

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

1.1 Objek Penelitian

Ilmu manajemen pemasaran digunakan dalam penelitian ini. Dua variabel membentuk subjek penelitian. Tujuan penelitian untuk mengetahui pengaruh pariwisata kreatif terhadap niat wisatawan untuk kembali ke Kampung Batik Giriloyo. Variabel bebas (X) dalam penelitian ini adalah pariwisata kreatif, yang memiliki tiga dimensi yaitu creative spectacles (X1), creative space (X2), dan creative tourism (X3) (X3). Variabel terikat (Y) adalah niat untuk kembali, sedangkan variabel terikat (X) adalah niat untuk kembali.

Unit analisis dalam penelitian ini adalah wisatawan domestik yang berkunjung ke wisata budaya Kampung Batik Giriloyo yang dipilih sebagai subjek penelitian karena perlu adanya penelitian tambahan mengenai dampak wisata kreatif terhadap niat untuk kembali.

1.2 Metode Penelitian

1.2.1 Jenis Penelitian dan Metode yang digunakan

Jenis penelitian yang digunakan adalah jenis penelitian deskriptif dan verifikatif, berdasarkan faktor-faktor penelitian. Penelitian deskriptif menurut Uma dan Roger (2016), adalah penelitian yang bersifat konklusif dengan tujuan utama untuk mendeskripsikan sesuatu. Kajian deskriptif dilakukan untuk memperoleh gambaran yang lebih mendalam tentang citra pariwisata kreatif, yang meliputi tontonan kreatif, ruang kreatif, dan pariwisata kreatif. Sedangkan menurut Donald dan Pamela (2014), penelitian verifikatif merupakan salah satu penelitian yang bertujuan untuk mengungkap hubungan sebab akibat antar variabel. Uma dan Roger mengklaim bahwa (2016: 44) tujuan dari penelitian verifikatif adalah untuk membangun hubungan sebab akibat antar variabel. Studi yang dapat diverifikasi dilakukan di lapangan ini untuk menguji hipotesis dan memberikan gambaran tentang pengaruh pariwisata kreatif serta niat wisatawan untuk kembali ke suatu daerah..

Metode penelitian adalah pendekatan ilmiah terhadap pengumpulan data dengan tujuan untuk memecahkan suatu masalah. Teknik penelitian menurut Uma dan Roger (2016), merupakan salah satu pendekatan umum pengumpulan data yang mengarah pada suatu kesimpulan kausal. Metode penelitian ini merupakan metode explanatory survey karena didasarkan pada jenis penelitian yaitu verifikatif yang dilakukan melalui pengumpulan data di lapangan. Survey eksplanatori menurut Malhotra (2013:250) dilakukan untuk menyelidiki situasi suatu masalah, yaitu untuk memperoleh gagasan dan wawasan tentang masalah yang dihadapi oleh manajemen atau akademisi. Dalam penelitian ini, data dikumpulkan secara langsung dari seluruh populasi dengan tujuan untuk mengetahui pendapat masyarakat terhadap objek yang diteliti.

1.2.2 Operasional Variabel

Wisata kreatif yang terdiri dari komponen tontonan kreatif, ruang kreatif, dan wisata kreatif merupakan operasionalisasi dari faktor-faktor yang diteliti. Niat kembali merupakan variabel terikat (Y), yang terdiri dari motivasi wisatawan, pengalaman perjalanan sebelumnya, kepuasan destinasi, dan daya tarik yang dirasakan..

Secara lebih rinci mengoperasionalisasi setiap variable tersebut dapat dijelaskan dalam Tabel 3.1 mengenai operasionalisasi variable sebagai berikut:

TABEL 3 1
OPERASIONAL VARIABEL

Variabel/ Sub Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
<i>Creative tourism (X)</i>	“				
	<i>Creative Spectacles (X₁)</i>	<i>Environment & Infrastructure</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat kualitas akses • Tingkat kemudahan akses • Tingkat keamanan • Tingkat kebersihan • Tingkat kualitas fasilitas umum 	Ordinal	1
		<i>Performance</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat kemenarikan atraksi wisata • Tingkat kemenarikan wahana sebagai destinasi wisata. 	Ordinal	2

	<i>Entertainment</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Kesan wisatawan terhadap atraksi wisata yang disediakan • Tingkat kesan wisatawan terhadap Kampung Batik Giriloyo 	Ordinal	3
	<i>Quality of experiences</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat kualitas pengalaman yang di dapat selama berkunjung 	Ordinal	4
<i>Creative Spaces (X₂)</i>	<i>Atmosphere</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat kenyamanan ruang pertunjukan • Tingkat keasrian objek wisata Kampung Batik Giriloyo 	Ordinal	5
	<i>Design</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat kemenarikan desain eksterior objek wisata Kampung Batik Giriloyo • Tingkat kemenarikan interior ruangan pertunjukan 	Ordinal	6
	<i>Distressing-relaxing</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat ketenangan yang dirasakan saat berkunjung ke Kampung Batik Giriloyo 	Ordinal	7
<i>Creative Tourism (X₃)</i>	<i>Co-markership</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat pengetahuan yang didapatkan • Tingkat interaksi dalam pembuatan produk • Jenis wisata yang ada di Kampung Batik Giriloyo 	Ordinal	8
Revisit Intention (Y)	<p>“<i>Revisit Intention</i> sebagai tujuan yang sama yang diinginkan emosi pengunjung ke tujuan yang menemukan kecocokan dalam kongruitas-diri, memori pengunjung dan pengalaman pengunjung.” (Barnes et al., 2016)</p>			
	<i>Tourist Motivation</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat keinginan mengunjungi destinasi • Tingkat keinginan untuk merekomendasikan daya tarik wisata • Tingkat keinginan wisatawan untuk belajar di destinasi 	Interval	9
	<i>Past Travel Experience</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat keinginan mengunjungi kembali • Tingkat keinginan untuk mengunjungi kembali 	Interval	10

		bersama teman atau keluarga		
		<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat keinginan wisatawan untuk belajar kembali di destinasi 		
	<i>Destination Satisfaction</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat kepuasan mengunjungi destinasi • Tingkat kepuasan setelah belajar di destinasi • Keinginan untuk memberikan nilai positif 	Interval	11
	<i>Perceived Attractiveness</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat Keunikan Destinasi • Tingkat kemenarikan wisatawan untuk mengunjungi destinasi • Tingkat keunikan pembelajaran di destinasi 	Interval	12

1.2.3 Jenis dan Sumber Data

Jenis dan sumber data penelitian dapat diklasifikasikan menjadi dua kategori: data primer dan data sekunder. Data Dinas Pariwisata Yogyakarta tentang kunjungan wisatawan, data pemasaran Kampung Batik Giriloyo, dan banyak studi kepustakaan menjadi data kunci yang bertahan. Selain itu, peneliti mengumpulkan data sekunder tentang topik yang terkait dengan penelitian ini dan melakukan pengamatan pada teori pariwisata kreatif dan dampaknya terhadap niat kembali, seperti profil bisnis, statistik kunjungan wisatawan, dan pariwisata kreatif lainnya serta topik terkait pengembalian niat.

Untuk lebih jelasnya Tabel 3.2 menjelaskan tentang sumber data yang digunakan dalam penelitian ini, antarlain:

TABEL 3 2
JENIS DAN SUMBER DATA

No	Data	Jenis Data	Sumber Data
1.	Jumlah kunjungan wisatawan Kota Yogyakarta Tahun 2017-2020	Sekunder	Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Yogyakarta

2.	Jumlah kunjungan wisatawan ke Kampung Batik Giriloyo	Sekunder	Marketing Kampung Batik Giriloyo
3.	Hal-hal yang berhubungan dengan <i>revisit intention</i> dan <i>creative tourism</i>	Primer	Buku Elektronik dan Jurnal
4.	Tanggapan wisatawan nusantara mengenai <i>creative tourism</i> terhadap <i>revisit intention</i>	Primer	Responden

Sumber : Pengolahan data, 2020

1.2.4 Populasi, Sampel, dan Teknik Penarikan Sampel

1.2.4.1 Populasi

Populasi adalah kumpulan orang, peristiwa, atau hal-hal yang memiliki karakteristik tertentu dan akan diperiksa. Menurut Sugiyono (Martianingtyas, 2019), populasi adalah domain luas yang mencakup objek penelitian dan partisipan dengan ciri dan karakteristik tertentu yang telah diidentifikasi peneliti sebagai layak dipelajari dan ditarik kesimpulannya.

Wisatawan yang berkunjung ke Kampung Batik Giriloyo Yogyakarta sebanyak 1000 wisatawan yang menjadi populasi penelitian ini.

1.2.4.2 Sampel

Karena tidak mungkin menganalisis populasi secara lengkap dalam satu penelitian, maka diperlukan sampel untuk mempermudah penelitian. Beberapa faktor yang menyebabkan kendala tersebut antara lain keterbatasan dana, tenaga, dan waktu. Akibatnya, peneliti diizinkan untuk mengambil sampel sebagian dari objek populasi yang ditentukan jika sampel tersebut mewakili subjek penelitian. Sampel dihitung menggunakan rumus Slovin, yaitu sebagai berikut:

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

Keterangan:

n = ukuran sampel

N = ukuran populasi

e = kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan sampel yang ditoleransi

1.2.4.3 Teknik Sampling

Teknik sampling merupakan teknik pengambilan sampel untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian, sehingga dapat diperoleh nilai karakteristik perkiraan (*estimate value*). Teknik sampling pada dasarnya dikelompokkan menjadi dua yaitu *probability sampling* yang meliputi *systematic random sampling*, *proportionate stratified random*, *disproportionate stratified random*, dan *area random*. Sedangkan *Nonprobability sampling* meliputi sampling sistematis, sampling kuota, sampling aksidental, *purposive sampling*, sampling jenuh, dan *snowball sampling*.

Masalah yang diteliti dalam penelitian ini adalah *revisit intention*, sehingga populasi yang menjadi sampel adalah wisatawan yang berkunjung ke Ujung Kulon. Penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*. Alasan pemilihan teknik ini adalah populasi yang banyak dan peneliti memiliki beberapa kriteria sampel, berikut kriteria yang ditentukan oleh peneliti:

1. Wisatawan yang pernah berkunjung ke Kampung Batik Giriloyo.
2. Wisatawan dengan usia minimal 17 tahun.

1.2.5 Teknik Pengumpulan Data

Karena tujuan penelitian adalah untuk mendapatkan data, maka teknik pengumpulan data merupakan salah satu proses yang paling efektif dalam proses penelitian. Akibatnya, peneliti harus memahami bagaimana mengumpulkan data untuk mendapatkan data yang memenuhi standar yang ditetapkan. Berikut ini adalah prosedur pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti:

1. Kuesioner (Kuesioner), yang meliputi pertanyaan tentang identitas dan pengalaman responden, serta penilaian responden terhadap pariwisata kreatif di Kampung Batik Giriloyo dan niatnya untuk kembali.
2. Tinjauan Pustaka, atau pengumpulan data sekunder, melibatkan membaca buku dan jurnal untuk mempelajari teori dan konsep yang relevan dengan subjek penelitian.
1. Wawancara dengan Desa Batik Giriloyo dan pengunjung yang berkunjung ke Desa Batik Giriloyo dengan mengajukan pertanyaan secara tertulis dan lisan.

2. Observasi Untuk mengumpulkan data yang relevan, peneliti langsung mendatangi lokasi wisata Kampung Batik Giriloyo dan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Yogyakarta.

Untuk memperjelas, penulis menggunakan pendekatan pengumpulan data untuk mendefinisikan dan menyajikan tujuan pada Tabel 3.3 di bawah ini.:

TABEL 3 3
TEKNIK PENGUMPULAN DATA DIKAITKAN DENGAN TUJUAN
PENELITIAN

No	Teknik Pengumpulan Data	Sumber Data
1.	Kuisisioner	Wisatawan nusantara yang berkunjung ke Kampung Batik Giriloyo
2.	Studi Literatur	Buku elektronik dan jurnal yang sesuai
3.	Wawancara	Pihak Kampung Batik Giriloyo dan pengunjung yang berkunjung ke Kampung Batik Giriloyo
4.	Observasi	Objek wisata terkait yaitu Kampung Batik Giriloyo

Sumber : Pengolahan data, 2020

1.2.6 Pengujian Validitas dan Reliabilitas

Setelah pengumpulan data dari responden melalui kuesioner, data tersebut harus diolah dan diinterpretasikan sehingga dapat ditentukan apakah variabel pariwisata kreatif (X) berpengaruh terhadap variabel niat berkunjung kembali (Y) atau tidak. Uji validitas dan reliabilitas dilakukan terlebih dahulu untuk melihat seberapa benar dan kualitatif data sebelum melakukan analisis data dan menguji kepraktisan kuesioner yang diberikan kepada responden.

1.2.6.1 Pengujian Validitas

- **Kriteria Validitas**

Teknik pengujian yang digunakan adalah korelasi *bivariate Pearson*, pengujian ini menggunakan uji dua sisi dengan taraf signifikansi 0,05 atau 5%. Kriteria pengujian validitas ini seluruh item pertanyaan akan dikatakan valid ketika nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka item pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor total. Dalam uji validitas ini r_{tabel} yang digunakan yaitu 0.361 karena jumlah responden sebanyak 30 responden sehingga, nilai r_{hitung} harus lebih besar dari 0.361. Jika $r_{hitung} < 0.361$, maka item pertanyaan tersebut dikatakan tidak valid dan harus dilakukan pengujian ulang tanpa menyertakan item yang tidak valid tersebut.

TABEL 3.4
Tabel Hasil Uji Validitas Item Pertanyaan *Creative Tourism* terhadap *Revisit Intention*

No.	Pertanyaan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
<i>Creative Tourism</i>				
<i>Creative Spectacles (X1)</i>				
1.	Tingkat kemudahan akses menuju objek wisata.	0,824	0,361	<i>Valid</i>
2.	Tingkat kualitas pengalaman yang di dapat selama berkunjung.	0,793	0,361	<i>Valid</i>
3.	Tingkat pengalaman yang di dapatkan dari kemudahan menemukan lokasi.	0,812	0,361	<i>Valid</i>
<i>Creative Spaces (X2)</i>				
4.	Tingkat keasrian objek wisata Kampung Batik Giriloyo	0,676	0,361	<i>Valid</i>

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2017

The validity test revealed that the questionnaire was assessed on 30 respondents with a significance level of 5% and degrees of freedom (df) $n-2$ ($30-2=28$), resulting in a

5.	Tingkat kemenarikan desain eksterior dan interior objek wisata Kampung Batik Giriloyo	0,721	0,361	<i>Valid</i>
6.	Tingkat kenyamanan ruang pertunjukan	0,790	0,361	<i>Valid</i>
<i>Creative Tourism (X3)</i>				
7.	Tingkat pengetahuan yang didapatkan	0,912	0,361	<i>Valid</i>
8.	Tingkat interaksi bersama instruktur.	0,788	0,361	<i>Valid</i>
9.	Tingkat kualitas pengalaman yang di dapat selama berkunjung	0,789	0,361	<i>Valid</i>
<i>Revisit Intention</i>				
<i>Tourist Motivation (Y1)</i>				
1.	Tingkat keinginan mengunjungi destinasi	0,628	0,361	<i>Valid</i>
2.	Tingkat keinginan untuk merekomendasikan daya Tarik wisata.	0,612	0,361	<i>Valid</i>
3.	Tingkat keinginan wisatawan untuk belajar di desinasi.	0,691	0,361	<i>Valid</i>
<i>Past Travel Experience (Y2)</i>				
4.	Tingkat keinginan menunjungi kembali.	0,537	0,361	<i>Valid</i>
5.	Tingkat keinginan mengunjungi kembali besama keluarga atau teman.	0,754	0,361	<i>Valid</i>
6.	Tingkat keinginan untuk belajar kembali di destinasi.	0,495	0,361	<i>Valid</i>

Destination Satisfaction (Y3)				
7.	Tingkat kepuasan setelah mengunjungi destinasi.	0,770	0,361	<i>Valid</i>
8.	Tingkat kepuasan setelah belajar di destinasi.	0,498	0,361	<i>Valid</i>
9.	Keinginan untuk memberikan penilaian positif	0,603	0,361	<i>Valid</i>
Perceived Attractiveness (Y4)				
10.	Tingkat keunikan destinasi.	0,371	0,361	<i>Valid</i>
11.	Tingkat kemenarikan wisatawan untuk mengunjungi destinasi.	0,784	0,361	<i>Valid</i>
12.	Tingkat keunikan pembelajaran di destinasi.	0,715	0,361	<i>Valid</i>

rtable value of 0.361. The validity of the research instrument was tested, and the results suggest that all of the questions (21 items) are legitimate because the score rcount > rtable (0.361). The value item at the level of information received at a tourist attraction has the maximum value of 0.912 in the dimension variable X, while the lowest value is 0.676 on the item level of beauty of a tourist attraction. Butir pertanyaan pada dimensi variabel Y juga valid, yang ditunjukkan dengan nilai daya tarik wisata dan tingkat orisinalitas destinasi masing-masing sebesar 0,784 dan 0,867.

1.2.6.2 Pengujian Reliabilitas

Instrumen penelitian harus sah dan dapat diandalkan. Jika ada persamaan data pada waktu yang berbeda, penelitian dapat dikatakan dapat diandalkan. Jika sebuah penelitian menerima sedikit perubahan, ia dapat memiliki tingkat kepercayaan yang tinggi. Menurut Sugiyono (2016:364), derajat konsistensi dan stabilitas data atau temuan berkaitan dengan reliabilitas. Suatu data dikatakan reliabel dalam pandangan positivistik jika dua atau lebih peneliti yang bekerja pada objek yang sama menghasilkan data yang sama, atau jika peneliti yang sama menghasilkan data yang sama pada waktu yang berbeda, atau jika sekumpulan data dipecah menjadi dua tampilan tidak data yang berbeda. Sejauh mana

hasil pengukuran tetap konsisten ketika diukur berkali-kali dengan alat ukur yang sama disebut reliabilitas (Maholtra, 2009:317).

Jika koefisien internal semua item Chitung C minimal dengan taraf signifikansi 5% maka item pertanyaan dikatakan reliabel karena Chitung 0,700, menurut perhitungan reliabilitas pertanyaan menggunakan SPSS Statistics 17. Hasil pengujian reliabilitas adalah sebagai berikut, berdasarkan hasil perhitungan menggunakan SPSS Statistics 17 for Windows:

TABEL 3.5
HASIL PENGUJIAN RELIABILITAS

No.	Variabel	r hitung (Alpha Cronbach)	r _{tabel}	Keterangan
1	<i>Creative Tourism (X)</i>	0,863	0,70	Reliabel
2	<i>Revisit Intention (Y)</i>	0,638	0,70	Reliabel

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2017

Hasil pengujian reliabilitas dapat dilihat pada Tabel 3.5, dimana hasil tingkat ketergantungan pada penelitian ini adalah 0,863 untuk Creative Tourism dan 0,638 untuk Revisit Intention. Hasilnya, item pertanyaan angket variabel X reliabel karena Cronbach's alpha (α) 0,70, namun variabel item pertanyaan angket Y masih belum reliabel karena Cronbach's alpha (α) 0,70.

1.2.7 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. Kuesioner merupakan alat yang digunakan dalam penelitian ini. Kuesioner disusun berdasarkan variabel yang terdapat dalam penelitian

1.2.7.1 Rancangan Analisis Deskriptif

Variabel penelitian dalam penelitian ini dideskripsikan dengan menggunakan analisis deskriptif, yang meliputi:

1. Analisis deskriptif pariwisata kreatif di Kampung Batik Giriloyo, yang meliputi creative spectacles, creative space, dan creative tourism.

2. Analisis Deskriptif Niat Wisatawan Kembali ke Kampung Batik Giriloyo

Setelah analisis deskriptif, langkah selanjutnya adalah mengumpulkan semua data dari responden dan melakukan analisis berikut. Berikut tahapan yang digunakan untuk melakukan analisis data dalam penelitian ini:

1. Mengumpulkan data:

Penyusunan data dilakukan dengan mengecek kelengkapan data, dimulai dari identitas responden hingga pengisian data sesuai dengan tujuan penelitian.

2. Memeriksa kelengkapan dan kebenaran data yang dikumpulkan;

3. Tabel data;

A. Tetapkan nilai untuk setiap item;

B. Jumlahkan nilai untuk setiap item;

C. Ubah tipe data dan

D. Pemeringkatan nilai masing-masing variabel penelitian.

1.2.7.2 Rancangan Analisis Data Verifikatif

Verifikatif diperlukan untuk menghitung hipotesis secara statistik yang didasarkan pada variabel perilaku penelitian. Analisis data dilakukan setelah semua data responden terkumpul. Analisis data dalam penelitian ini dilakukan oleh beberapa tahap lainnya:

1. menjaga data

2. Kegiatan seleksi data yang ditujukan untuk mengecek identitas responden, kelengkapan data, dan data isian yang sesuai dengan tujuan penelitian.

3. Tabulasi data, yaitu sebuah.

i. Memberi skor pada setiap item

ii. Menjumlahkan skor pada setiap item

iii. Rangking pada setiap item

iv. Menjaga rangking skor pada setiap variabel penelitian

v. Pengolahan data dengan rumus statistik, menginterpretasi data untuk memperoleh suatu kesimpulan.

1.2.7.3 Teknik Analisis Linear Berganda

Analisis regresi berganda adalah studi visual tentang nilai pengaruh dua atau lebih variabel bebas (X) (X_1 , X_2 , ..., X_n) variabel terikat (Y) untuk menentukan apakah kedua variabel tersebut berhubungan secara kausal. Berikut adalah bentuk persamaan regresi berganda untuk

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

tersebut:

Keterangan : Y = Variabel terikat yang diprediksikan (*revisit intention*)

a = Konstant

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.

Ketika satu atau lebih variabel independen dianggap mempengaruhi variabel dependen, analisis regresi linier berganda dilakukan (Sekaran & Bougie, 2016). Bila jumlah variabel bebas adalah dua atau lebih, digunakan analisis regresi linier berganda. Lebih jelasnya dapat dilihat pada Gambar 3.1 di bawah ini jika hipotesis dipecah menjadi beberapa sub-hipotesis yang mengatakan bahwa pengaruh subvariabel independen terhadap variabel dependen adalah yang paling kuat:

GAMBAR 3.1
REGRESI BERGANDA

Keterangan:

$X_1 = \text{creative spectacles}$

$X_2 = \text{creative spaces}$

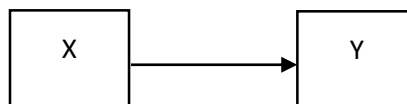
$X_3 = \text{creative tourism}$

$Y = \text{revisit intention}$

Larangan asumsi dalam analisis regresi linier berganda perlu diidentifikasi. Cara untuk menentukan bahwa keterbatasan analisis regresi linier berganda tidak muncul adalah dengan menguji asumsi lama, yang harus benar secara statistik. Asumsi kuno yang paling umum digunakan adalah asumsi normalitas, multikolinearitas, autokorelasi, dan heteroskedastisitas.

1.2.8 Pengujian Hipotesis

Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif, selanjutnya digunakan analisis regresi linier berganda untuk menguji hipotesis. Analisis linier berganda adalah jenis analisis yang memungkinkan untuk melihat hubungan antara dua variabel atau lebih (Sekaran, 2017). Analisis regresi linier berganda adalah analisis multivariat dalam situasi ini, dan digunakan untuk menyelidiki dampak langsung dan tidak langsung dari variabel yang dihipotesiskan. Variabel terikat, niat berkunjung kembali, terdiri dari empat indikator: daya tarik yang dirasakan, kepuasan destinasi, motivasi wisatawan, dan pengalaman perjalanan masa lalu. Regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui besar kecilnya pengaruh variabel bebas yaitu Wisata Kreatif yang terdiri dari beberapa sub variabel yaitu creative spectacles, creative space, dan creative tourism. Variabel bebas, Wisata Kreatif, terdiri dari beberapa subvariabel yaitu creative spectacles, creative space, dan creative tourism. Oleh karena itu, tujuan dari penelitian ini adalah untuk melihat dampak pariwisata kreatif (X) terhadap keinginan untuk kembali (Y). Setelah semua data dari responden terkumpul, maka dilakukan penelitian kuantitatif regresi berganda. Hipotesis konseptual yang diberikan dalam penelitian ini adalah terdapat hubungan antar variabel penelitian yang digambarkan dalam paradigma berikut::



GAMBAR 3.1

DIAGRAM JALUR HIPOTESIS X DAN Y

Keterangan:

X = *Creative Tourism* (Variabel *Independent*)

Y = *Revisit Intention* (Variabel *Dependent*)

Wisata kreatif berpengaruh terhadap niat berkunjung kembali, seperti terlihat dari struktur hubungan di atas. Melalui analisis rute, struktur hubungan antara X dan Y dievaluasi, mengungkapkan bahwa pariwisata kreatif berdampak pada niat berkunjung kembali di Kampung Batik Giriloyo. Langkah-langkah untuk melakukan pengujian regresi berganda adalah sebagai berikut:

1. Merumuskan persamaan struktural :

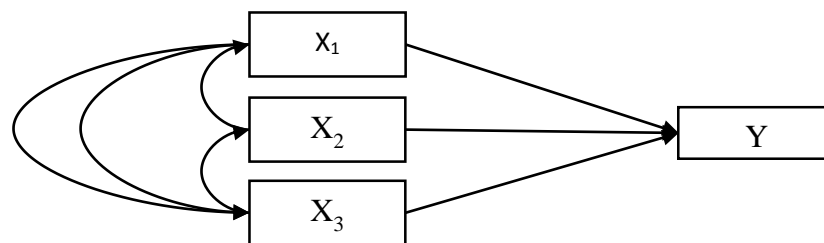
Hipotesis sub-struktur I: *creative spectacle* (X1), *creative space* (X2), *creative tourism* (X3) secara simultan terhadap *revisit intention* (Y).

2. Menghitung koefisien jalur yang didasarkan pada koefisien regresi.

Gambarkan diagram jalur secara lengkap.

Sub-Struktur 1.

Rumus sub-struktural 1: $Y = \rho_{yx1} X_1 + \rho_{yx2} X_2 + \rho_{yx3} X_3 + \rho_y \varepsilon_1$



GAMBAR 3.2
DIAGRAM JALUR SUB STRUKTUR 1

Keterangan:

→ = hubungan kausalitas

↔ = hubungan korelasi

$X_1 = \text{creative spectacle}$

$X_2 = \text{creative spaces}$

$X_3 = \text{creative tourism}$

$Y = \text{revisit intention}$

3. Menghitung koefisien jalur secara simultan (Uji F)
4. Menghitung secara parsial (Uji t)

Langkah-langkah analisis koefisien regresi, simultan (Uji F) dan parsial (Uji t) menggunakan SPSS 20 for Windows untuk sub-struktur 1:

1. Buka file SPSS yang akan diolah;
2. Klik menu *Analyze*, kemudian *Regression* dan pilih *Linier*;
3. Isi kolom *Dependent* dengan variabel Y dan *Independents* dengan variabel X;
4. Pada kotak *Method*, pilih *Backward*;
5. Klik tombol *Statistic*, aktifkan pilihan *Covariance matrix*, *collinearity Diagnostics* dan *Durbin Watson*;
6. Klik tombol *Continue* lalu klik *OK*.
7. Perhatikan *Output* dengan judul *Model Summary*, *Coefficients* dan *Anova*.

Pengujian hipotesis ini berusaha untuk melihat apakah ada hubungan yang cukup jelas dan dapat diandalkan antara variabel independen dan dependen, yang mengarah pada kesimpulan bahwa H_0 ditolak atau H_1 diterima dari hipotesis yang dirumuskan. Hipotesis desain penelitian ini adalah:

a. Pengujian Hipotesis secara Simultan (Uji F)

Pengujian hipotesis secara simultan dengan menggunakan uji F dihitung dengan rumus:

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

Sumber: (Malhotra & Birks, 2009)

Keterangan:

R = Koefisien korelasi ganda

m = Jumlah prediktor

n = Jumlah anggota sampel

Sub-Struktur 1

a. $f_{hitung} \geq f_{tabel}$, artinya terdapat pengaruh antara dimensi *creative tourism s* terhadap *revisit intention*.

$f_{hitung} \leq f_{tabel}$, artinya tidak terdapat pengaruh antara dimensi *creative tourism* terhadap *revisit intention*

b. Pengujian Hipotesis secara Parsial (Uji t)

Pengujian hipotesis secara parsial dengan menggunakan uji t dihitung dengan rumus:

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

Sumber: Naresh K. Malhotra dan David F. Birks (2013:578)

Keterangan:

t = Distribusi normal

r = Koefisien korelasi

n = Banyaknya data

Kriteria pengambilan keputusan untuk hipotesis yang diajukan adalah:

Tolak H_0 jika $t_{hitung} \geq t_{(mendekati\ 100\%)(n-k-1)}$

Terima H_0 jika $t_{hitung} < t_{(mendekati\ 100\%)(n-k-1)}$

a. $H_0: PYX_1=0$, artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara (X_1) *creative spectacle* terhadap *revisit intention* (Y)

$H_1: PYX_1 \neq 0$, artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara (X_1) *creative spectacle* terhadap *revisit intention* (Y)

b. $H_0: PYX_2=0$, artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara (X_2) *creative space* terhadap *revisit intention* (Y)

$H_1 : \beta_{YX_2} \neq 0$, artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara (X_2) *creative space* terhadap *revisit intention* (Y)

- c. $H_0 : \beta_{YX_3} = 0$, artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara (X_3) *creative tourism* terhadap *revisit intention* (Y)

$H_1 : \beta_{YX_3} \neq 0$, artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara (X_3) *creative tourism* terhadap *revisit intention* (Y)

Tujuan dari uji normalitas adalah untuk mengetahui apakah nilai residual terdistribusi secara teratur atau tidak. Nilai residual yang terdistribusi secara teratur merupakan tanda model regresi yang baik. Kriteria pertama untuk melakukan analisis regresi adalah normalitas, yang berarti bahwa data sampel harus sesuai dengan distribusi normal. Sebuah plot probabilitas normal dapat digunakan untuk menentukan apakah data terdistribusi normal.

2. Uji Asumsi Multikolinearitas

Uji multikolinearitas menentukan apakah variabel independen dalam model analisis jalur memiliki korelasi yang tinggi atau tidak. Hubungan antara faktor independen dan variabel dependen akan terganggu jika terdapat korelasi yang signifikan di antara keduanya. Nilai VIF merupakan parameter yang sering digunakan untuk mendeteksi multikolinearitas (variance inflation factor). Jika skor VIF kurang dari 10 dan jauh dari 1, maka regresi dianggap telah mengalami multikolinearitas.

3. Uji Asumsi Autokorelasi

Persamaan analisis rute yang baik adalah persamaan yang tidak memiliki masalah autokorelasi; jika persamaan memiliki autokorelasi, itu tidak ideal untuk prediksi. Jika ada hubungan linier antara kesalahan pengganggu periode t (was) dan kesalahan pengganggu periode $t-1$, masalah autokorelasi baru berkembang (sebelumnya).

4. Uji Asumsi Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas menentukan apakah terdapat ketidaksamaan varians yang tetap antara residual satu pengamatan dan residual pengamatan lain, yang juga dikenal

sebagai homoskedastisitas. Jika diagram sebar residual tidak membuat pola tertentu, analisis jalur dianggap tidak ditemukan heteroskedastisitas.

5. Analisis Korelasi

Tujuan dari analisis korelasi adalah untuk menemukan keterkaitan antara ketiga variabel yang diteliti. Dua konsep korelasi dan analisis jalur terkait erat. Korelasi tanpa hubungan kausal atau kausal, atau hubungan fungsional, adalah korelasi yang tidak diikuti oleh regresi. Ketika ada hubungan kausal atau fungsional antara tiga variabel, digunakan analisis regresi. Berikut ini adalah bagaimana hasil perhitungan analisis korelasi harus diinterpretasikan:

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)

6. Analisis Determinasi (KD)

Kuadrat dari koefisien korelasi adalah koefisien determinasi. Ketika menggunakan koefisien determinasi yang diberikan dalam persen, itu harus dikalikan dengan 100%. Besarnya nilai variabel X terhadap Y dinyatakan dengan koefisien determinasi. Kuadrat dari koefisien korelasi adalah koefisien determinasi (r^2). Rumus untuk menghitung koefisien determinasi adalah sebagai berikut:

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

Sumber : Alma (2007:81)