

BAB III

OBJEK, METODE PENELITIAN DAN DESAIN PENELITIAN

1.1 Objek Penelitian

Dalam penelitian ini, yang menjadi objek yang akan diteliti adalah variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini. Variabel tersebut terdiri dari variabel independen (X) meliputi; *Destination Image*, *Travel Motivation*, Religiusitas dan *Islamic Attribute of Destination*. Serta variabel dependen (Y) yang terdiri dari intensi berkunjung. Adapun subjek penelitian ini adalah muslim milenial di Kota Bandung.

1.2 Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode *survey* dalam pendekatan *explanatori*. Pendekatan *explanatori* dikemukakan oleh Kotler, et al. (2006) yakni merupakan salah satu pendekatan penelitian yang belum diketahui, belum dipahami, atau belum dikenali dengan baik. Sedangkan M. Nazir dalam (Juliana, 2017) menjelaskan metode *survey* adalah metode yang diadakan untuk memperoleh fakta-fakta, mencari keterangan-keterangan faktual serta berusaha untuk menggambarkan gejala-gejala dari praktik yang sedang berlangsung.

Jenis penelitian ini adalah deskriptif dan verifikatif (menguji hipotesis secara empiris). Analisis deskriptif dilakukan untuk menjelaskan gambaran tentang pengaruh *destination image*, *travel motivation*, religiusitas, *islamic attributes of destination* terhadap intensi mengunjungi destinasi wisata halal di kalangan wisatawan milenial. Sedangkan analisis verifikatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara variabel melalui suatu pengujian hipotesis.

1.3 Desain Penelitian

Desain penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah desain pengujian hipotesis (*hypothesis testing*). Maka desain penelitian yang lebih cocok digunakan yaitu kausalitas. Penelitian kausalitas meneliti hubungan sebab-akibat antara dua variabel atau lebih.

Hubungan sebab-akibat dalam proposisi secara khusus menyatakan bahwa perubahan dalam satu variabel menyebabkan suatu perubahan dalam variabel lain dalam satu arah tertentu (Silalahi, 2012). Adapun dalam penelitian ini menjelaskan pengaruh variabel *destination image*, *travel motivation*, religiusitas dan *islamic attribute of destination* terhadap intensi berkunjung.

1.3.1 Definisi Operasional Variabel

Pada bagian ini akan dijelaskan definisi operasional variabel-variabel yang digunakan yaitu Intensi berkunjung muslim milenial (Y), *Destination Image* (X₁), *Travel Motivation* (X₂), Religiusitas (X₃) dan *Islamic Attributes of Destination* (X₄).

Tabel 3.1
Operasional Variabel

Variabel/Dimensi	Indikator	Ukuran	Instrumen
<i>Destination Image</i> (X ₁) adalah representasi mental individu tentang pengetahuan, perasaan dan persepsi keseluruhan tentang destinasi dan citra destinasi yang telah ditemukan memengaruhi niat perilaku wisatawan (<i>behavioral intentions</i>) dalam menentukan destinasi yang dituju. (Crompton, 1979); (Echtner & Ritchie, 2003); (Tasci & Kozak, 2006); (Lopes, 2011).	✓ Daya tarik alam	Keindahan alam ciptaan Tuhan yang disuguhkan oleh destinasi wisata.	
	✓ Fasilitas wisata yang baik	Kemudahan dan kenyamanan sarana dan prasarana di lokasi wisata untuk memenuhi kebutuhan wisatawan.	
	✓ Aksesibilitas	Suatu kemudahan yang tersedia di lokasi wisata yang diberikan kepada calon wisatawan.	
	✓ Atraksi budaya yang menarik	Kemenarikan dan keunikan atraksi budaya yang ditampilkan pada destinasi wisata.	
	✓ <i>Pleasant feeling</i>	Mengacu pada perasaan senang yang dirasakan oleh seseorang terhadap destinasi wisata yang akan ia kunjungi.	

Variabel/Dimensi	Indikator	Ukuran	Instrumen
	✓ <i>Relaxing feeling</i>	Mengacu pada perasaan tenang dan nyaman yang dirasakan oleh seseorang terhadap destinasi wisata yang akan ia kunjungi.	
	✓ <i>Captivating feeling</i>	Mengacu pada perasaan tertarik dan memikat yang dirasakan oleh seseorang terhadap destinasi wisata yang akan ia kunjungi.	
<i>Travel Motivation (X2)</i> adalah motivasi yang mengacu pada satu set kebutuhan yang menyebabkan seseorang untuk berpartisipasi dalam kegiatan wisata. (Pizam, Neumann, & Reichel, 1979); (Crompton, 1979); (Iso-Aloha, 1982); (George, 2004).	✓ <i>Psychology factors</i>	Seberapa kuat keinginan seseorang dalam membuat keputusan untuk melakukan perjalanan wisata.	
	✓ <i>Physical factor</i>	Mengacu pada faktor-faktor fisik yang memicu seseorang untuk melakukan perjalanan wisata.	
	✓ <i>Social interaction</i>	Mengacu pada faktor-faktor sosial yang mempengaruhi seseorang untuk mengunjungi suatu destinasi.	
	✓ <i>Seeking/ exploration</i>	Kecenderungan seseorang untuk menjelajah atau mencari sesuatu yang baru sehingga hal tersebut mendorong ia untuk melakukan kunjungan ke suatu destinasi wisata.	

Variabel/Dimensi	Indikator	Ukuran	Instrumen
	✓ <i>Tangible factors</i>	Kekuatan-kekuatan eksternal berupa hal yang nampak/berwujud di suatu destinasi wisata seperti alam, penduduk lokal, makanan, budaya dan lain-lain yang mendorong seseorang untuk mengunjungi destinasi wisata.	
	✓ <i>Intangible factors</i>	Kekuatan-kekuatan internal berupa hal yang tak nampak/tidak berwujud di suatu destinasi wisata seperti citra destinasi, <i>prestige</i> , dan harapan manfaat yang mendorong seseorang untuk mengunjungi destinasi wisata.	
Religiusitas (X3) adalah sejauh mana seseorang berkomitmen pada agama dan mengakui ajarannya, dan dengan agama itulah tercermin sikap dan perilaku individu (Glock & Stark, 1966); (Rahman, Asrarhaghighi, & Rahman, 2015).	✓ Keyakinan (<i>Ideology</i>)	Sejauh mana seseorang menerima hal-hal yang dogmatik dalam agamanya, misalnya kepercayaan kepada Tuhan, malaikat, surga dan neraka.	
	✓ Praktik (<i>Ritualistic</i>)	Sejauh mana seseorang mengerjakan kewajiban-kewajiban ritual dalam agamanya.	
	✓ Ihsan dan Penghayatan (<i>Experiential</i>)	Perasaan nikmat dalam menjalankan ibadah dan perasaan syukur atas nikmat yang dikaruniakan oleh Allah dalam	

Variabel/Dimensi	Indikator	Ukuran	Instrumen
		kehidupan mereka.	
	✓ Pengetahuan Agama (<i>Intellectual</i>)	Seberapa jauh seseorang mengetahui tentang ajaran-ajaran agamanya, terutama yang ada di dalam kitab suci maupun yang lainnya.	
<i>Islamic Attributes of Destination</i> (X4) adalah faktor-faktor yang mencakup kebutuhan wisatawan muslim yang akan berwisata ke suatu objek wisata (Battour & Ismail, 2011); (Farahdel, 2011).	✓ Konsekuensi (<i>Consequential</i>)	Sejauh mana perilaku seseorang dimotivasi oleh ajaran-ajaran agamanya dalam kehidupan sosial.	
	✓ <i>Worship facilities</i> (fasilitas ibadah)	Tersedianya fasilitas ibadah di lokasi wisata dan tempat umum lainnya.	
	✓ <i>Halalness</i> (Kehalalan)	Tersedianya pelayanan dan fasilitas halal di lokasi wisata.	
	✓ <i>Alcohol & gambling free</i> (Bebas alkohol dan perjudian)	Terdapat larangan mengonsumsi minuman beralkohol dan kegiatan perjudian di lokasi wisata.	
	✓ <i>Islamic morality</i> (Moral islam)	Seluruh aktivitas wisata mengikuti kesesuaian moral islam.	
Intensi Berkunjung ke Destinasi Wisata (Y) adalah kemungkinan seseorang untuk melakukan perjalanan ke suatu destinasi. (Baker & Crompthon, 2000); (Jang, Ba, Clark Hu, & Wu, 2009); (Albarq, 2014).	✓ <i>Behavioral belief</i>	Kepercayaan pribadi terhadap perilaku atau objek baik itu positif atau negatif yang akan menghasilkan tindakan tertentu.	
	✓ <i>Outcome evaluation</i>	Penilaian atas setiap efek (baik keuntungan maupun kerugian) yang ditimbulkan dari kepercayaan tersebut.	

Variabel/Dimensi	Indikator	Ukuran	Instrumen
	✓ <i>Normatif beliefs</i>	Pengaruh sosial yang mempengaruhi seseorang untuk berperilaku.	
	✓ <i>Motivation to comply</i>	Seberapa besar motivasi untuk mengikuti saran atau pengaruh sosial tersebut.	
	✓ <i>Control belief</i>	Persepsi pribadi tentang betapa mudah atau sulit melakukan perilaku tertentu. Berkaitan dengan sumber daya sumber daya yang dimiliki dan kesempatan yang ada untuk melakukan sesuatu.	
	✓ <i>Perceived power</i>	Seberapa besar faktor kemudahan dan kesulitan akan menampilkan perilaku tertentu.	

1.3.2 Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi dalam penelitian ini adalah generasi muslim milenial se-Indonesia yang belum pernah mengunjungi destinasi wisata halal di Lombok namun memiliki ketertarikan untuk mengunjungi ke destinasi tersebut. Kemudian teknik penarikan sampel pada penelitian ini mengacu pada teknik *non-probabilty sampling* dengan jenis sampel yang digunakan yaitu *purposive sampling*. Teknik *non-probabilty sampling* digunakan karena didasari pada jumlah sampel yang tersebar luas dan belum diketahui jumlah pastinya.

Kemudian Juanda (2009) menyebutkan, *purposive sampling* merupakan penarikan sampel karena beberapa pertimbangan tertentu yang disesuaikan dengan tujuan penelitian atau masalah penelitian yang dikembangkan. Untuk itu, kriteria yang digunakan dalam penelitian ini adalah generasi muslim milenial yang merupakan kelahiran tahun 1980-1999 atau berusia 20-40 tahun. Kemudian penarikan sampel didasarkan oleh ketentuan yang dikemukakan oleh Hair (2015)

dimana ia menjelaskan bahwa ukuran sampel yang sesuai yaitu berkisar 100-200 responden. Untuk itu, penelitian ini memutuskan untuk menggunakan sampel sebanyak 200 responden.

1.3.3 Instrumentasi dan Teknik Pengumpulan Data

Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh melalui kuesioner atau angket. Penyebaran kuesioner ini dilakukan menggunakan *google form* kemudian di sebar melalui sosial media. Pengukuran instrumen dikembangkan dengan menggunakan skala *likert*. Skala *likert* merupakan skala yang menggunakan lebih dari satu item pertanyaan, dimana beberapa pertanyaan digunakan untuk menjelaskan sebuah konstruk, kemudian jawaban tersebut dijumlahkan (Ferdinand, 2014).

Pada penggunaan skala likert, maka variabel yang diukur dijabarkan dalam bentuk indikator dan ukuran. Selanjutnya, ukuran dari indikator tersebut diturunkan dalam bentuk pertanyaan penelitian yang akan dijawab oleh responden. Berikut adalah pilihan jawaban yang diberikan:

Tabel 3.2
Skala Pengukuran Likert

Pernyataan	Skor Pernyataan Positif	Skor Pernyataan Negatif
Sangat Setuju/Selalu	5	5
Setuju/Sering	4	4
Kurang Setuju/Kadang	3	3
Tidak Setuju/Pernah	2	2
Sangat Tidak Setuju/Tidak Pernah	1	1

Teknik pengumpulan data dapat dilakukan dengan berbagai cara. Berikut merupakan teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini :

1. Kuesioner

Kuesioner adalah teknik pengumpulan data dengan cara mengumpulkan sejumlah pertanyaan atau pernyataan tertulis tentang data faktural atau opini yang berkaitan dengan diri responden, yang dianggap faktual atau opini yang berkaitan dengan diri responden, yang dianggap fakta atau kebenaran yang diketahui dan perlu dijawab oleh responden (Anwar, 2009).

2. Studi Kepustakaan

Studi kepustakaan merupakan teknik pengumpulan data dengan melakukan penelaahan terhadap berbagai buku, literatur, catatan serta berbagai laporan yang berkaitan dengan masalah yang ingin dipecahkan (Nazir, 2011).

1.3.4 Teknik Analisis Data

Setelah memperoleh jawaban dari responden maka langkah selanjutnya adalah mengolah data penelitian. Setelah data diolah, langkah selanjutnya adalah mengkategorikan masing-masing variabel sebelum data analisis lebih lanjut untuk menjawab rumusan hipotesis. Adapun pengkategorian pada skor masing-masing variabel mencakup kategori tinggi, sedang dan rendah, serta telah terlebih dahulu menentukan kelas intervalnya. Pengkategorian variabel dapat dijabarkan dengan menggunakan rumus sebagai berikut (Azwar, 2006):

Tabel 3.3
Skala Pengukuran Kategori

Kategori Tiap Pernyataan	
Skala	Kategori
$X > (\mu + 1.0\sigma)$	Tinggi
$(\mu - 1.0\sigma) \leq X \leq (\mu + 1.0\sigma)$	Sedang
$X < (\mu - 1.0\sigma)$	Rendah

Sumber: Azwar (2006)

Keterangan:

X = Skor Empiris

μ = Rata-rata teoritis (skor min + skor maks/2)

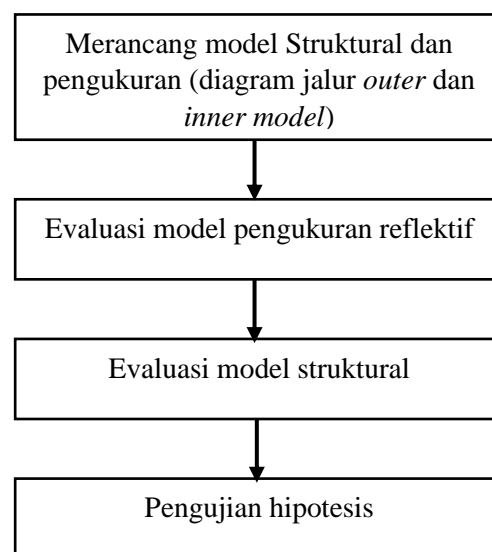
σ = Simpangan baku teoritis (skor maks – skor min/6)

Selanjutnya, teknik analisis data yang digunakan adalah *Partial Least Square* (PLS). PLS merupakan analisis persamaan struktural (SEM) berbasis varian yang secara simultan dapat melakukan pengujian model pengukuran sekaligus pengujian model struktural. Model pengukuran digunakan untuk uji validitas dan uji reabilitas, sedangkan model struktural digunakan untuk uji kausalitas (pengujian hipotesis dengan model prediksi) (Ghazali, 2014).

SEM-PLS dapat menentukan apakah model yang diajukan yaitu serangkaian hubungan kausalitas antara variabel laten dan hubungan antara variabel laten dengan indikatornya secara simultan dapat diterima atau ditolak. Pendekatan SEM-PLS juga mengasumsikan bahwa data tidak harus berdistribusi

normal (indikator dengan skala kategori, ordinal, interval sampai ratio dapat digunakan pada model yang sama), sampel yang digunakan tidak harus besar, indikator yang digunakan dapat berbentuk reflektif maupun formatif, lebih menitikberatkan pada data dan prosedur yang terbatas, dapat menghindarkan dua masalah serius yaitu *inadmissible solution* dan *factor indeterminacy* (Ghazali, 2014).

Pengujian model struktural dalam PLS dilakukan dengan bantuan software *SmartPLS 3.2.7 for windows*. Adapun tahapan-tahapan dalam pengujian dengan menggunakan PLS diantaranya sebagai berikut: (Ghazali, 2014)



Gambar 3.1
Tahapan Analisis Data

Berikut merupakan penjelasan dari setiap tahapan analisis data dengan menggunakan PLS :

1. Merancang model struktural dan pengukuran

Innel model atau biasa disebut dengan *inner relation*, *structural model* dan *substantive theory* memiliki fungsi untuk menggambarkan hubungan antar variabel laten berdasarkan *substantive theory*. Perancangan model ini didasarkan pada rumusan masalah atau hipotesis penelitian. Model persamaan dari *inner model* adalah sebagai berikut :

$$\eta = \beta_0 + \beta\eta + \Gamma\xi + \zeta$$

Dimana η adalah vektor variabel endogen (dependen), ξ adalah vektor variabel laten eksogen, ζ adalah vektor residual (*unexplained variance*). Oleh karena PLS didesain untuk model rekursif, maka hubungan antar variabel laten, berlaku untuk setiap variabel laten dependen, atau disebut sebagai *causal chain system* dari variabel laten dapat dijelaskan sebagai berikut ini :

$$\eta_j = \sum_i \beta_{ji} \eta_i + \sum_i \gamma_{jb} \xi_b + \zeta_j$$

β_{ji} dan γ_{jb} adalah koefisien jalur yang menghubungkan prediktor endogen dan laten eksogen ξ dan η sepanjang *range* indeks i dan b , dan ζ_j adalah inner residual variable. Adapun variabel laten endogen dalam penelitian ini adalah intensi berkunjung, sedangkan variabel eksogennya yaitu *destination image*, *travel motivation*, religiusitas dan *islamic attributes of destination*.

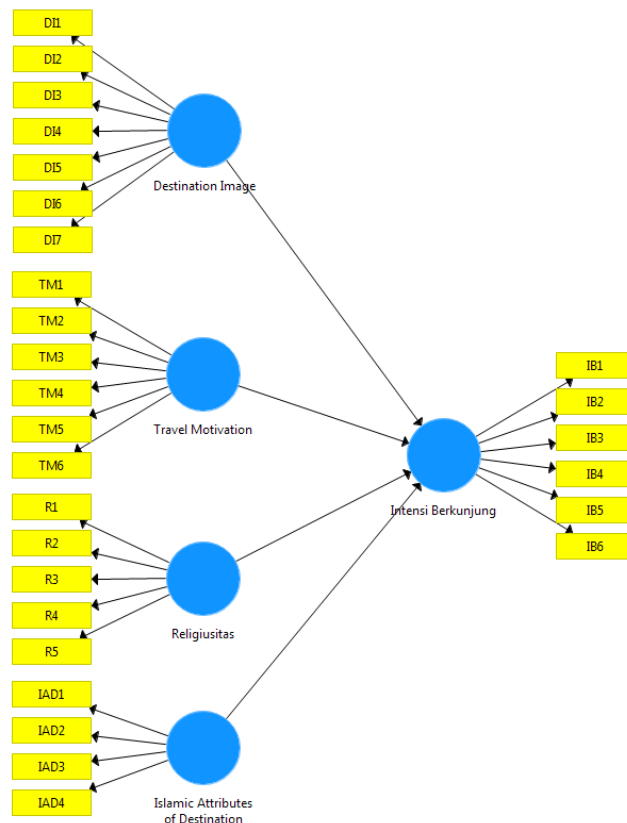
Setelah menentukan variabel laten sebagai variabel yang membangun dalam *inner model*, selanjutnya adalah merancang *outer model*. Model yang biasa disebut dengan *outer relation* atau *measurement model* mendefinisikan bagaimana setiap blok indikator berhubungan dengan variabel latennya. Dalam penelitian ini, blok indikator berhubungan dengan variabel latennya. Dalam penelitian ini, blok indikator yang digunakan adalah blok indikator refleksif dengan persamaan sebagai berikut :

$$\begin{aligned} X &= \Lambda_x \xi + \epsilon_x \\ Y &= \Lambda_y \eta + \epsilon_y \end{aligned}$$

Dari model tersebut X dan Y adalah indikator atau manifes variabel untuk variabel laten eksogen dan endogen, ξ dan η , sedangkan Λ_x dan Λ_y merupakan matriks loading yang menggambarkan koefisien regresi sederhana yang menghubungkan antara variabel laten dengan indikatornya. Sementara itu, ϵ_x dan ϵ_y adalah simbol kesalahan pengukur atau *noise*.

Dalam penelitian ini, *outer model* dibangun berdasarkan indikator yang sudah dipaparkan sebelumnya dimana variabel intensi berkunjung dibangun dengan enam indikator (IB1, IB2, IB3, IB4, IB5, IB6), kemudian faktor eksogen yaitu *destination image* dibangun dengan tujuh indikator (DI1, DI2, DI3, DI4,

DI5, DI6, DI7), kemudian *travel motivation* dibangun dengan tiga indikator (TM1, TM2, TM3, TM), kemudian religiusitas dibangun dengan lima indikator (R1, R2, R3, R4, R5), dan *islamic attribute of destination* dibangun dengan empat indikator (IAD1, IAD2, IAD3, IAD4). Adapun model dalam penelitian ini dapat dilihat pada gambar berikut :



Gambar 3.2
Model Penelitian

2. Evaluasi model pengukuran reflektif

Pada tahap evaluasi ini akan menganalisis validitas, reliabilitas serta melihat tingkat prediksi setiap indikator terhadap variabel laten dengan menganalisis hal-hal berikut :

- Convergent Validity*, merupakan analisis korelasi antara *item score/component score* dengan *construct score* yang dihitung dengan PLS. Ukuran refleksi individual ini dikatakan tinggi apabila nilainya lebih dari 0.70 dengan konstruk yang ingin diukur. Namun menurut Chin pada penelitian tahap awal nilai loading 0.5-0.6 dianggap cukup baik.

- b) *Discriminant Validity*, analisis ini digunakan untuk melihat tingkat prediksi konstruk laten terhadap blok indikatornya. Untuk melihat baik tidaknya prediksi variabel laten terhadap blok indikatornya dapat dilihat pada nilai akar kuadrat dari *Average Variance Extracted* (AVE). Prediksi dikatakan baik apabila nilai akar kuadrat AVE lebih besar dari korelasi antar variabel laten.
- c) *Average Variance Extracted* (AVE), pengujian ini dilakukan untuk menilai rata-rata *communality* pada setiap variabel laten dalam model refleksif. Nilai AVE harus di atas 0.50 yang mana nilai tersebut mengungkapkan bahwa setidaknya faktor laten mampu menjelaskan setiap indikator sebesar setengah dari *variance*.
- d) *Composite Reliability*, uji ini untuk mengukur internal konsistensi dan nilainya harus di atas 0.70. *Composite reliability* adalah uji alternatif lain dari *Cronbach's alpha*, apabila dibandingkan hasil pengujiannya maka *composite reliability* lebih akurat daripada *Cronbach's alpha*. Kemudian apabila *Cronbach's alpha* kurang dari 0.50 tetapi nilai dari *composite reliability* lebih dari 0.70 maka konstruk masih dapat dikatakan reliabel.

3. Evaluasi model struktural

Analisis model struktural dievaluasi dengan menggunakan *R-square* untuk konstruk dependen, *Stone-Geisser Q-square test* untuk *predictive relevance* dan uji t serta signifikansi dari koefisien parameter jalur struktural. Berikut merupakan penjelasan dari masing-masing tahapan evaluasi model struktural :

- a) Analisis R-Square (R^2) memiliki tujuan untuk menjelaskan besarnya proporsi variasi variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh semua variabel independen. Hasil R-square sebesar 0.67, 0.33 dan 0.19 untuk variabel laten endogen dalam model struktural mengindikasikan bahwa model “baik”, “moderat” dan “lemah”.
- b) Analisis *Multicollinearity*, uji ini digunakan untuk mengetahui ada tidaknya multikolinearitas dalam model PLS-SEM dapat dilihat pada nilai tolerance atau nilai *Variance Inflation Factor* (VIF). Jika nilai tolerance < 0.20 maka terdeteksi adanya multikolinearitas atau apabila nilai VIF > 5 maka dapat diduga adanya multikolinearitas.

- c) Analisa F^2 (*effect size*) merupakan analisis yang dilakukan untuk mengetahui tingkat prediktor variabel laten. Nilai F^2 sebesar 0.02, 0.15 dan 0.35 mengindikasikan prediktor variabel laten memiliki pengaruh yang lemah, medium atau besar pada tingkat struktural.
- d) Analisis *Q-Square Predictive Relevance*. Pengujian ini berfungsi untuk mengukur seberapa baik nilai observasi dihasilkan oleh model dan juga estimasi parameternya. Nilai Q-square kurang dari nol menunjukkan bahwa model kurang memiliki *predictive relevance*. Rumus untuk mencari nilai Q-Square adalah sebagai berikut :

$$Q^2 = 1 - (1 - R^2)$$

- e) Analisis *Good of Fit* (GoF), dalam analisis data menggunakan SEM-PLS, pengujian GoF dilakukan secara manual. Hal ini berbeda dengan analisis data menggunakan CB-SEM. Pengujian ini menggunakan rumus sebagai berikut :

$$GoF = \sqrt{AVE} \times R^2$$

4. Pengujian Hipotesis

Setelah model di uji kemudian dengan hasil yang mengindikasikan model tersebut fit dengan data, maka tahapan berikutnya adalah pengujian hipotesis dengan menggunakan metode *resampling bootstrap*. Uji hipotesis dilakukan untuk membandingkan antara t hitung dengan t tabel. Apabila t hitung lebih besar dari t tabel ($t_{hitung} > t_{tabel}$) maka hipotesis diterima. Selain itu untuk menguji hipotesis PLS-SEM dapat dilihat dari nilai p-value lebih kecil dari 0.05 maka hipotesis diterima begitu pun sebaliknya. Berikut adalah rumusan hipotesis yang diajukan:

1. Terdapat pengaruh *destination image* terhadap intensi berkunjung.
2. Terdapat pengaruh *travel motivation* terhadap intensi berkunjung.
3. Terdapat pengaruh religiusitas terhadap intensi berkunjung.
4. Terdapat pengaruh *islamic attributes of destination* terhadap intensi berkunjung.