# BAB III

# OBJEK DAN METODE PENELITIAN

## 3.1. Objek Penelitian

Menurut Sugiyono (2010:58), 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 Sekaran dan Bougie (2010:69) ''*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 (2009:115) bahwa satu variabel adalah satu konsep atau konstruk yang memiliki variasi (dua atau lebih) nilai.

Penelitian ini menganalisa pengaruh *visitor experience* terhadap *revisit intention* wisatawan Kawah Putih. Objek penelitian yang menjadi *independent variabel* atau variabel bebas (variabel X) yaitu *visitor experience* yang terdiri dari *learning, hedonics escape dan service quality*. 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 wisatawan yang mengunjungi Kawah Putih.

Penelitian ini menggunakan pendekatan *cross sectional* karena dilakukan dalam waktu kurang dari satu tahun. Sakaran dan Bougie (2010:119) 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 *visitor experience* terhadap *revisit intention* wisatawan Kawah Putih.

## 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 (2009:12) 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 *visitor experience* terhadap *revisit*

*intention* wisatawan Kawah Putih. Sugiyono (2010:35) 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 *visitor experience* di Kawah Putih dan *revisit intention* wisatawan yang sudah melakukan kunjungan di Kawah Putih.

Melalui jenis penelitian deskriptif, maka dapat diperoleh deskripsi mengenai penerapan *visitor experience* pada Kawah Putih 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 *visitor experience* terhadap *revisit intention.* Arikunto (2009:7) 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 kuisioner kepada wisatawan 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 *visitor experience* terhadap *revisit intention wisatawan* Kawah Putih.

Berdasarkan jenis penelitiannya yaitu penelitian deskriptif dan verifikatif, maka metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah *explanatory survey*. Metode *explanatory survey* menurut Sugiyono (2010:7) 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 (2009:30) menyatakan bahwa penelitian eksplanatori bertujuan untuk menjelaskan hubungan antara dua atau lebih gejala atau variabel.

### 3.2.2 Operasionalisasi Variabel

Menurut Silalahi (2009:201) 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 (2006:53) 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".

Variabel yang diteliti dalam penelitian ini adalah *visitor experience* sebagai variabel bebas (*independent*) yang terdiri dari *learning, hedonics escape dan service quality*, 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 |
|---|---|---|---|---|---|
| **1** | **2** | **3** | **4** | **5** | **6** |
| ***Visitor Experience* (X)** | *Visitor experience as "the subjective mental state felt by participants during a service encounter".* Pengalaman pengunjung sebagai "keadaan mental subjektif yang dirasakan oleh peserta selama *service encounter*". (Buonincontri at all (2017:8)) | | | | |
| ***Learning* (X1)** | Pembelajaran dianggap sebagai dimensi utama dari pengalaman pusaka, terutama dalam konteks museum, dan dikaitkan dengan perolehan pengetahuan baru pengunjung dan wawasan | ***1. Insight to the past*** | Tingkat mendapatkan wawasan tentang sejarah Kawah Putih. | Ordinal | 1 |
| | | ***2.Knowledge*** | Tingkat rangsangan rasa ingin tahu saya untuk mempelajari hal-hal baru. | Ordinal | 2 |
| | | | Tingkat pengetahuan baru yang | Ordinal | 3 |

| Variabel/ Sub Variabel | Konsep Variabel | Indikator | Ukuran | Skala | No |
|---|---|---|---|---|---|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| | ke masa lalu. (Buonincontri at all (2017:8)) | | didapatkan saat berkunjung ke Kawah Putih | | |
| ***Hedonics* (X2)** | Hedonics menggabungkan kesenangan, stimulasi dan aspek emosional lainnya dari pengalaman yang bertentangan dengan makna utilitarianny a. (Buonincontri at all (2017:8)) | ***1. Pleasure*** | Tingkat mendapatkan suasana relax saat melakukan wisata di Kawah Putih. | Ordinal | 4 |
| | | ***2. Fun*** | Tingkat mendapatkan perasaan yang menyenangkan saat berada di Kawah Putih. | Ordinal | 5 |
| | | ***3. Excitement*** | Tingkat merasakan keceriaan saat | Ordinal | 6 |

| Variabel/ Sub Variabel | Konsep Variabel | Indikator | Ukuran | Skala | No |
|---|---|---|---|---|---|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| | | | berwisata di Kawah Putih | | |
| | | ***4. Enjoyment*** | Tingkat merasakan kegembiraan saat berwisata di Kawah Putih | Ordinal | 7 |
| | | | Tingkat menikmati keindahan alam Kawah Putih | Ordinal | 8 |

| Variabel/ Sub Variabel | Konsep Variabel | Indikator | Ukuran | Skala | No |
|---|---|---|---|---|---|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| ***Escape*** **(X3)** | Escape didefinisikan sebagai pengalaman di mana wisatawan merasa terbenam di lingkungan di situs warisan, dengan demikian, melarikan diri dari rutinitas (Buonincontri at all (2017:8)) | ***1. Immerse*** | Tingkat merasa tenggelam dalam menikmati keindahan kawah putih | Ordinal | 9 |
| | | ***2. Escape the routine*** | Tingkat merasa sedang berada di tempat yang berbeda dari rutinitas sehari-hari. | Ordinal | 10 |
| | | | Tingkat merasa sedang berada di waktu yang berbeda dari rutinitas sehari-hari. | Ordinal | 11 |

| Variabel/ Sub Variabel | Konsep Variabel | Indikator | Ukuran | Skala | No |
|---|---|---|---|---|---|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| ***Service Quality* (X4)** | Keramahan yang diterima oleh pengunjung dan sejauh mana layanan di situs warisan mengakomodasi pribadi dan kebutuhan sosial untuk menyambut, kehangatan dan kebutuhan utilitarian untuk kenyamanan. (Buonincontri at all (2017:8)) | ***1. Welcome*** | Tingkat merasa disambut dengan baik oleh petugas Kawah Putih. | Ordinal | 12 |
| | | ***2.Warmth*** | Tingkat kehangatan yang dirasakan pengunjung dari petugas Kawah Putih. | Ordinal | 13 |
| | | | Tingkat merasa nyaman dari pelayanan yang diberikan petugas Kawah Putih. | Ordinal | 14 |
| ***Revisit Intention*** | *Revisit Intention* adalah kemungkinan wisatawan untuk mengulangi aktifitas atau berkunjung ulang ke suatu destinasi. Baker dan | | | | |

| Variabel/ Sub Variabel | Konsep Variabel | Indikator | Ukuran | Skala | No |
|---|---|---|---|---|---|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| (Y) | Crompton dalam Chung-Hslen Lin (2012) | | | | |
| | Niat wisatawan untuk mengulang aktifitas dan berkunjung kembali ke Kawah Putih. | ***Intention to Revisit*** | Tingkat keinginan untuk mengulang aktifitas wisata dan berkunjung ke Kawah Putih | Ordinal | 15 |
| | | | Tingkat kesediaan mengeluarkan biaya lebih ketika melakukan wisata di Kawah Putih | Ordinal | 16 |
| | | | Tingkat menjadikan Kawah Putih sebagai pilihan utama | Ordinal | 17 |
| | Niat | ***Intention to*** | Tingkat | Ordinal | 18 |

| Variabel/ Sub Variabel | Konsep Variabel | Indikator | Ukuran | Skala | No |
|---|---|---|---|---|---|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| | wisatawan untuk merekomendasikan Kawah Putih kepada orang lain (teman, kerabat, atau keluarga) | ***Recommend*** | kesedian untuk merekomendasikan kepada teman, kerabat, atau keluarga untuk mengunjungi Kawah Putih | | |
| | | | Tingkat frekuensi merekomendasikan Kawah Putih kepada orang lain | Ordinal | 19 |
| | | | Tingkat frekuensi membicarakan hal-hal positif tentang Kawah Putih | Ordinal | 20 |

| Variabel/ Sub Variabel | Konsep Variabel | Indikator | Ukuran | Skala | No |
|---|---|---|---|---|---|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| | | | kepada orang lain | | |

Sumber: Modifikasi Peneliti dari Berbagai Literatur : (2018)

### 3.2.3 Jenis dan Sumber Data

Menurut Arikunto (2007:129), sumber data adalah subjek dari mana data diperoleh. Menurut Silalahi (2009:280) 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 (2009:168) 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, data kunjungan, produk dan jasa perusahaan | Sekunder | Pengelola *Ecotourism Center* Bandung | √ | - | - |
| Karakteristik Responden | Primer | Wisatawan yang melakukan kunjungan di Kawah Putih | √ | √ | √ |
| Faktor dominan *Visitor Experience* | Primer | Wisatawan yang melakukan Kunjungan di Kawah Putih | √ | - | √ |
| Gambaran *Revisit Intention* | Primer | Wisatawan yang melakukan kunjungan di Kawah Putih | - | √ | √ |

Sumber: Hasil pengolahan berbagai sumber, 2018

Keterangan :
T1: Untuk mengetahui tanggapan pengunjung mengenai peranan *visitor experience.*
T2: Untuk mengetahui tanggapan pengunjung mengenai *revisit intention.*

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

### 3.2.4 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

3.2.4.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2010:80), "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 (2010:262) 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 wisatawan yang mengunjungi Kawah Putih. Data mengenai jumlah kunjungan di Kawah Putih didapat dari Ecotourism Center yang menunjukan bahwa pada tahun 2016 sebanyak 301.343 wisatawan. Dikarenakan penelitian ini dilakukan kepada wisatawan yang melakukan kunjungan di Kawah Putih, maka berdasarkan data dari Ecotourism Center populasi dalam penelitian ini

adalah sebanyak 301.343 wisatawan yang melakukan kunjungan di tahun 2016.

3.2.4.2 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 (2008:73) 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 (2010:81), "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 (2008:109) mendefinisikan sampel adalah "sebagian atau wakil populasi yang diteliti." Sedangkan menurut Uma Sekaran dan Bougie (2010:263)

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 (2008:59), 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:

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

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

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

**N**

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

$$\mathbf{n} = \frac{\mathbf{301.343}}{\mathbf{1 + 301.343 \times 0{,}1^2}} = \mathbf{99{,}99 \approx 100}$$

= 99,99 dibulatkan menjadi 100.

Sampel yang akan diambil dalam penelitian ini adalah sampel yang akan dijadikan responden yaitu para pengunjung yang melakukan kunjungan di Kawah Putih. Berdasarkan hasil perhitungan tersebut, dengan *e* = 0,1 di dapatkan jumlah minimal sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 100 orang.

3.2.4.3 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 (2012:118) mengungkapkan bahwa *probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi yang dipilih menjadi anggota sampel, sedangkan *nonprobability sampling* adalah tenik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang atau kesempatan

yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk menjadi sampel.

Teknik penelitian ini menggunakan teknik *systematic random sampling*, dikarenakan populasinya sejenis (*homogen*) dan dapat dilakukan secara acak tanpa memperhatikan starta 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 *sampling*. Berikut langkah-langkah yang dilakukan dalam melakaukan *systematic random sampling*:

1. Menentukan responden yang akan dijadikan penelitian yaitu pengunjung Kawah Putih.
2. Menentukan sebuah *check point* pada objek yang akan diteliti, dalam hal ini adalah *check pointnya* yaitu Kawah Putih dan wisatawan yang telah melakukan kunjungan di Kawah Putih.
3. Menentukan waktu yang akan digunakan untuk menentukan sampling.

4. Lakukan orientasi lapangan, terutama pada *check point*. Orientasi ini akan dijadikan dasar untuk menentukan interval pemilihan pertama atau dasar kedatangan wisatawan, penyebaran angket dilakukan secara randomisasi.
5. Sebagian angket disebar melalui kuesioner online kepada wisatawan yang sudah pernah melakukan kunjungan di Kawah Putih pada tahun 2018.
6. Menentukan ukuran sampel atau n yaitu sebanyak 100 responden.

### 3.2.5 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 yang memutuskan untuk mengunjungi dalam kegiatan wisata ke Kawah Putih.

b. Observasi

   Obeservasi dilakukan dengan meninjau serta melakukan pengamatan langsung terhadap objek yang diteliti yaitu Kawah

Putih, khususnya mengenai strategi-strategi yang dilakukan dan pengaruhnya terhadap *revisit intention*.

c. Angket

Menurut Sugiyono (2008:142) angket atau kuesioner merupakan, "Teknik cara pengumpulan data dengan memberikan beberapa pertanyaan secara tertulis kepada responden dalam penelitian untuk dijawab". Keusioner 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 *visitor 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 *Tourism Marketing*
d. Media Elektronik (*Internet*)

### 3.2.6 Pengujian Validitas dan Reliabilitas

3.2.6.1 Pengujian Validitas

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

Menurut Uma Sekaran (2013:225), validitas adalah cara pengujan 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 *visitor 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 berkolerasi dengan skor totalnya, maka dapat dikatakan bahwa alat ukur tersebut mempunyai validitas.

Langkah-langkah yang dilakukan untuk menguji validitas menurut Uma 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* dengan mengunakan alat bantu SPSS *Statistic* 20 *for windows*, dengan langkah sebagai berikut:

1. Buka program SPSS
2. *Copy* dan *paste* data
3. Setelah selesai di input kemudian klik variabel view pada kolom label dan beri nama misalnya dengan x1, x2, x3 dan seterusnya
4. Klik menu *analyze*
5. Klik *correlate*
6. Klik *variate*
7. Blok semua item dan masukan ke kolom sebelah kanan
8. Centang *"pearson"* dan *"two tailed"*

9. Klik OK

Keputusan pengujian validitas instrument penelitian dilakukan dengan membandingkan: 1,r hitung dengan r tabel, dimana jika:

1. Item pertanyaan-pertanyaan responden penelitian dikatakan valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$.
2. Item pertanyaan-pertanyaan responden penelitian dikatakan tidak valid jika $r_{hitung}$ lebih kecil dari $r_{hitung} < r_{tabel}$
3. Tingkat signifikansinya:

a. Dimana jika signifikansi < 0.05, penelitian dikatakan valid.

b. Dimana jika signifikansi > 0.05, penelitian dikatakan tidak valid.

Dalam penelitian ini, yang akan diuji adalah validitas dari variabel *visitor experience* sebagai instrument variabel (X) dan *revisit intention* sebagai variabel (Y).

**TABEL 3.3**
**HASIL UJI VALIDITAS INSTRUMEN PENELITIAN**

| No. | Pertanyaan | $r_{hitung}$ | $r_{tabel}$ | Keterangan |
|---|---|---|---|---|
| **VISITOR EXPERIENCE** | | | | |
| **A. *Learning*** | | | | |
| 1. | Wisatawan mendapatkan wawasan mengenai sejarah kawah putih. | 0,835 | 0,349 | Valid |
| 2. | Wisatawan merasa terangsang rasa ingin tahunya untuk mempelajari hal-hal baru | 0,756 | 0,349 | Valid |

| No. | Pertanyaan | $r_{hitung}$ | $r_{tabel}$ | Keterangan |
|---|---|---|---|---|
| 3. | Wisatawan mendapatkan pengetahuan baru saat berkunjung di Kawah Putih | 0,730 | 0,349 | Valid |
| **B. *Hedonics*** | | | | |
| 4. | Wisatawan mendapatkan suasana relax saat melakukan wisata di Kawah Putih | 0,570 | 0,349 | Valid |
| 5. | Wisatawan mendapatkan perasaan yang menyenangkan saat berada di Kawah Putih | 0,696 | 0,349 | Valid |
| 6 | Wisatawan merasakan keceriaan saat berwisata di Kawah Putih | 0,894 | 0,349 | Valid |
| 7. | Wisatawan merasakan kegembiraan saar berwisata di Kawah Putih | 0,748 | 0,349 | Valid |
| 8. | Wisatawan menikmati suasana dan keindahan Kawah Putih | 0,743 | 0,349 | Valid |
| **C. *Escape*** | | | | |
| 9. | Wisatawan merasa sedang tenggelam dalam menikmati keindahan Kawah Putih. | 0,750 | 0,349 | Valid |

| No. | Pertanyaan | $r_{hitung}$ | $r_{tabel}$ | Keterangan |
|---|---|---|---|---|
| 10. | Wisatawan merasa sedang berada di tempat yang berbeda dari rutinitas sehari-hari | 0,778 | 0,349 | Valid |
| 11. | Wisatawan merasa sedang berada di waktu yang berbeda dari rutinitas sehari-hari | 0,729 | 0,349 | Valid |
| | ***D.Service Quality*** | | | |
| 12. | Wisatawan merasa disambut dengan baik oleh petugas Kawah Putih | 0,902 | 0,349 | Valid |
| 13. | Wisatawan merasa kehangatan dalam pelayanan oleh petugas Kawah Putih | 0,850 | 0,349 | Valid |
| 14. | Wisatawan merasa nyaman dari pelayanan petugas Kawah Putih | 0,823 | 0,349 | Valid |
| | ***REVISIT INTENTION*** | | | |
| 15. | Keinginan untuk mengulang wisata dan mengunjungi kembali ke Kawah Putih | 0,753 | 0,349 | Valid |
| 16. | Tingkat kesediaan mengeluarkan biaya lebih untuk mengunjungi | 0,873 | 0,349 | Valid |

| No. | Pertanyaan | $r_{hitung}$ | $r_{tabel}$ | Keterangan |
|---|---|---|---|---|
| | Kawah Putih | | | |
| 17. | Keinginan wisatawan menjadikan Kawah Putih sebagai pilihan utama | 0,748 | 0,349 | Valid |
| 18. | Kesediaan untuk merekomendasikan kepada teman, kerabat atau keluarga untuk mengunjungi Kawah Putih | 0,889 | 0,349 | Valid |
| 19. | Frekuensi merekomendasikan Kawah Putih kepada orang lain | 0,866 | 0,349 | Valid |
| 20. | Frekuensi membicarakan hal-hal positif tentang Kawah Putih kepada orang lain | 0,824 | 0,349 | Valid |

Sumber: Pengolahan Data, 2018

3.2.6.2 Pengujian Reliabilitas

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

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

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

Perhitungan reliabilitas pertanyaan dilakukan dengan bantuan program SPSS *Statistic* 20 *for windows*, Adapun langkah-langkahnya sebagai berikut:

1. Buka program SPSS
2. Buka data yang akan diuji reliabilitasnya
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 tanda panah yang terdapat diantara kotak tersebut.
5. Klik statistik, kemudian muncul kotak dialog baru yakni ***Reliability Analysis: Statistics***. Beri tanda centang pada Butir, ***Scale*** dan ***Scale if butir deleted*** pada kotak ***"Descriptive for".*** Selanjutnya klik continue. Klik OK.

Maka akan muncul secara otomatis output untuk mengetahui data tersebut apakah reliable atau tidak yang dapat dilihat dari nilai alpha. Data akan reliable bila nilai alpha lebih besar dari 0,70.

Berikut ini adalah hasil pengujian reliabilitas instrumen penelitian dapat dilihat pada tabel 3.4

**TABEL 3.4**
**HASIL UJI RELIABILITAS INSTRUMEN PENELITIAN**

| No. | Variabel | $r_{hitung}$ (Alpha Cronbach) | $r_{tabel}$ | Keterangan |
|---|---|---|---|---|
| **1** | Visitor Experience | 0,861 | 0,70 | Reliable |
| **2** | Revisit Intention | 0,829 | 0,70 | Reliable |

Sumber: Pengolahan Data, 2018

Berdasarkan Tabel 3.4 dapat diketahui bahwa hasil tingkat reliabilitas *Visitor Experience* sebesar 0,860 dan tingkat reliabilitas *Revisit Intention* sebesar 0,849. Dengan demikian penelitian ini dapat dikatakan reliabel, karena memiliki nilai koefisien internal seluruh $r_{hitung}$ lebih dari 0,70.

### 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 Deskriptif

Sekaran dan Bougie (2010:105) mengungkapkan bahwa analisis deskriptif dilakukan oleh peneliti untuk mengetahui dan mampu menjelaskan karakteristik dari variabel yang diteliti, dan karakteristik perusahaan. Analisis data deskriptif dilakukan dengan menggolongkan, mengklasifikasikan, dan menginterpretasikan data-data yang didapat yang selanjutnya dianalisis, sehingga diperoleh gambaran umum tentang variabel berdasarkan beberapa analisis sebagai berikut:

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, 2009:480)

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, 2009:493)

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

Presentasi skor = [(total skor) : nilai maksimum] x 100%

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

1. Analis data deskriptif mengenai *visitor experience* di Kawah Putih melalui tiga dimensi yaitu *learning, hedonics, escape dan service quality.*
2. Analisis data deskriptif mengenai *revisit intention* di Kawah Putih yang terdiri dari *intention to revisit* dan *intention to recommended*.

**3.2.7.2 Rancangan Analisis Data Verifikatif**

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

1. *Method of Successive Internal* (MSI)

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

a. Menghitung frekuensi (f) pada setiap pilihan jawaban berdasarkan hasil jawaban responden pada setiap pertanyaan.

b. Berdasarkan frekuensi yang diperoleh untuk setiap pertanyaan, dilakukan perhitungan proposi (p) setiap pilihan jawaban dengan cara membagi frekuensi dengan jumlah responden.

c. Berdasarkan proposi 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 :

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

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.

1. Menyusun data

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

2. 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.

3. Menganalisis Data

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

Berdasaran tujuan penelitian, maka variabel yang dianalisis adalah variabel independen (X) yaitu *learning, hedonics, escapism dan service quality.* Sedangkan variabel dependen (Y) yaitu *revisit intention*.

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

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

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 $X_1$(*learning*), $X_2$ (*hedonics*) dan $X_3$ (*escape*) dan $X_4$ (*service quality*) 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 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.

3. Uji Asumsi Linieritas

Uji linearitas bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel memiliki hubungan yang linear atau secara signifikan.Uji ini biasanya digunakan sebagai prasyarat dalam analisis korelasi atau regresi linier.

4. 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 veriabel terikat menjadi terganggu. Parameter yang sering digunakan untuk mendeteksi multikorlinieritas adalah nilai VIF (*variance inflation factor*). Suatu regresi dikatakan terdeteksi multikolinieritas apabila nilai VIF menjauhi 1 dan kurang dari 10.

5. 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).

6. 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 intepretasi hasil untuk perhitungan analisis korelasi adalah sebagai berikut :

**TABEL 3.5**
**INTEPRETASI KOEFISIEN KORELASI**

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

Sumber : Sugiyono (2012:184)

7. Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi menyatakan besarnya kecilnya nilai variabel X terhadap Y. Koefisien determinasi merupakan kuadrat dari koefisien korelasi (r2). Rumus koefisien determinasi adalah sebagai berikut :

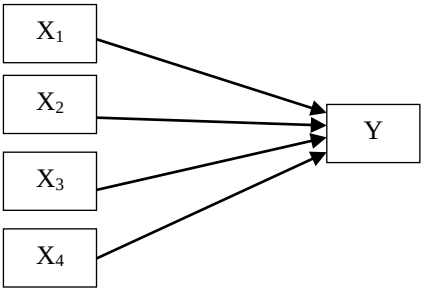
$$KP = r^2 \times 100\%$$

Sumber : Alma (2007:81)

Keterangan : KP = Nilai Koefisien determinasi

R = Nilai Koefisien Korelasi

Dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda yang digunakan untuk mengetahui pengaruh antara variabel bebas (X) yaitu $X_1$(*learning*), $X_2$ (*hedonics*), $X_3$ (*escape) dan* $X_4$ (*service quality)* 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**

Keterangan:

$X_1$ = *learning*

$X_2$ = *hedonics*

$X_3$ = *escape*

$X_4$ = *service quality*

Y = *revisit intention*

### 3.2.8 Pengujian Hipotesis

Langkah terakhir dari analisis data yaitu menguji hipotesis dengan tujuan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan yang cukup jelas dan dapat dipercaya antara variabel 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:

**A. Secara Simultan**

$H_o$ : PYX = 0, artinya tidak terdapat pengaruh signifikan antara *visitor experience t*erhadap *revisit intention*.

$H_a$ : PYX $\neq$ 0, artinya terdapat pengaruh signifikan antara *visitor experience* terhadap *revisit intention*.

Pengujian hipotesis ini dengan menggunakan uji f dihitung dengan rumus menggunakan bantuan program SPSS *Statistic* 20 *for windows*.

Kriteria pengambilan keputusan untuk hipotesis yang diajukan adalah :

Jika $f_{hitung} \geq f_{tabel}$, maka $H_o$ ditolak artinya X berpengaruh terhadap Y

Jika $f_{hitung} \leq f_{tabel}$, maka $H_o$ diterima artinya X tidak berpengaruh terhadap Y

**B. Secara Parsial**

a. Ho : $PYX_1 = 0$, artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan *learning* terhadap *revisit intention*.

Ha : $PYX_1 \neq 0$, artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara *learning* terhadap *revisit intention*.

b. Ho : $PYX_2 = 0$, artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara *hedonics* terhadap *revisit intention*.

Ha : $PYX_2 \neq 0$, artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara *hedonics* terhadap *revisit intention*.

c.Ho : $PYX_3 = 0$, artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara *escape* terhadap *revisit intention.*

Ha : $PYX_3 \neq 0$, artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara *escape* terhadap *revisit intention*.

d.Ho : $PYX_4 = 0$, artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara *service quality* terhadap *revisit intention*.

Ha : $PYX_4 \neq 0$, artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara *service quality* terhadap *revisit intention*.

Pengujian hipotesis ini dengan menggunakan uji t dihitung dengan bantuan program SPSS *Statistic* 20 *for windows*.

Kriteria pengambilan keputusan untuk hipotesis yang diajukan adalah :

1. Tolak $H_o$ jika $t_{hitung} \geq t_{tabel,}$ artinya terdapat pengaruh anatara X dengan Y

   Terima $H_o$ jika $t_{hitung} < t_{tabel,}$ artinya tidak terdapat pengaruh anatara X dengan Y.
2. Jika tingkat signifikansi < 0,05, maka terdapat pengaruh yang signifikan.

   Jika tingkat signifikansi > 0,05, maka tidak terdapat pengaruh yang signifikan.