

## **BAB III**

### **OBJEK DAN METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Objek Penelitian**

Penelitian ini meneliti mengenai pengaruh *tourist experience* dan *environmental quality* terhadap *revisit intention*. Variable penelitian dapat didefinisikan sebagai suatu nilai yang berbeda atau bervariasi pada waktu untuk objek yang sama atau waktu yang sama objek yang berbeda (Sekaran, 2013). Terdapat dua jenis variable yang diteliti dalam penelitian ini yaitu variable dependent dan variable independen. Variable dependen atau variable terikat adalah variable yang merupakan masalah utama dan fokus utama dalam penelitian, sedangkan variable independen atau variable bebas merupakan salah satu variable yang mempengaruhi variable dependent baik secara positif maupun negative (Sekaran, 2013). Variable dependen pada penelitian ini yaitu *revisit intention* yang terdiri dari *intention to revisit* dan *intention to recommend*, sementara yang menjadi variable independen yaitu *tourist experience* dan *environmental quality*.

Unit analisis pada penelitian ini yaitu wisatawan *first-timer* glamping Ciwidey Valley Resort. Berdasarkan waktu penelitian, penelitian ini dilakukan pada kurun waktu kurang dari satu tahun, sehingga metode yang digunakan adalah *cross-sectional method*. *Cross-sectional method* adalah metode mempelajari objek, dalam kurun waktu tertentu dan tidak berkesinambungan dalam jangka waktu panjang (Sekaran, 2013).

#### **3.2 Metode Penelitian**

##### **3.2.1 Jenis dan Metode yang Digunakan**

Penentuan jenis penelitian dan metode yang digunakan harus dilakukan pada setiap penelitian, agar tujuan dari penelitian tersebut dapat diketahui dan dicapai. Penelitian dapat berupa penelitian deskriptif dan penelitian verifikatif (Sekaran, 2013). Penelitian deskriptif adalah penelitian yang bertujuan untuk mendeskripsikan dan menggambarkan karakteristik dari variabel dalam sebuah situasi (Sekaran, 2013). Penelitian deskriptif dalam penelitian ini bertujuan untuk

memperoleh gambaran mengenai *tourist experience*, gambaran mengenai *environmental quality* dan gambaran mengenai *revisit intention*.

Sementara itu, penelitian verifikatif dilakukan untuk menjelaskan sifat hubungan tertentu dengan mengumpulkan data di lapangan (Sekaran, 2013). Adapun hubungan yang diuji dalam penelitian ini adalah pengaruh *tourist experience* dan *environmental quality* terhadap *revisit intention*. Dalam penelitian ini dilakukan uji hipotesis dilapangan terhadap wisatawan *first-timer* glamping Ciwidey Valley Resort. Berdasarkan jenis penelitiannya. Maka metode penelitian yang akan digunakan adalah metode *explanatory survey*.

Berdasarkan jenis penelitian yang dilakukan yaitu penelitian deskriptif dan penelitian verifikatif, maka metode yang digunakan adalah metode kuantitatif dan metode *explanatory survey*. Metode *explanatory survey* merupakan metode yang digunakan dalam penelitian penelitian yang bertujuan untuk menganalisis hubungan-hubungan antara satu variabel dengan variabel lainnya atau bagaimana suatu variabel mempengaruhi variabel lainnya.

Pada penelitian dengan penggunaan metode ini, informasi dari sebagian populasi dikumpulkan dengan tujuan untuk mengetahui pendapat dari sebagian populasi terhadap objek yang sedang diteliti.

### **3.2.2 Operasionalisasi Variabel**

Operasionalisasi variabel merupakan penjelasan dan pengertian teoritis variabel untuk dapat diamati dan diukur sesuai dengan alat ukur yang dijabarkan kedalam indikator pernyataan angket serta disusun urutan item pernyataan dari setiap variabel penelitian.

Variabel yang dikaji dalam penelitian ini yaitu *tourist experience* dan *environmental quality* sebagai *independent variabel* (X). Sementara untuk *dependent variabel* (Y) yaitu *revisit intention* yang memiliki dua dimensi yaitu *intention to revisit* dan *intention to recommend*. Variabel yang diteliti dalam penelitian ini dapat dilihat secara lebih rinci dalam Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel sebagai berikut :

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

<b>Variabel</b>	<b>Dimensi</b>	<b>Indikator</b>	<b>Ukuran</b>	<b>Skala</b>	<b>No Item</b>
<b>Tourist Experience (X1)</b>	Pengalaman wisatawan adalah respon subjektif berasal dari internal wisatawan yang dimiliki wisatawan terhadap kontak langsung maupun tidak langsung dengan perusahaan penyedia jasa.				
	<b>Orientation</b>	<i>Awareness</i>	Tingkat kesadaran tamu terhadap adanya produk Glamping di Ciwidey Valley Resort sangat tinggi	Ordinal	1
		<i>Interest</i>	Tingkat ketertarikan saat melihat informasi mengenai Glamping Ciwidey Valley Resort sangat tinggi		2
		<i>Intention to purchase</i>	Tingkat keinginan untuk melakukan pemesanan Glamping Ciwidey Valley Resort sangat tinggi		3
	<b>Attachment</b>	<i>Expectations</i>	Ekspektasi yang dimiliki terhadap Glamping Ciwidey valley Resort tinggi	Ordinal	4
		<i>Access to purchase</i>	Proses pembelian atau pemesanan Glamping Ciwidey Valley Resort mudah.		5
		<i>Preparation for the Trip</i>	Tingkat persiapan yang dilakukan saat akan melakukan kegiatan wisata di Glamping Ciwidey Valley Resort sangat tinggi		6
	<b>Visiting</b>	<i>Escape</i>	Terdapat perbedaan yang dirasakan antara kegiatan berwisata di Glamping Ciwidey Valley Resort dengan rutinitas sehari-hari	Ordinal	7
		<i>Entertainment</i>	Menikmati aktivitas di Glamping Ciwidey Valley Resort menimbulkan rasa senang		8
		<i>Esthetic</i>	Pemandangan alam di Ciwidey Valley Resort indah dan asri Eksterior bangunan di Ciwidey Valley Resort tertata dengan baik		9 10

<b>Evaluation</b>	<i>Comparison</i>	Glamping Ciwidey Valley Resort lebih baik dibandingkan dengan tempat wisata sejenis	Ordinal	11
	<i>Product Quality</i>	Produk yang ditawarkan dengan sesuai dengan apa yang didapatkan wisatawan di Glamping Ciwidey Valley Resort		12
	<i>Reality</i>	Ekspektasi yang dimiliki wisatawan sesuai dengan realita		13
<b>Storing</b>	<i>Physical</i>	Tingginya intensitas mengabadikan momen selama berwisata di Glamping Ciwidey Valley Resort dalam bentuk video	Ordinal	14
		Tingginya intensitas mengabadikan kegiatan selama berwisata di Glamping Ciwidey Valley Resort dalam bentuk foto		15
	<i>Social</i>	Kebersamaan yang dialami saat berwisata di Glamping Ciwidey Valley Resort tidak mudah dilupakan		16
	<i>Mental</i>	Kesan yang ditimbulkan terhadap tempat wisata setelah berwisata ke Glamping Ciwidey Valley Resort tidak mudah dilupakan		17
<b>Reflection and Enrichment</b>	<i>Comment</i>	Wisatawan cenderung memberikan komentar positif setelah berwisata di Glamping Ciwidey Valley Resort.	Ordinal	18
	<i>Intensity</i>	Intensitas membicarakan pengalaman saat berwisata di Glamping Ciwidey Valley Resort tinggi		19
	<i>Skill</i>	Wisatawan mendapatkan pengetahuan baru yang setelah melakukan kegiatan wisata di Glamping Ciwidey Valley Resort		20
<b>Environmental Quality (X2)</b>	Kualitas lingkungan alam di destinasi berbasis alam yang produk atau kegiatan pariwisata di destinasi tersebut bergantung pada kualitas lingkungan alam dan kualitasnya dapat menurun akibat aktivitas manusia.			

<b>Noise</b>	<i>Street Noise</i>	Kendaraan di jalan raya dinilai menimbulkan kebisingan	Ordinal	21
	<i>Visitor Activities</i>	Kegiatan wisatawan lain dinilai menimbulkan kebisingan		22
	<i>Entertainment Noise</i>	Kegiatan entertainment yang disediakan oleh Ciwidey Valley Resort dinilai menimbulkan kebisingan		23
<b>Water</b>	<i>Water Quality</i>	Kualitas air di Ciwidey valley Resort baik	Ordinal	24
	<i>Water Availability</i>	Tersedianya keran air di area dimana wisatawan melakukan aktifitas		25
	<i>Sign</i>	Terdapat imbauan mengenai efisiensi air di Ciwidey Valley Resort		26
<b>Waste</b>	<i>Wastebin Availability</i>	Menggunakan tempat sampah berdasarkan jenis sampah (organic, anorganik dan berbahaya) di Ciwidey valley Resort	Ordinal	27
		Tempat sampah tersedia di area wisatawan melakukan kegiatan wisata		28
		Tempat sampah tersedia disetiap tenda glamping Ciwidey Valley Resort		29
<b>Cleanliness</b>	<i>Cleanliness Quality</i>	Lingkungan resort Ciwidey Valley Resort bersih	Ordinal	30
		Tenda Glamping di Ciwidey Valley resort bersih dan rapih		31
		Tilet di Ciwidey Valley Resort bersih		32
<b>Street and Environment</b>	<i>Decor</i>	Dekorasi yang digunakan menggunakan bahan alam atau bahan ramah lingkungan di Ciwidey valley Resort	Ordinal	33
	<i>Guideposts</i>	Tanda jalan untuk tourist spot di Ciwidey Valley Resort jelas dan mudah dimengerti		34
	<i>Atmosphere</i>	Kenyamanan suasana alam dapat dirasakan di Ciwidey Valley Resort		35
<b>Advertisem ent Banner</b>	<i>Advertising media</i>	Penggunaan media iklan Ciwidey Valley Resort yang ramah lingkungan	Ordinal	36

	<i>Compatibility</i>	Keadaan lingkungan di media promosi sesuai dengan yang dirasakan wisatawan			37
		Motto “ <i>River Forest, where water and wood meets</i> ” sesuai dengan apa yang wisatawan rasakan.			38
<b>Revisit Intention (Y)</b>	<i>Niat pelanggan untuk membeli produk lagi didasarkan pada evaluasi dari pengalaman masa lalu mereka dan memahami harapan masa depan mereka.</i>				
	<b>Intention to revisit</b>	<i>Intention</i>	Kesediaan untuk kembali mengunjungi Glamping Ciwidey valley Resort	Ordinal	39
		<i>Possibility</i>	Kemungkinan untuk kembali mengunjungi Glamping Ciwidey Valley Resort		40
	<b>Intention to recommend</b>	<i>Recommendation</i>	Kesediaan untuk merekomendasikan Glamping Ciwidey Valley Resort	Ordinal	41
		<i>Positive word-of-mouth</i>	Kesediaan untuk berbicara hal positif mengenai Glamping Ciwidey Valley Resort		42

### 3.2.3 Jenis dan Sumber Data

Sumber data adalah segala sesuatu yang dapat memberikan informasi mengenai data. Berdasarkan sumbernya data dapat dibedakan menjadi dua, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer merupakan data yang mengacu pada informasi yang diperoleh dari tangan pertama oleh peneliti yang berkaitan dengan minat untuk tujuan spesifik studi (Sekaran, 2013). Data primer dalam penelitian ini adalah data yang akan diperoleh melalui penyebaran kuesioner secara langsung kepada wisatawan yang sedang atau sudah pernah berkunjung ke Ciwidey Valley Resort. Sementara itu, data sekunder merupakan data yang mengacu pada informasi yang dikumpulkan dari sumber yang sudah ada (Sekaran, 2013).

Untuk penjelasan yang lebih rinci akan dijelaskan dalam Tabel 3.2 yang menjelaskan mengenai sumber data yang digunakan dalam penelitian ini, antara lain:

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

No	Data	Jenis Data	Sumber Data
1.	Data jumlah wisatawan ke destinasi wisata di	Sekunder	Dinas Pariwisata dan Budaya Provinsi Jawa

2.	Kabupaten Bandung Data jumlah penjualan akomodasi Ciwidey Valley Resort	Sekunder	Barat Manajemen Valley Resort	Ciwidey
3.	Data penjualan berdasarkan jenis akomodasi Ciwidey Valley Resort	Sekunder	Manajemen Valley Resort	Ciwidey
4.	Kepustakaan mengenai <i>tourist experience,</i> <i>environmental quality</i> dan <i>revisit intention</i>	Sekunder	Jurnal dan E-book	
5.	Tanggapan wisatawan mengenai <i>tourist</i> <i>experience</i> di wisata glamping Ciwidey Valley Resort	Primer	Kunjungan wisatawan ke glamping Ciwidey Valley Resort	
6.	Tanggapan wisatawan mengenai <i>environmental</i> <i>quality</i> di wisata glamping Ciwidey Valley Resort	Primer	Kunjungan wisatawan ke glamping Ciwidey Valley Resort	
7.	Tanggapan wisatawan\ mengenai <i>revisit</i> <i>intention</i> di wisata glamping Ciwidey Valley Resort	Primer	Kunjungan wisatawan ke glamping Ciwidey Valley Resort	

Sumber : Diadaptasi dari berbagai sumber, 2019

### 3.2.4 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

#### 3.2.4.1 Populasi

Mengumpulkan, menganalisa data dan menentukan populasi merupakan suatu langkah yang penting dalam sebuah penelitian. Populasi mengacu pada seluruh kelompok orang, peristiwa, atau hal-hal menarik yang peneliti ingin teliti (Sekaran, 2013). Penentuan populasi dimulai dengan menentukan populasi yang akan menjadi sasaran penelitian, populasi yaitu sasaran yang akan menjadi cakupan kesimpulan penelitian. Sehingga apabila dalam hasil penelitian dikeluarkan kesimpulan, maka kesimpulan penelitian tersebut hanya berlaku untuk populasi sasaran yang telah ditentukan.

Berdasarkan penjelasan di atas, maka yang menjadi sasaran populasi penelitian pengaruh *tourist experience* dan *environmental quality* terhadap *revisit*

*intention* pada wisatawan Glamping Ciwidey Valley Resort yaitu sebanyak 4,439 orang wisatawan pada tahun 2018 (Manajemen Ciwidey Valley resort, 2019).

### 3.2.4.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. sampel adalah bagian dari populasi yang meliputi beberapa anggota terpilih darinya (Sekaran, 2013). Dalam mempermudah pelaksanaan penelitian, diperlukan suatu sampel karena sulit untuk keseluruhan populasi dapat diteliti, meskipun kesimpulan dan saran dari penelitian ini ditujukan untuk populasi. Hal ini disebabkan oleh beberapa keterbatasan. Keterbatasan itu antara lain keterbatasan biaya dan keterbatasan waktu yang tersedia. Peneliti mengambil sebagian dari populasi yang ditentukan dengan catatan sebagian dari populasi tersebut mewakili sebagian lain yang tidak diteliti. Untuk menentukan besarnya sampel yang dapat mewakili dari populasi penelitian, menurut Slovin (Sevilla, 1960) dapat ditentukan berdasarkan aturan berikut :

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

Keterangan :

n = jumlah sampel

N = jumlah populasi

e = batas toleransi kesalahan (5 %)

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

$$n = \frac{4.439}{1 + 4.439 \times 0.05^2} = \frac{4.439}{1 + 11,09} = 376,16$$

Sampel dalam penelitian ini adalah sebagian dari populasi penelitian yaitu sebagian dari wisatawan yang pernah berkunjung ke Ciwidey Valley Resort yang berjumlah minimal 400 orang.

### 3.2.4.3 Teknik Sampling

Teknik sampling merupakan teknik pengambilan sampel untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian, sehingga dapat diperoleh nilai karakteristik perkiraan (*estimate value*). Pemilihan sampel atau penarikan sampel (*sampling*) dapat diartikan sebagai proses memilih unit atau



elemen atau subjek dari dan yang mewakili populasi untuk dipelajari yang dapat ditarik kesimpulan mengenai karakteristik populasi yang diwakili (Silalahi, 2009).

Terdapat dua tipe utama pada teknik pengambilan sampel yaitu *probability sampling* dan *nonprobability sampling* (Sekaran, 2013). *Probability sampling* adalah pengambilan sampel di mana elemen-elemen dari populasi memiliki peluang atau probabilitas yang sama untuk dipilih sebagai subjek sampel. Teknik *probability sampling* meliputi *systematic random sampling*, *proportionate stratified random*, *disproportionate stratified random*, dan *sampling area (cluster sampling)*. Sementara, *Nonprobability sampling* adalah pengambilan sampel di mana elemen-elemen dalam populasi tidak memiliki peluang yang sama untuk dipilih sebagai subjek sampel (Sekaran, 2013). Teknik *nonprobability sampling* meliputi *systematic sampling*, *quota sampling*, *incidental sampling*, *purposive sampling*, *sampling jenuh*, dan *snowball sampling*.

Adapun teknik sampling yang digunakan dalam penelitian adalah teknik *purposive sampling*. *Purposive sampling* didefinisikan sebagai pengambilan sampel nonprobability dimana informasi yang diperlukan dikumpulkan dari target atau kelompok khusus berdasarkan beberapa alasan (Sekaran, 2013). Teknik ini dipilih karena populasi dan sampel yang telah ditentukan memiliki karakteristik tertentu antara lain :

1. Wisatawan yang melakukan kegiatan di Ciwidey Valley Resort.
2. Wisatawan yang pernah menginap sebanyak satu kali di glamping Ciwidey Valley Resort.
3. Wisatawan nusantara.

### **3.2.5 Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data merupakan suatu proses pengadaan data untuk kepentingan penelitian. Terdapat dua hal utama yang mempengaruhi kualitas data hasil penelitian, yaitu, kualitas instrumen penelitian dan kualitas pengumpulan data. Kualitas instrumen penelitian berkenaan dengan validitas dan reliabilitas instrumen dan kualitas pengumpulan data berkenaan dengan teknik pengumpulan data. Teknik pengumpulan data yang dilakukan penulis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Wawancara, yaitu dengan mengajukan pertanyaan secara tertulis maupun lisan, kepada pihak pengelola *Glamping Ciwidey Valley Resort*.
2. Observasi, yaitu peneliti datang langsung ke *Ciwidey Valley Resort*, Dinas Pariwisata Kabupaten Bandung dan Dinas Pariwisata dan Budaya Provinsi Jawa Barat untuk memperoleh data yang diperlukan selama penelitian.
3. Kuisisioner, yaitu angket berisi pertanyaan mengenai identitas diri responden, pengalaman responden, dan penilaian responden mengenai *tourist experience*, *environmental quality* dan *revisit intention* di *glamping Ciwidey Valley Resort*. Keuntungan dari kuisisioner antara lain dapat dibagikan secara serentak kepada banyak responden, dapat dijawab oleh responden menurut kecepatannya masing-masing, jawaban dapat berdasarkan apa yang responden rasakan, dapat menyesuaikan dengan waktu kesenggangan responden, dan dapat distandarisasi sehingga seluruh responden mendapatkan pertanyaan yang sama.
4. Studi literatur, yaitu pengumpulan data sekunder yang berhubungan variabel yang diteliti yang terdiri dari *tourist experience*, *environmental quality* dan *revisit intention* melalui buku, jurnal, website, serta tesis dan disertasi, guna memperoleh informasi mengenai teori atau konsep yang berkaitan dengan penelitian.

### **3.2.6 Pengujian Validitas dan Reliabilitas**

Setelah memperoleh data dari responden melalui kuisisioner, langkah selanjutnya adalah mengolah dan menafsirkan data sehingga dapat dilihat apakah terdapat pengaruh antara variabel *tourist experience* (X1) dan variabel *environmental quality* (X2) terhadap variabel *revisit intention* (Y). Sebelum melakukan analisis data, perlu dilakukan uji validitas dan reliabilitas dengan tujuan menguji kelayakan kuisisioner yang akan disebar kepada responden. Selain itu uji validitas dan reliabilitas dilakukan untuk melihat tingkat kebenaran dan kualitas data yang didapat.

#### **3.2.6.1 Hasil Pengujian Validitas**

Validitas adalah sejauh mana perbedaan dalam skor pada suatu instrumen mencerminkan kebenaran perbedaan antara individu-individu, kelompok-kelompok atau situasi-situasi dalam karakteristik (variabel) yang diketemukan

untuk ukuran (Silalahi, 2009). Validitas internal atau rasional yaitu jika kriteria yang ada dalam instrumen secara rasional mencerminkan apa yang diukur. Sedangkan validitas eksternal yaitu, jika kriteria di dalam instrumen disusun berdasarkan fakta-fakta empiris yang telah ada. Rumus yang digunakan digunakan untuk menguji validitas adalah rumus Korelasi *Product Moment* sebagai berikut :

$$r_{xy} = \frac{n\sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{n\sum X^2 - (\sum X)^2\}\{n\sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Sumber : (Sugiyono, 2012)

Keterangan :

$r_{xy}$  = koefisien korelasi *product moment*

N = Jumlah sampel

$\sum$  = Kuadrat faktor variabel X

$\sum X^2$  = Kuadrat faktor variabel X

$\sum Y^2$  = Kuadrat faktor variabel Y

$\sum XY$  = Jumlah perkalian faktor korelasi variable X dan Y

Pengujian validitas diperlukan untuk mengetahui apakah instrument yang digunakan untuk mencari data primer dalam sebuah penelitian dapat digunakan untuk mengukur sesuatu yang seharusnya terukur. Keputusan pengujian validitas item instrumen, menggunakan taraf signifikansi sebagai berikut:

1. Item pertanyaan-pertanyaan responden penelitian dikatakan valid jika *rhitung* lebih besar atau sama dengan *rtabel* ( $rhitung \geq rtabel$ ).
2. Item pertanyaan-pertanyaan responden penelitian dikatakan tidak valid jika *rhitung* lebih kecil dari *rtabel* ( $rhitung \leq rtabel$ ).

Perhitungan validitas item instrument dilakukan dengan bantuan program SPSS 20 *for windows* . Hasil perhitungan dengan menggunakan SPSS 20 *for windows* diperoleh hasil pengujian validitas dari item pertanyaan yang diajukan peneliti. Hasil uji validitas yang diajukan peneliti kepada 30 responden dapat dilihat pada Tabel 3.3 sebagai berikut:

**TABEL 3.3**  
**HASIL PENGUJIAN VALIDITAS**

No	Pertanyaan	<i>r<sub>hitung</sub></i>	Nilai Sig.	Taraf Sig.	Keterangan
<b><i>Tourist Experience( XI)</i></b>					
<b><i>Orientation</i></b>					
1.	Tingkat kesadaran tamu terhadap adanya produk Glamping di Ciwidey Valley Resort sangat tinggi	0,533	0,002	0,05	Valid
2.	Tingkat ketertarikan saat melihat informasi mengenai Glamping Ciwidey Valley Resort sangat tinggi	0,417	0,022	0,05	Valid
3.	Tingkat keinginan untuk melakukan pemesanan Glamping Ciwidey Valley Resort sangat tinggi	0,471	0,009	0,05	Valid
<b><i>Attachment</i></b>					
4.	Ekspektasi yang dimiliki terhadap Glamping Ciwidey valley Resort tinggi	0,426	0,019	0,05	Valid
5.	Proses pembelian atau pemesanan Glamping Ciwidey Valley Resort mudah.	0,442	0,015	0,05	Valid
6.	Tingkat persiapan yang dilakukan saat akan melakukan kegiatan wisata di Glamping Ciwidey Valley Resort sangat tinggi	0,451	0,012	0,05	Valid
<b><i>Visiting</i></b>					
7.	Terdapat perbedaan yang dirasakan antara kegiatan berwisata di Glamping Ciwidey Valley Resort dengan rutinitas sehari-hari	0,648	0,000	0,05	Valid
8.	Menikmati aktivitas di Glamping Ciwidey Valley Resort menimbulkan rasa senang	0,546	0,002	0,05	Valid

9.	Pemandangan alam di Ciwidey Valley Resort indah dan asri	0,416	0,022	0,05	Valid
10.	Eksterior bangunan di Ciwidey Valley Resort tertata dengan baik	0,442	0,015	0,05	Valid
<b><i>Evaluation</i></b>					
11.	Glamping Ciwidey Valley Resort lebih baik dibandingkan dengan tempat wisata sejenis	0,538	0,002	0,05	Valid
12.	Produk yang ditawarkan sesuai dengan apa yang didapatkan wisatawan di Glamping Ciwidey Valley Resort	0,693	0,000	0,05	Valid
13.	Ekspektasi yang dimiliki wisatawan sesuai dengan realita	0,486	0,007	0,05	Valid
<b><i>Storing</i></b>					
14.	Tingginya intensitas mengabadikan momen selama berwisata di Glamping Ciwidey Valley Resort dalam bentuk video	0,540	0,002	0,05	Valid
15.	Tingginya intensitas mengabadikan kegiatan selama berwisata di Glamping Ciwidey Valley Resort dalam bentuk foto	0,496	0,005	0,05	Valid
16.	Kebersamaan yang dialami saat berwisata di Glamping Ciwidey Valley Resort tidak mudah dilupakan.	0,610	0,000	0,05	Valid
17.	Kesan wisatawan terhadap tempat wisata setelah berwisata ke Glamping Ciwidey Valley Resort tidak mudah dilupakan	0,559	0,001	0,05	Valid
<b><i>Reflection and Enrichment</i></b>					
18.	Wisatawan cenderung memberikan komentar positif setelah berwisata di Glamping Ciwidey	0,438	0,016	0,05	Valid

Valley Resort.					
19.	Intensitas membicarakan pengalaman saat berwisata di Glamping Ciwidey Valley Resort tinggi	0,538	0,002	0,05	Valid
20.	Wisatawan mendapatkan pengetahuan baru yang setelah melakukan kegiatan wisata di Glamping Ciwidey Valley Resort	0,648	0,000	0,05	Valid
<b><i>Environmental Quality (X2)</i></b>					
<b><i>Noise</i></b>					
21.	Kendaraan di jalan raya dinilai menimbulkan kebisingan	0,530	0,000	0,05	Valid
22.	Kegiatan wisatawan lain dinilai menimbulkan kebisingan	0,618	0,000	0,05	Valid
23.	Kegiatan entertainment yang disediakan oleh Ciwidey Valley Resort dinilai menimbulkan kebisingan	0,553	0,002	0,05	Valid
<b><i>Water</i></b>					
24.	Kualitas air di Ciwidey Valley Resort baik	0,612	0,000	0,05	Valid
25.	Tersedianya keran air di area dimana wisatawan melakukan aktifitas	0,414	0,023	0,05	Valid
26.	Terdapat imbauan mengenai efisiensi air di Ciwidey Valley Resort	0,733	0,000	0,05	Valid
<b><i>Waste</i></b>					
27.	Menggunakan tempat sampah berdasarkan jenis sampah (organik, anorganik dan berbahaya) di Ciwidey Valley Resort	0,727	0,000	0,05	Valid
28.	Tempat sampah tersedia di area wisatawan melakukan kegiatan wisata	0,694	0,000	0,05	Valid
29.	Tempat sampah tersedia disetiap tenda glamping Ciwidey Valley Resort	0,733	0,000	0,05	Valid

<i>Cleanliness</i>					
30.	Lingkungan resort Ciwidey Valley Resort bersih	0,695	0,000	0,05	Valid
31.	Tenda Glamping di Ciwidey Valley resort bersih dan rapih	0,760	0,000	0,05	Valid
32.	Toilet di Ciwidey Valley Resort bersih	0,726	0,000	0,05	Valid
<i>Street and Environment</i>					
33.	Dekorasi yang digunakan di Ciwidey Valley Resort menggunakan bahan alam atau bahan ramah lingkungan	0,533	0,002	0,05	Valid
34.	Tanda jalan untuk tourist spot di Ciwidey Valley Resort jelas dan mudah dimengerti	0,500	0,005	0,05	Valid
35.	Kenyamanan suasana alam dapat dirasakan di Ciwidey Valley Resort	0,494	0,006	0,05	Valid
<i>Advertisement Banner</i>					
36.	Penggunaan media iklan Ciwidey Valley Resort yang ramah lingkungan	0,457	0,011	0,05	Valid
37.	Keadaan lingkungan di media promosi sesuai dengan yang dirasakan wisatawan	0,490	0,006	0,05	Valid
38.	Motto “ <i>River Forest, where water and wood meets</i> ” sesuai dengan apa yang wisatawan rasakan.	0,386	0,035	0,05	Valid
<i>Revisit Intention</i>					
<i>Intention to Revisit</i>					
39.	Keinginan untuk berkunjung kembali ke Glamping Ciwidey Valley Resort	0,756	0,000	0,05	Valid
40.	Kemungkinan untuk kembali lagi di masa yang akan datang ke Glamping Ciwidey Valley Resort	0,854	0,000	0,05	Valid

<i>Intention to Recommend</i>					
41.	Kesediaan untuk merekomendasikan Glamping Ciwidey Valley Resort	0,774	0,000	0,05	Valid
42.	Kesediaan untuk berbicara hal positif mengenai Glamping Ciwidey Valley Resort	0,631	0,000	0,05	Valid

Sumber : Pengolahan Data, 2019 (Menggunakan *SPSS for Windows*)

Berdasarkan kuisioner yang diuji sebanyak 30 responden dengan tingkat signifikansi 5% dan derajat bebas (df)  $n-2$  ( $30-2=28$ ), maka diperoleh nilai signifikansi seperti yang tertera pada Tabel 3.3 hasil pengujian validitas dengan pertanyaan pertanyaan yang diajukan kepada responden seluruhnya dinyatakan valid karena nilai signifikansi lebih kecil dari taraf signifikansi yaitu 0,05 sehingga kuisioner tersebut dapat dijadikan alat ukur terhadap konsep yang seharusnya diukur.

### 3.2.6.2 Hasil Pengujian Reliabilitas

Reliabilitas adalah ketepatan atau akurasi instrumen pengukur (Silalahi, 2009). Pada penelitian ini reliabilitas dapat dicari menggunakan rumus *alpha* atau *Cronbach's alpha* ( $\alpha$ ) sebagai berikut :

$$r_{11} = \left[ \frac{k}{(k-1)} \right] \left[ 1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right]$$

Sumber : (Umar, 2009)

Keterangan:

$r_{11}$  = reliabilitas instrument

$k$  = jumlah butir pertanyaan

$\sigma_t^2$  = varians total

$\sum \sigma_b^2$  = jumlah varians butir tiap pertanyaan

Jumlah varian butir tiap pertanyaan dapat dicari dengan cara mencari nilai  $\sum \sigma^2$  2 varians tiap butir yang kemudian dijumlahkan ( $\sum \sigma^2$ ) sebagai berikut :

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



Keterangan :

$n$  = jumlah sampel

$\sigma^2$  = nilai varians

$\sum x^2$  = jumlah skor

Keputusan uji reliabilitas ditentukan dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Jika hasil perhitungan menggunakan rumus *Cronbach's alpha* ( $\alpha$ )  $\geq 0,700$  maka instrumen penelitian dikatakan reliabel.
2. Jika hasil perhitungan menggunakan rumus *Cronbach's alpha* ( $\alpha$ )  $\leq 0,700$  maka instrumen penelitian dikatakann tidak reliabel.

Perhitungan reliabilitas instrument penelitian dilakukan dengan bantuan program SPSS 20 *for windows*. Berdasarkan hasil perhitungan dengan diperoleh hasil pengujian reliabilitas seperti pada Tabel 3.4 berikut :

**TABEL 3.4**  
**HASIL UJI RELIABILITAS *CORNBACH'S ALPHA***

No.	Variabel	$r_{hitung}$	Koefisien	Keterangan
		( <i>Cornbach's Alpha</i> )	( <i>Cornbach's Alpha</i> )	
1.	<i>Tourist Experience</i>	0,855	0,700	Reliable
2.	<i>Environmental Quality</i>	0,796	0,700	Reliabel
3.	<i>Revisit Intention</i>	0,748	0,700	Reliable

Sumber : Pengolahan Data, 2018 (Menggunakan *SPSS 20 for Windows*)

Berdasarkan Tabel 3.4 hasil uji pengolahan data kuisisioner untuk mengukur variable *customer experience* dan *revisit intention* dinyatakan reliable karena skor variable *customer experience* dan *revisit intention* lebih besar dibandingkan dengan koefisien *cornbach's alpha* yang bernilai 0,700.

### 3.2.7 Rancangan Analisis Data

Data yang diperoleh dalam penelitian kemudian diolah dan dianalisis. Tujuan pengolahan data adalah untuk memberikan keterangan yang berguna dan menguji hipotesis yang telah dirumuskan dalam penelitian. Teknik analisis data diarahkan pada pengujian hipotesis serta menjawab masalah yang diajukan dalam penelitian.

#### 3.2.7.1 Rancangan Analisis Data Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk menganalisis data yang bersifat kualitatif serta digunakan untuk melihat faktor penyebab. Dalam penelitian ini

analisis dekriptif digunakan untuk mendeskripsikan variabel-variabel penelitian yaitu analisis deskriptif variable X yaitu *tourist experience (X1)*, *environmental quality (X2)* dan variable Y yaitu *revisit intention*. Setelah dilakukan analisis deskriptif terhadap variable variable yang diteliti, dilakukan analisis terhadap keseluruhan data yang telah diperoleh dari responden. Analisis data dalam penelitian ini dilakukan dalam beberapa tahap berikut ini :

1. Menyusun data, penyusunan data dilakukan dengan memeriksa kelengkapan data mulai dari identitas diri responden hingga pengisian tanggapan responden terhadap variable variable yang diteliti.
2. Tabulasi data, tabulasi data yang dilakukan antara lain :
  - a. Memberikan skor pada setiap item,
  - b. Menjumlahkan skor pada setiap item,
  - c. Mengubah jenis data, dan
  - d. Menyusun rangking skor pada setiap variabel penelitian

Dengan menggunakan skala *likert*, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator-indikator yang dapat diukur. Akhirnya indikator-indikator yang terukur ini dapat dijadikan titik tolak untuk membuat instrumen berupa pertanyaan yang pernyataan yang perlu dijawab oleh responden. Setiap jawaban dihubungkan dengan bentuk pernyataan atau dukungan sikap yang diungkapkan dengan kata-kata sebagai berikut :

**TABEL 3.5**  
**ALTERNATIF JAWABAN MENURUT SKALA LIKERT**

Alternatif Jawaban	Skala
Sangat setuju/selalu/sangat positif	5
Setuju/sering/ positif	4
Ragu-ragu/kadang-kadang/netral	3
Tidak setuju/hampir tidak pernah/negative	2
Sangat tidak setuju/tidak pernah	1

Sumber : (Riduwan, 2013: 39)

3. Menganalisis data, dilakukan dimulai dari pengolahan data-data yang diperoleh untuk kemudian dianalisis dengan menginterpretasi data hasil perhitungan dengan menggunakan rumus-rumus statistik.

### 3.2.7.2 Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda dan dalam penelitian kuantitatif, analisis data dilakukan setelah

data seluruh responden terkumpul. Kegiatan analisis data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Menyusun data, bertujuan untuk memeriksa kelengkapan identitas responden, kelengkapan data, dan kelengkapan pengisian data terkait dengan variable variable yang diteliti
2. Tabulasi Data, tabulasi data yang dilakukan;
  - a. Memberikan skor pada setiap item,
  - b. Menjumlahkan skor pada setiap item, dan
  - c. Menyusun ranking skor pada setiap variabel penelitian.
3. Menganalisis data, proses pengolahan data dengan menggunakan rumus-rumus statistic yang hasilnya akan diinterpretasi menjadi suatu kesimpulan. Adapun metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif dan verifikatif.
4. Pengujian, proses pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan metode verifikatif, setelah itu dilakukan analisis regresi berganda.

Operasi matematika tidak dapat diterapkan pada data ordinal, maka dari itu angka data ordinal perlu diubah menjadi data interval menggunakan proporsi untuk menentukan nilai dari setiap point angka ordinal. Penelitian ini menggunakan data ordinal, oleh karena itu semua data ordinal yang diperoleh terlebih dahulu diubah menjadi skala interval dengan menggunakan *method of successive interval* (MSI). Untuk lebih jelasnya proses analisis regresi berganda akan dilakukan dengan langkah-langkah sebagai berikut :

#### **1. *Method of Successive Interval* (MSI)**

Skala yang digunakan dalam penelitian adalah skala ordinal yaitu skala yang berbentuk peringkat untuk menunjukkan suatu preferensi atau penilaian. Skala ordinal perlu ditransformasi menjadi skala interval dengan menggunakan *method of successive interval* (MSI). Langkah langkah untuk melakukan perubahan data dari ordinal menjadi interval yaitu sebagai berikut :

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

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

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

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

## 2. Teknik Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi berganda merupakan satu analisis peramalan nilai pengaruh dua variabel bebas (X) atau lebih terhadap variabel terikat (Y) untuk membuktikan ada atau tidaknya hubungan kausal antara dua variabel bebas atau lebih. Persamaan regresi linier berganda dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

Keterangan :

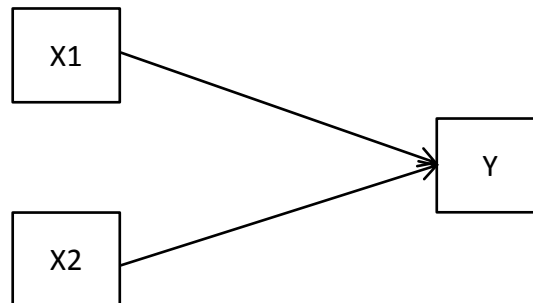
Y = Subyek dalam variabel terikat yang diprediksikan (*revisit intention*)

a = Konstanta

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 memiliki nilai tertentu *tourist experience* (X1) dan *environmental quality* (X2)

Analisis regresi linier berganda akan dilakukan bila jumlah variable independen minimal dua atau lebih. lebih jelasnya dapat dilihat pada gambar 3.1 berikut:



**GAMBAR 3.1**  
**REGRESI BERGANDA**

Keterangan :

$X1 = \textit{tourist experience}$

$X2 = \textit{environmental quality}$

$Y = \textit{revisit intention}$

Terdapat larangan asumsi asumsi pada analisis regresi linier berganda. Dalam mengetahui ada atau tidak adanya larangan larangan tersebut maka diperlukan uji asumsi klasik yang harus dipenuhi. Uji asumsi yang biasa digunakan adalah asumsi normalitas, multikolinearitas, autokorelasi dan heteroskedastisitas.

#### **a. Uji Asumsi Normalitas**

Uji normalitas adalah prosedur yang bertujuan untuk melihat apakah nilai residual terdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah yang memiliki nilai residual terdistribusi dengan normal. Syarat pertama untuk melakukan analisis regresi linier berganda adalah normalitas. Untuk mengetahui apakah data yang digunakan berdistribusi normal atau tidak, dapat menggunakan *normal probability plot*.

Suatu model regresi memiliki data berdistribusi normal apabila sebaran datanya terletak disekitar garis diagonal pada *normal probability plot* yaitu dari kiri bawah ke kanan atas berarti berdistribusi normal. Data berdistribusi normal, jika nilai sig (signifikansi)  $> 0,05$ . Sedangkan data berdistribusi tidak normal, jika nilai sig (signifikansi)  $< 0,05$ . Jika data tidak berdistribusi normal, atau jumlah

sampel sedikit dan jenis data adalah nominal atau ordinal maka metode yang digunakan adalah statistik nonparametrik. Dalam Uji normalitas ini, dikatakan berdistribusi normal jika signifikansi lebih besar dari 5 % atau 0,05, (Uji *One Sample Kolmogorov-Smirnov* ).

#### **b. Uji Asumsi Multikolinearitas**

Uji multikolinearitas adalah untuk melihat ada atau tidaknya korelasi koefisien ( $r$ ) yang tinggi antara variabel-variabel bebas dalam suatu model regresi linear berganda. Dua parameter yang paling sering digunakan untuk mendeteksi multikolinearitas adalah nilai tolerance dan nilai VIF ( *variance inflation factor* ). Melihat nilai tolerance, tidak terjadi multikolinearitas, jika nilai Tolerance lebih besar 0,10. Terjadi multikolinearitas, jika nilai Tolerance lebih kecil atau sama dengan 0,10. Melihat nilai VIF, tidak terjadi multikolinearitas, jika nilai VIF lebih kecil 10,00. Terjadi multikolinearitas, jika nilai VIF lebih besar atau sama dengan 10,00.

#### **c. Uji Asumsi Autokorelasi**

Uji autokorelasi adalah untuk melihat apakah terjadi korelasi antara suatu periode  $t$  dengan periode sebelumnya ( $t - 1$ ). Uji autokorelasi hanya dilakukan pada data *time series* (runtut waktu) dan tidak perlu dilakukan pada data *cross section* seperti pada kuesioner di mana pengukuran semua variabel dilakukan secara serempak pada saat yang bersamaan. Persamaan regresi yang baik adalah tidak memiliki masalah autokorelasi. Jika terjadi autokorelasi maka persamaan tersebut menjadi tidak baik atau tidak layak dipakai prediksi. Gejala autokorelasi dideteksi dengan melakukan uji *Durbin-Watson* (DW). Hasil perhitungan *Durbin-Watson* (DW) dibandingkan dengan nilai nilai  $d$  tabel pada  $\alpha = 0,05$ .

#### **d. Uji Asumsi Heteroskedastisitas**

Uji heteroskedastisitas adalah untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang memenuhi persyaratan adalah di mana terdapat kesamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap atau disebut homoskedastisitas. dan jika variansnya tidak sama disebut terjadi heteroskedastisitas. Persamaan regresi yang baik jika tidak terjadi heteroskedastisitas. Suatu regresi dikatakan tidak terdeteksi Heteroskedastisitas,

jika nilai  $t$  hitung lebih kecil dari  $t$  tabel dan nilai signifikansi lebih besar dari 0,05. Dikatakan heterokedastisitas, jika  $t$  hitung lebih besar dari  $t$  tabel dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05.

### 3.7.2.3 Pengujian Hipotesis Regresi Berganda

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda. Regresi berganda digunakan untuk melihat hubungan atau pengaruh simultan ataupun parsial ( $X_1$ ) dan ( $X_2$ ) terhadap *revisit intention* wisatawan glamping Ciwidey Valley Resort. Sebagai langkah terakhir dari analisis data adalah pengujian hipotesis. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi berganda. Analisis regresi berganda digunakan untuk menentukan besarnya pengaruh variabel independen ( $X$ ) yaitu *tourist experience* dan *environmental quality* terhadap variabel dependen ( $Y$ ) yaitu *revisit intention*. Pada akhirnya akan diambil suatu kesimpulan  $H_0$  ditolak atau  $H_1$  diterima dari hipotesis yang telah dirumuskan.

Secara statistik, hipotesis yang akan di uji dalam pengambilan keputusan penerimaan maupun penolakan dapat ditulis sebagai berikut :

$H_0 = 0$  , tidak ada pengaruh dari *tourist experience* ( $X_1$ ) dan *environmental quality* ( $X_2$ ) terhadap *revisit intention* ( $Y$ )

$H_a \neq 0$  , terdapat *tourist experience* ( $X_1$ ) dan *environmental quality* ( $X_2$ ) terhadap *revisit intention* ( $Y$ )