARUH SPORT TOURISM CUSTOMER EXPERIENCE TERHADAP REVISIT INTENTION DI TAMAN NASIONAL GUNUNG CIREMAI**

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

$500) \times 100\% = 20\%$ . Nilai rentang  $100\% - 20\% = 80\%$ , jika dibagi 5 skala pengukuran maka nilai interval presentase sebesar 16%.

## 2. Analisis Cross Tabulation

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, hal.493).

## 3. Perhitungan Skor Ideal

Perhitungan skor ideal digunakan untuk mengukur tinggi atau rendahnya pengaruh variabel  $x$  yang terdapat di objek penelitian. Berikut rumus untuk menghitung skor ideal:

- Nilai indeks maksimum = skor tertinggi  $\times$  jumlah item  $\times$  jumlah responden
- Nilai indeks minimum = skor terendah  $\times$  jumlah item  $\times$  jumlah responden
- Jenjang variabel = nilai indeks maksimum – nilai indeks minimum
- Jarak interval = jenjang : banyaknya kelas interval
- Presentasi skor =  $\{(total\ skor) : nilai\ maksimum\} \times 100\%$

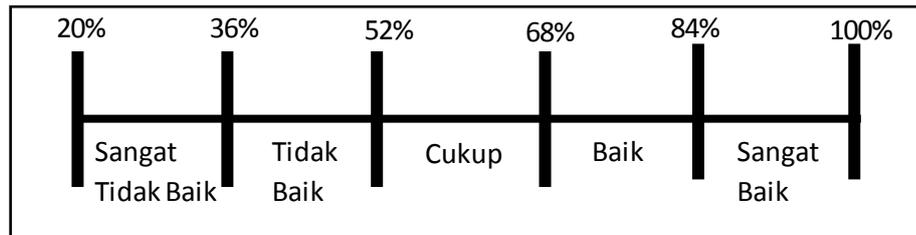
Berdasarkan perhitungan tersebut, maka dapat diperoleh kriteria interpretasi skor sebagai berikut:

**Tabel 3.7**  
**Kategori Penelitian Skor**

Presentase	Kategori Presentase
20%-36%	Sangat Tidak Baik
36%-52%	Tidak Baik
52%-68%	Cukup
68%-84%	Baik
84%-100%	Sangat Baik

Sumber: Arikunto (2006:353)

Untuk melihat hasil dari kriteria interpretasi skor setiap variabel dapat dilihat pada garis kontinum berikut:



Sumber: Arikunto (2006, hal.353)

**Gambar 3.1 Klasifikasi Kriteria Penilaian Presentase Dalam Garis Kontinum**

#### 4. *Method of Successive Internal* (MSI)

Penelitian ini menggunakan data ordinal seperti dijelaskan dalam operasional variabel sebelumnya. Oleh karena itu semua data ordinal yang terkumpul terlebih dahulu ditransformasikan menjadi skala interval dengan cara MSI (*Method of Successive Internal*). Setelah seluruh data berskala interval, selanjutnya akan ditentukan padangan data variabel independen dengan variabel dependen serta ditentukan persamaan yang berlaku untuk pasangan-pasangan tersebut.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi berganda yaitu didasarkan pada hubungan fungsional ataupun kausal yang dilakukan bila jumlah variabel independennya minimal dua (Sugiyono, 2010, hal.277). Dalam penelitian ini analisis regresi linear berganda yang digunakan untuk mengetahui pengaruh antara variabel independen (X) yaitu *sport tourism customer experience* yang terdiri dari *hedonic enjoyment* (X1), *personal progression* (X2), *social interaction* (X3) terhadap variabel dependen (Y) yaitu *revisit intention* di Taman Nasional Gunung Ciremai.

Penelitian ini menggunakan data ordinal, oleh karena itu, semua data ordinal yang terkumpul terlebih dahulu di transformasi 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 jawaban, berdasarkan hasil jawaban responden pada setiap pertanyaan.
- b. Berdasarkan frekuensi yang diperoleh untuk setiap pertanyaan, dilakukan perhitungan proporsi (p) setiap jawaban dengan cara membagi frekuensi dengan jumlah responden.
- c. Berdasarkan proporsi tersebut, selanjutnya kumulatif untuk setiap pilihan jawaban.
- d. Menentukan nilai bebas Z untuk setiap pertanyaan dan setiap pilihan jawaban
- e. Menentukan nilai interval rata-rata untuk setiap jawaban, melalui persamaan 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 yang telah telah terbentuk skala interval kemudian ditentukan pasangan data variabel independent dan variabel dependen serta ditentukan persamaan yang berlaku untuk pasangan variabel tersebut.

## 5. Teknik Analisis Regresi Berganda

Adapun teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu analisis regresi linier regresi berganda. Analisis regresi linier berganda adalah suatu alat analisis peramalan nilai pengaruh dua atau lebih variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) untuk membuktikan ada atau tidaknya hubungan kausal antara dua variabel bebas atau lebih. (Sugiyono, 2010, hal.269).

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi berganda (*mutiple linier regression*). Analisis regresi linier berganda adalah suatu alat

Adrian Fauzi, 2016

PENGARUH SPORT TOURISM CUSTOMER EXPERIENCE TERHADAP REVISIT INTENTION DI TAMAN NASIONAL GUNUNG CIREMAI

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

analisis peramalan nilai pengaruh dua atau lebih variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) untuk membuktikan ada atau tidaknya hubungan kausal antara dua variabel bebas atau lebih

Penelitian ini harus menentukan terlebih dahulu teknik analisis yang digunakan. Teknik analisis regresi yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda. Menurut Hermawan (2009, hal.220) regresi linier berganda merupakan suatu model statistik yang sesuai jika masalah penelitian mencakup satu variabel terkait (dependent) yang berskala pengukuran matrik (interval atau rasio), yang diduga dapat diprediksi oleh variabel-variabel independent yang berskala matrik (interval atau rasio).

Analisis regresi digunakan bila penelitian bermaksud ingin mengetahui kondisi di waktu yang akan datang dengan suatu dasar keadaan sekarang atau ingin melihat kondisi waktu lalu dengan dasar keadaan dimana sifat ini merupakan hal yang pasti tetapi merupakan suatu keadaan dimana sifat ini merupakan hal yang pasti tetapi merupakan suatu keadaan yang mendekati kebenaran. Dampak dari penggunaan analisis regresi dapat digunakan untuk memutuskan apakah naik dan manurunnya varaibel dependent dapat dilakukan melalui meningkat dan menurunnya keadan variabel independent atau meningkatkan keadaan variabel dependent dapat dilakukan dengan meningkatkan variabel independent sebaliknya.

Berdasarkan tujuan penelitian ini, maka variabel yang dianalisis adalah variabel independent yaitu *sport tourism customer experience* yang terdiri dari *hedonic enjoyment (X1)*, *personal progression (X2)*, *social interaction (X3)* terhadap variabel dependen (Y) yaitu *revisit intention*. Untuk bisa membuat ramalan melalui regresi, maka data setiap variabel harus tersedia.

Menurut Sugiyono (2012:298) persamaan regresi berganda dua variabel bebas dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_nX_n$$

Keterangan:

Adrian Fauzi, 2016

**PENGARUH SPORT TOURISM CUSTOMER EXPERIENCE TERHADAP REVISIT INTENTION DI TAMAN NASIONAL GUNUNG CIREMAI**

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

$a$  = konstanta

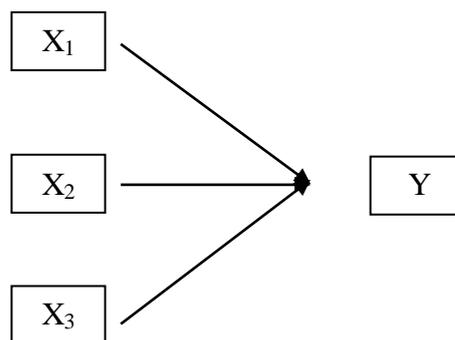
$b$  = koefisien regresi

$X$  = variabel *dependent* (variabel teikat) / *sport tourism customer experience*

$Y$  = Variabel *independent* (variabel bebas) / *revisit intention*

Analisis regresi berganda digunakan bila penelitian bermaksud meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen (kriterium), bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor predicator dimanipulasi (dinaik-turunkan nilainya). Analisis regresi berganda akan dilakukan bila jumlah variabel independen minimalnya dua atau lebih.

Menerjemahkan ke dalam beberapa sub hipotesis yang menyatakan pengaruh sub variabel independen yang paling dominan terhadap variabel dependen, lebih jelasnya dapat dilihat pada Gamabr berikut:



**GAMBAR 3.2**  
**REGRESI BERGANDA**

Keterangan:

$X_1$  = *hedonic enjoyment*

$X_2$  = *personal progression*

$X_3$  = *social interaction*

$Y$  = *revisit intention*

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

a. 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*.

b. Uji Asumsi Heteroskedustisitas

Uji Heteroskedastisitas adalah untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan 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.

c. Uji Asumsi Multikolinieritas

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.

d. Analisis Korelasi (R)

Analisis ini digunakan untuk mengetahui hubungan antara dua atau lebih variabel independen ( $X_1, X_2, X_3, X_4$ ) terhadap variabel dependen ( $Y$ ) secara serentak. Koefisien ini menunjukkan seberapa besar hubungna yang terjadi antara variabel independen ( $X_1, X_2, X_3, X_4$ ) secara serentak terhadap variabel dependen ( $Y$ ). Nilai R berkisar antara 0 sampai 1. Nilai semakin mendekati 1 berarti hubungan yang terjadi semakin kuat, sebaliknya nilai semakin mendekati 0 maka hubungan yang terjadi semakin lemah. Adapun interpretasi hasil untuk perhitungan analisis korelasi adalah sebagai berikut:

**TABEL 3.8**  
**INTERPRETASI KOEFISIEN KORELASI**

Besarnya Nilai	Tingkat Hubungan
Antara 0,700 sampai dengan 1,000	Sangat Tinggi

Adrian Fauzi, 2016

*PENGARUH SPORT TOURISM CUSTOMER EXPERIENCE TERHADAP REVISIT INTENTION DI TAMAN NASIONAL GUNUNG CIREMAI*

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

Antara 0,600 sampai dengan 0,500	Tinggi
Antara 0,500 sampai dengan 0,400	Agak Tinggi
Antara 0,400 sampai dengan 0,300	Sedang
Antara 0,300 sampai dengan 0,200	Agak Tidak Tinggi
Antara 0,200 sampai dengan 0,100	Tidak Tinggi
Antara 0,100 sampai dengan 0,000	Sangat Tidak Tinggi

---

Sumber : Suharsimi Arikunto (2010, hal.178)

#### e. Analisis Determinasi ( $R^2$ )

Analisis determinasi dalam regresi berganda digunakan untuk mengetahui persentase sumbangan pengaruh variabel independen ( $X_1, X_2, X_3, X_4$ ) secara serentak terhadap variabel dependen ( $Y$ ). Silalahi (2009, hal.375) mengungkapkan koefisien ini dimaksudkan untuk mengetahui seberapa besar presentase variasi perubahan dalam satu variabel (dependen) ditentukan oleh perubahan dalam variabel lain (independen).  $R^2 = 0$ , maka tidak ada sedikitpun presentasi sumbangan pengaruh yang diberikan variabel independen terhadap variabel dependen, atau variasi variabel independen yang digunakan dalam model tidak menjelaskan sedikitpun variasi variabel dependen.

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

#### 1. Secara Simultan

- $f_{hitung} < f_{tabel}$ , artinya tidak terdapat pengaruh antara *sport tourism customer experience* yang terdiri dari *hedonic enjoyment, personal progression, social interaction* terhadap *revisit intention*.
- $f_{hitung} > f_{tabel}$ , artinya terdapat pengaruh antara motivasi olahraga yang terdiri dari *sport tourism customer experience* yang terdiri dari *hedonic enjoyment, personal progression, social interaction* terhadap *revisit intention*.

#### 2. Secara Parsial

- $t_{hitung} < t_{tabel}$ , artinya tidak terdapat pengaruh antara *hedonic enjoyment* terhadap *revisit intention*.

Adrian Fauzi, 2016

**PENGARUH SPORT TOURISM CUSTOMER EXPERIENCE TERHADAP REVISIT INTENTION DI TAMAN NASIONAL GUNUNG CIREMAI**

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

$t_{hitung} > t_{tabel}$ , artinya terdapat pengaruh antar *hedonic enjoyment* terhadap *revisit intention*.

- b.  $t_{hitung} < t_{tabel}$ , artinya tidak terdapat pengaruh antara *personal progression* terhadap keputusan berolahraga.

$t_{hitung} > t_{tabel}$ , artinya terdapat pengaruh antara *personal progression* terhadap *revisit intention*.

- c.  $t_{hitung} < t_{tabel}$ , artinya tidak terdapat pengaruh antara *social interaction* terhadap keputusan berolahraga.

$t_{hitung} > t_{tabel}$ , artinya terdapat pengaruh antara *social interaction* terhadap *revisit intention*.