

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Objek penelitian ini adalah *tourism product attributes* sebagai variabel *independent* serta *tourist satisfaction* sebagai variabel *dependent*. Variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang dapat diterapkan oleh peneliti untuk di pelajari sehingga dapat memperoleh sebuah informasi mengenai hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2020). Dapat dijelaskan bahwa variabel bebas (*independent variable*) merupakan variabel yang menjadi sebab perubahan atau timbulnya variabel terikat, atau dengan kata lain dapat mempengaruhi variabel terikat (Sugiyono, 2020). Pada penelitian ini, *tourism product attributes* menjadi variabel bebas (variabel X) yang terdiri dari empat dimensi diantaranya yaitu (X_1) *services*, (X_2) *image*, (X_3) *transportation* dan (X_4) *well-being* (X_5) *information/communication* dan (X_6) *attractions/experiences*. Menurut (Sugiyono, 2020) variabel terikat (*dependent variable*) adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Variabel terikat dalam penelitian ini adalah *tourist satisfaction* (Y).

Unit analisis di dalam penelitian yang dilakukan adalah wisatawan yang pernah melakukan kunjungan ke Desa Wisata Kertayasa Kabupaten Pangandaran. Desa Wisata Kertayasa Kabupaten Pangandaran perlu untuk diteliti berdasarkan pertimbangan untuk melihat pengaruh *tourism product attributes* terhadap *tourist satisfaction*. *Cross sectional study* digunakan pada penelitian ini karena pengumpulan data yang dilakukan hanya satu kali berdarakan pada periode perminggu maupun bulan untuk menjawab pertanyaan dari penelitian (Siyoto, S. & Sodik., 2015). Penelitian berfokus kepada penelitian mengenai pengaruh *tourism product attributes* terhadap *tourist satisfaction* di Desa Wisata Kertayasa Kabupaten Pangandaran.

3.2 Metode Penelitian

3.2.1 Jenis Penelitian dan Metode yang Digunakan

Berdasarkan penjabaran diatas, jenis penelitian deskriptif dan verifikatif (kausalitas) digunakan pada penelitian ini. Penelitian deskriptif yaitu suatu penelitian yang berfokus pada penggambaran sesuatu mengenai karakteristik kelompok yang relevan seperti organisasi, konsumen, penjual atau daerah pasar (Malhotra, 2015). Dengan dilakukannya penelitian deskriptif, pandangan responden mengenai *tourism product attributes* diantaranya *service, image, transportation, well-being, information/communication* dan *attractions/experiences* dapat diperoleh gambaran secara terperinci. Sedangkan penelitian verifikatif dilakukan untuk menguji kebenaran dari ilmu terdahulu seperti konsep, prosedur, gagasan, dalil ataupun praktek berdasarkan keilmuan itu sendiri (Sugiyono, 2020). Penelitian verifikatif dilakukan untuk menguji hipotesis dalam penelitian ini mengenai pengaruh *tourism product attributes* terhadap *tourist satisfaction*.

Salah satu cara ilmiah untuk memperoleh data yang bertujuan untuk memecahkan suatu masalah yaitu dengan menggunakan metode penelitian. Pada penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dan metode *explanatory survey* karena berdasarkan jenis penelitian yang digunakan yaitu deskriptif dan verifikatif yang dilakukan melalui pengumpulan data lapangan.

Berdasarkan pemaparan (Sugiyono, 2020) metode *explanatory survey* dapat dijelaskan sebagai suatu metode penelitian berlandaskan pada populasi, baik itu populasi besar maupun populasi kecil namun data yang dianalisa adalah data dari sampel yang diperoleh dari populasi tersebut. Sehingga menghasilkan suatu peristiwa relative, distribusi serta hubungan antar variabel yang sosiologis maupun psikologis. Bersumber pada penelitian yang menggunakan metode tersebut, maka informasi yang berasal dari Sebagian populasi dikumpulkan secara empirik yang bertujuan untuk mengetahui opini dari Sebagian populasi terhadap objek yang sedang diteliti.

3.2.2 Operasional Variabel

Operasional variabel dapat dijelaskan sebagai suatu proses penggantian konsep atau konstruk sehingga menjadikan variabel terukur sesuai untuk dilakukannya pengujian (D. R. Cooper & Schindler, 2014). Pada penelitian ini,

variabel yang dianalisa yaitu variabel bebas (X) *tourism product attributes* (X), yang meliputi (X_1) *services*, (X_2) *image*, (X_3) *transportation*, (X_4) *well-being*, (X_5) *information/communication*, (X_6) *attractions/experiences* dan *tourist satisfaction* sebagai variabel terikat (Y). Pada Tabel 3.1 menunjukkan secara lengkap oprasionalisasi berdasarkan variabel yang diteliti sebagai berikut:

Tabel 3. 1
Operasional Variabel

Variabel	Dimensi/ Sub Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No item	
1	2	3	4	5	6	7	
<i>Tourism product attributes</i> (X)	<i>Tourism product attributes</i> merupakan keseluruhan pelayanan yang didapatkan, dirasakan dan dinikmati oleh wisatawan sejak meninggalkan tempat tinggalnya dan tiba di destinasi wisata yang telah mereka pilih dan kembali ke rumah tempat mereka semula pergi (Suwanto 2004, dalam Ingkadjaya et al., 2021).						
	<i>Service (X1)</i>	Service merupakan suatu kinerja yang dapat ditawarkan dari satu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apa pun (Kotler & Keller, 2012).	<i>Accommodation</i>	Tingkat ketersediaan penginapan <i>homestay</i> di Desa Wisata Kertayasa Kabupaten Pangandaran	<i>Ordinal scale</i>	1	
				Tingkat kondisi penginapan <i>homestay</i> di Desa Wisata Kertayasa Kabupaten Pangandaran	<i>Ordinal scale</i>	2	
	<i>Image (X2)</i>	<i>Image</i> atau citra dari suatu destinasi tidak harus berdasarkan pada pengalaman atau fakta tetapi selalu menjadi factor motivasi yang kuat dalam	<i>Food</i>	Tingkat ketersediaan tempat makan atau restoran di Desa Wisata Kertayasa Kabupaten Pangandaran	<i>Ordinal scale</i>	3	
				<i>Social & Experiential events</i>	Tingkat kemenarikan <i>event</i> Hajat waluya di Desa Wisata Kertayasa Kabupaten Pangandaran	<i>Ordinal scale</i>	4
					<i>Culture & social attractions</i>	Tingkat citra seni tradisional Saung Angklung Mang Koko	<i>Ordinal scale</i>
				Tingkat citra seni tradisional Badud Benjang		<i>Ordinal scale</i>	6
				Tingkat citra seni tradisional Benjang	<i>Ordinal scale</i>	7	

Variabel	Dimensi/ Sub Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No item
1	2	3	4	5	6	7
		perjalanan liburan dan pariwisata. Citra dan ekspektasi pengalaman perjalanan sangat terkait di benak calon pelanggan (Middleton & Clarke, 2001)		Tingkat citra seni tradisional Calung	<i>Ordinal scale</i>	8
			<i>Uniqueness of destination</i>	Tingkat keunikan kebudayaan di Desa Wisata Kertayasa Kabupaten Pangandaran	<i>Ordinal scale</i>	9
				Tingkat keunikan lingkungan alam di Desa Wisata Kertayasa Kabupaten Pangandaran	<i>Ordinal scale</i>	10
			Overcrowding of destination	Tingkat kepadatan atau keramaian pengunjung di Desa Wisata Kertayasa Kabupaten Pangandaran	<i>Ordinal scale</i>	11
			<i>Image of the place</i>	Tingkat citra Desa Wisata Kertayasa Kabupaten Pangandaran sebagai destinasi wisata yang menarik	<i>Ordinal scale</i>	12
	Transportation (X3)	<i>Transportation</i> merupakan sarana fisik akses dimana wisatawan dapat mencapai suatu destinasi yang mereka pilih (Middleton & Clarke, 2001)	<i>Available of transport to the destination</i>	Tingkat ketersediaan transportasi menuju Desa Wisata Kertayasa Kabupaten Pangandaran	<i>Ordinal scale</i>	13
			<i>Local transport</i>	Tingkat kondisi transport local mobil pick-up menuju atraksi wisata di Desa Wisata Kertayasa Kabupaten Pangandaran	<i>Ordinal scale</i>	14
	Well-being (X4)	<i>Well-being</i> merupakan perasaan yang menyangkut	<i>Destination cleanliness</i>	Tingkat kebersihan di Desa Wisata Kertayasa Kabupaten Pangandaran	<i>Ordinal scale</i>	15

Variabel	Dimensi/ Sub Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No item
1	2	3	4	5	6	7
		kenyamanan, keramahan atau <i>hospitality</i> di suatu destinasi (Ryglová et al., 2017)	<i>Sense of security</i>	Tingkat keamanan dan keselamatan di Desa Wisata Kertayasa Kabupaten Pangandaran	<i>Ordinal scale</i>	16
			<i>Level of prices of services and good in the destination</i>	Tingkat kesesuaian harga produk (tiket) dan layanan di Desa Wisata Kertayasa Kabupaten Pangandaran	<i>Ordinal scale</i>	17
			<i>Level of personnel quality in tourism services</i>	Tingkat kualitas petugas/pemandu wisata/tour guide dalam penyampaian pelayanan di Desa Wisata Kertayasa Kabupaten Pangandaran	<i>Ordinal scale</i>	18
			<i>Friendly acceptance by the locals</i>	Tingkat keramahan masyarakat lokal, pemandu wisata dan supir perahu kepada wisatawan di Desa Wisata Kertayasa Kabupaten Pangandaran	<i>Ordinal scale</i>	19
	Information/ communication (X5)	<i>Information/communication</i> terkait dengan kualitas komunikasi dan kemudahan mendapatkan informasi mengenai suatu destinasi (Ryglová et al., 2017).	<i>Information and communication prior to arrival</i>	Tingkat kemudahan mendapatkan informasi mengenai Desa Wisata Kertayasa Kabupaten Pangandaran melalui internet, <i>website</i> atau media social	<i>Ordinal scale</i>	20
				Tingkat ketersediaan <i>Tourism Information Center (TIC)</i> di Desa	<i>Ordinal scale</i>	21

Variabel	Dimensi/ Sub Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No item		
1	2	3	4	5	6	7		
			<i>Availability and quality of information</i>	Wisata Kertayasa Kabupaten Pangandaran				
				Tingkat ketersediaan papan informasi di Desa Wisata Kertayasa Kabupaten Pangandaran	<i>Ordinal scale</i>	22		
				Tingkat kondisi jaringan komunikasi di Desa Wisata Kertayasa Kabupaten Pangandaran	<i>Ordinal scale</i>	23		
	<i>Attractions/ Experiences (X6)</i>	<i>Attractions</i> merupakan element yang dapat mempengaruhi pemilihan dan motivasi wisatawan terhadap suatu destinasi (Middleton & Clarke, 2001)	<i>Natural attractions</i>	Tingkat kemenarikan wisata Green canyon	<i>Ordinal scale</i>	24		
					Tingkat kemenarikan wisata Curug Taringgul	<i>Ordinal scale</i>	25	
					Tingkat kemenarikan Taman wisata palatar	<i>Ordinal scale</i>	26	
					<i>Additional infrastructures</i>	Tingkat kondisi <i>camping ground</i> di Taman wisata Palatar	<i>Ordinal scale</i>	27
					<i>Respecting sustainable development of the destination</i>	Tingkat kepedulian masyarakat Desa Wisata Kertayasa terhadap kelestarian lingkungan dan kebudayaan lokal	<i>Ordinal scale</i>	28
<i>Tourist satisfaction</i> merupakan evaluasi pasca pembelian oleh wisatawan secara keseluruhan terhadap produk atau layanan yang dirasakan, dengan membandingkan antara persepsi kinerja dengan hasil yang diharapkan oleh wisatawan (Alegre & Garau, 2010; WooMi Jo Phillips & Leistriz, 2011)								

Variabel	Dimensi/ Sub Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No item
1	2	3	4	5	6	7
<i>Tourist satisfaction (Y)</i>				Tingkat kepuasan wisatawan terhadap layanan yang diterima ketika mengunjungi Desa Wisata Kertayasa Kabupaten Pangandaran. (Dimensi <i>Services</i>)		<i>Ordinal scale</i> 29
				Tingkat kepuasan wisatawan terhadap kesesuaian harapan dan kenyataan mengenai gambaran/persepsi Desa Wisata Kertayasa Kabupaten Pangandaran. (Dimensi <i>image</i>)		<i>Ordinal scale</i> 30
				Tingkat kepuasan wisatawan terhadap ketersediaan dan kondisi transportasi di Desa Wisata Kertayasa Kabupaten Pangandaran. (Dimensi <i>transportation</i>)		<i>Ordinal scale</i> 31
				Tingkat kepuasan wisatawan terhadap kenyamanan, keamanan dan keramahan atau hospitality di Desa Wisata Kertayasa Kabupaten Pangandaran. (Dimensi <i>well-being</i>)		<i>Ordinal scale</i> 32
				Tingkat kepuasan wisatawan terhadap kualitas komunikasi dan kemudahan mendapatkan informasi mengenai Desa Wisata Kertayasa		<i>Ordinal scale</i> 33

Variabel	Dimensi/ Sub Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No item
1	2	3	4	5	6	7
				Kabupaten Pangandaran. (Dimensi <i>information/ communication</i>)		
				Tingkat kepuasan wisatawan terhadap daya tarik wisata yang ada di Desa Wisata Ketayasa Kabupaten Pangandaran. (Dimensi <i>attraction/experiences</i>)	<i>Ordinal scale</i>	34

3.2.4 Jenis dan Sumber Data

Berdasarkan penelitian yang dilakukan pada penelitian ini, jenis beserta sumber data yang dipergunakan akan dikelompokkan ke dalam da golongan data, yaitu:

1. Data Primer

Data primer merupakan suatu data diakumulasi yang memiliki tujuan untuk memecahkan suatu permasalahan dalam suatu penelitian (McDaniel and Gates,2015). Data primer pada penelitian ini bersumber pada data yang berupa tanggapan dari responden tentang gambaran *service, image, transportation, well-being, information/communication* dan *attractions/ experiences* serta *tourist satisfaction*.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data diperoleh berupa variabel, tanda maupun konsep yang bertujuan untuk dapat mengasumsikan suatu nilai (McDaniel & Gates, 2015). Penelitian yang dilakukan mendapatkan sumber data sekunder bersumber dari berbagai literatur, jurnal-jurnal, artikel serta *website* dan sumber informasi lainnya. Pada Tabel 3.2 menjelaskan mengenai sumber data yang digunakan pada penelitian ini.

Tabel 3. 2
Jenis Dan Sumber Data

No	Jenis Data	Sumber Data	Jenis Data
1	Data jumlah kunjungan wisatawan ke Pangandaran	Dinas Parawisata dan Kebudayaan Pangandaran	Sekunder
2	Data jumlah kunjugan Desa Wisata Kertayasa	BUMDes Guha Bau Kertayasa	Sekunder
3	Data jumlah kunjungan wisatawan mancanegara ke Indonesia tahun 2020 dan 2021	Kememparekraf	Sekunder
4	Hal yang berkaitan dengan <i>tourism product attributes</i> dan <i>tourist satisfaction</i>	<i>E-book</i> dan Jurnal	Sekunder
5	Data pra-penelitian <i>Tourist satisfaction</i> di Desa Wisata Kertayasa	Survey pra-penelitian	Primer

No	Jenis Data	Sumber Data	Jenis Data
6	Tanggapan mengenai <i>tourism product attributes</i> di Desa Wisata Kertayasa	Wisatawan Desa Wisata Kertayasa	Primer
7	Tanggapan mengenai <i>tourist satisfaction</i> di Desa Wisata Kertayasa	Wisatawan Desa Wisata Kertayasa	Primer

3.2.4 Populasi, Sampel dan Teknik *Sampling*

3.2.4.1 Populasi

Menurut (Sugiyono, 2020) populasi dapat dijelaskan sebagai wilayah generalisasi yang melibatkan objek atau subjek berkualitas dan memiliki karakteristik tertentu yang ditentukan oleh peneliti yang bertujuan untuk mempelajari sehingga dapat ditarik kesimpulannya. Dalam pengumpulan data, objek tidak berfokus terhadap individu atau orang saja, melainkan berupa organisasi, hasil karya manusia, benda alam, binatang maupun aktifitas atau peristiwa yang terjadi. Populasi *finit* merupakan populasi yang memiliki jumlah individu tertentu, sedangkan kelompok tanpa jumlah individu yang tidak terbatas disebut populasi *infinat*.

Berdasarkan penjelasan mengenai populasi diatas, maka dalam penelitian ini, populasi yang adalah totalitas wisatawan yang berkunjung ke Desa Wisata Kertayasa Kabupaten Pangandaran pada tahun 2020 sebanyak 4.960 wisatawan (Sumber: BUMDes Kertayasa, 2021).

3.2.4.2 Sampel

Sampel merupakan sebagian dari kuantitas dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi yang diteliti, ataupun bagian kecil dari anggota populasi yang diambil menurut prosedur tertentu sehingga dapat mewakili populasinya (Sugiyono, 2020). Menganalisis data sampel secara kuantitatif akan menghasilkan statistik sampel (*sample statistics*) yang dipergunakan untuk mengestimasi parameter dari populasi (*population parameters*). Sehingga peneliti dapat meneliti dari seluruh elemen populasi (sensus) atau meneliti sebagian dari elemen populasi (penelitian sampel). Masalah umum yang dihadapi oleh peneliti jika jumlah populasi relatif besar dan sulit dihitung, masalah umum lainnya adalah keterbatasan waktu, biaya, dan tenaga yang tersedia. Dengan demikian, pada penelitian ini tidak memungkinkannya menggunakan keseluruhan populasi untuk dilakukannya penelitian, sehingga

penelitian diperkenankan untuk mengambil sebagian objek dari populasi tersebut, dan diharuskannya populasi yang diambil harus mewakili bagian lain yang diteliti atau *representative* (Sugiyono, 2020).

Rumus yang digunakan pada penelitian ini yang digunakan untuk menentukan besarnya ukuran sampel yaitu dengan menggunakan rumus slovin:

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

Keterangan:

n = Ukuran dari sample

N = Ukuran dari populasi

e = Kelonggaran penelitian karena kesalahan pengambilan sample yang dapat ditolerir (e = 0.1 atau 10%)

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

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

$$n = \frac{4.960}{1 + 4.960 \times (0.1)^2}$$

$$n = 98,023 \approx 100$$

Alasan penulis menggunakan rumus Slovin dengan standar *error* 0,1 karena untuk mempermudah pengolahan data, mempersingkat waktu dan jumlah dari populasi yang diteliti sudah diketahui dan jelas. Berdasarkan hasil perhitungan diatas dengan menggunakan rumus Slovin, maka sampel minimal yang diperoleh yaitu sebesar 100 responden. Namun, untuk menghindari ketidak validan dan tidak reliabel maka penulis menambah sampel sebanyak 35 responden. Sehingga dalam penelitian ini, sampel akan diambil sebanyak 135 responden.

3.2.4.3 Teknik Sampling

Teknik sampling yang dijelaskan oleh (Sugiyono, 2020) merupakan salah satu cara yang dilakukan untuk dapat menentukan sampel yang memiliki, jumlah

sesuai dengan ukuran sampel yang akan dijadikan sebagai data acuan dengan memerhatikan sifat dan penyebaran dari populasi sehingga akan diperoleh hasil sampel yang representative. Secara garis besar, teknik sampling terdiri atas dua macam golongan yaitu sampling acak (*probability sampling*) dan sampling tidak acak (*non probability sampling*). *Probability sampling* merupakan salah satu teknik pengambilan sampel yang memberikan setiap unsur ataupun anggota populasi suatu kesempatan untuk dipilih menjadi anggota sampel. Teknik dari *probability sampling* meliputi *simple random sampling*, *proportionate stratified random*, *disproportionate stratified random*, dan *cluster sampling* (sampel area). Sedangkan *Non-probability sampling* merupakan cara atau metode penarikan sampel dalam populasi yang tidak memiliki kesempatan atau telah ditentukan untuk dipilih sebagai sampel (Sekaran & Bougie, 2016). Teknik dari *non probability sampling* meliputi *sampling sistematis*, *sampling kuota*, *sampling insidental*, *purposive sampling*, *sampling jenuh*, *sensus*, dan *sampling snowball* (Sugiyono, 2020).

Teknik sampling yang digunakan pada penelitian ini yaitu teknik *purposive sampling*. *Purposive sampling* digunakan apabila pengambilan dari sampel terbatas dalam tipe tertentu sehingga akan memberikan informasi yang diinginkan dan sesuai dengan kriteria yang ditetapkan oleh peneliti (Sekaran & Bougie, 2016). Teknik sampling ini dipilih karena populasi dan sampel yang telah ditentukan memiliki karakteristik tertentu antara lain:

1. Wisatawan yang sudah pernah berkunjung ke Desa Wisata Kertayasa Kabupaten Pangandaran minimal satu kali.
2. Wisatawan yang pernah melakukan kunjungan ke atraksi wisata yang ada di Desa Wisata Kertayasa Kabupaten Pangandaran yaitu Green canyon, Curug taringgul dan Taman wisata palatar.
3. Wisatawan yang sudah pernah menghadiri *event* Hajat waluya.
4. Wisatawan yang sudah pernah menginap di *Homestay* Kawasan Desa wisata Kertayasa.
5. Wisatawan yang sudah pernah menggunakan fasilitas transportasi mobil *pick-up* untuk mengantar wisatawan melakukan aktifitas *bodyrafting*.

Dibawah ini menjelaskan beberpa langkah-langkah yang dilakukan dalam teknik pengambilan sample ini adalah sebagai berikut :

1. Menentukan responden yang akan dijadikan penelitian yaitu wisatawan yang berkunjung ke Desa Wisata Kertayasa Kabupaten Pangandaran.
2. Menentukan sebuah *check point* pada objek yang akan diteliti, dalam hal ini tempat yang dijadikan check point yaitu kawasan Desa Wisata Kertayasa Kabupaten Pangandaran.
3. Menentukan waktu yang akan digunakan untuk sampling. Pada penelitian ini waktu yang digunakan adalah pukul 9.00 – 16.000 WIB. Penyebaran kuesioner dilakukan selama 14 hari. Berdasarkan jumlah sampel maka dalam satu hari (selama 14 hari) kuesioner harus diberikan sebanyak $135:14= 9,6$ atau 10 responden setiap harinya. Penulis menyebarkan kuesioner kepada responden secara daring melalui *google form* dan media sosial *Instagram* pada *followers* akun @desawisata.kertayasa, serta bila memungkinkan secara luring dengan menyebarkan kuesioner secara langsung.

3.2.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan salah satu cara pengumpulan dari data yang digunakan untuk menjawab rumusan masalah penelitian. Menurut Sekaran dan Bougie (2016) teknik pengumpulan data merupakan suatu bagian yang tidak dapat terpisahkan dari desain penelitian. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah:

1. Studi literatur yaitu pengumpulan data berdasarkan cara mempelajari buku, makalah, jurnal maupun *website* yang bertujuan untuk mendapatkan suatu informasi yang berhubungan dengan teori maupun konsep yang berkaitan dengan masalah penelitian.
2. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data primer melalui penyebaran seperangkat daftar pertanyaan tertulis mengenai karakteristik dari responden, pengalaman responden setelah berkunjung dan pelaksanaan implementasi *tourism product attributes* dan *tourist satisfaction*. Kuesioner akan ditujukan kepada wisatawan Desa Wisata Kertayasa Kabupaten Pangandaran.
3. Observasi adalah suatu metode pengumpulan data primer yang mengenai perilaku manusia, serta berbagai fenomena kegiatan bisnis tanpa mengajukan

pertanyaan atau intraksi dengan individu-individu yang diteliti. Observasi ini dilakukan dengan melakukan pengamatan terhadap objek yang diteliti khususnya keadaan lingkungan Desa Wisata Kertayasa Kabupaten Pangandaran

4. Wawancara merupakan suatu kegiatan pengumpulan data beserta fakta dengan cara mengajukan tanya jawab yang berkaitan dengan penelitian. Teknik penelitian wawancara dilakukan dengan mengajukan pertanyaan kepada pihak pengelola Desa Wisata Kertayasa Kabupaten Pangandaran dan kepada wisatawan yang berkunjung ke Desa Wisata Kertayasa Kabupaten Pangandaran.

Untuk mengetahui lebih jelas bagaimana teknik pengumpulan data dalam penelitian ini, maka peneliti mengumpulkan dan menyajikan dalam Tabel 3.3 berikut.

Tabel 3. 3
Teknik Pengumpulan Data

No	Jenis Data	Sumber Data
1	Studi literatur	Buku dan jurnal yang berhubungan dengan masalah penelitian.
2	Kuesioner	Wisatawan yang berkunjung Desa Wisata Kertayasa Kabupaten Pangandaran.
3	Observasi	Pelaksanaan implementasi <i>tourism product attributes</i> dan <i>tourist satisfaction</i> di Desa Wisata Kertayasa Kabupaten Pangandaran
4	Wawancara	BUMDES Guha Bau, Desa wisata Kertayasa Kabupaten Pangandaran

3.2.6 Pengujian Validitas dan Reliabilitas

Perolehan data yang didapatkan dari responden melalui kuesioner sudah terkumpul, selanjutnya melakukan pengolahan data sehingga berdasarkan hasil tersebut dapat dilihat apakah terdapat pengaruh variabel *tourism product attributes* (X) terhadap variabel *tourist satisfaction* (Y). Uji validitas dan uji reliabilitas dilakukan terlebih dahulu untuk melihat apakah kuesioner yang disebarkan layak dengan kebenaran dan kualitas data.

3.2.6.1 Pengujian Validitas

Sugiyono, (2020) menjelaskan bahwa uji validitas merupakan suatu tes mengenai instrument, proses maupun teknik yang digunakan baik atau tidak. Validitas internal (*internal validity*) atau rasional yaitu ketika kriteria yang ada dalam instrumen secara rasional (teoritis) mencerminkan apa yang sedang diukur. Validitas eksternal (*external validity*), disisi lain menjelaskan mengenai kriteria di dalam instrumen disusun berdasarkan fakta-fakta empiris yang telah ada. Rumus yang 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, 2020)

Keterangan :

r_{xy}	= Koefisien korelasi <i>product moment</i>
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
r_{xy}	= Koefisien korelasi antara variabel X dan variabel Y, dua variabel yang dikorelasikan.

Taraf signifikansi untuk dilakukannya pengujian validitas responden sebagai berikut :

1. Nilai t dibandingkan dengan harga r_{tabel} dengan $dk = n-2$ dan taraf signifikansi $\alpha = 0.05$
2. Item pernyataan responden penelitian dikatakan valid jika rhitung lebih besar atau sama dengan r_{tabel} ($r_{hitung} > r_{tabel}$).
3. Item pernyataan responden penelitian dikatakan tidak valid jika rhitung lebih kecil dari r_{tabel} ($r_{hitung} < r_{tabel}$).

4. Berdasarkan penjumlahan kuesioner yang diuji sebanyak 30 responden dengan nilai tingkat signifikansi 5% dan derajat kebebasan $dk = n-2$, $dk=30 - 2 = 28$, maka didapatkan hasil r table sebesar 0,361

Berdasarkan hasil kalkulasi dengan menggunakan bantuan software SPSS 23 *for windows* diperoleh hasil pengujian validitas dari item pertanyaan yang diajukan peneliti. Hasil uji validitas yang diajukan peneliti kepada 30 responden dapat dilihat pada pada Tabel 3.4 sebagai berikut:

Tabel 3.4
Hasil Pengujian Validitas

No	Pertanyaan	r_{hitung}	r_{tabel}	Kesimpulan
<i>Tourism Product Attributes (X)</i>				
<i>Service (X₁)</i>				
1	Tingkat ketersediaan penginapan <i>homestay</i> di Desa Wisata Kertayasa Kabupaten Pangandaran	0,902	0,361	Valid
2	Tingkat kondisi penginapan <i>homestay</i> di Desa Wisata Kertayasa Kabupaten Pangandaran	0,783	0,361	Valid
3	Tingkat variasi kuliner di Tingkat di Desa Wisata Kertayasa Kabupaten Pangandaran	0,851	0,361	Valid
4	Tingkat kemenarikan <i>event</i> Hajat waluya di Desa Wisata Kertayasa Kabupaten Pangandaran	0,626	0,361	Valid
<i>Image (X₂)</i>				
5	Tingkat citra seni tradisional Saung Angklung Mang Koko	0,524	0,361	Valid
6	Tingkat citra seni tradisional Badud	0,809	0,361	Valid
7	Tingkat citra seni tradisional Benjang	0,878	0,361	Valid

No	Pertanyaan	r_{hitung}	r_{tabel}	Kesimpulan
8	Tingkat citra seni tradisional Calung	0,757	0,361	Valid
9	Tingkat keunikan kebudayaan di Desa Wisata Kertayasa Kabupaten Pangandaran	0,708	0,361	Valid
10	Tingkat keunikan lingkungan alam di Desa Wisata Kertayasa Kabupaten Pangandaran	0,817	0,361	Valid
11	Tingkat kepadatan atau keramaian pengunjung di Desa Wisata Kertayasa Kabupaten Pangandaran	0,640	0,361	Valid
12	Tingkat citra Desa Wisata Kertayasa Kabupaten Pangandaran sebagai destinasi wisata yang menarik	0,782	0,361	Valid
<i>Transportation (X₃)</i>				
13	Tingkat ketersediaan transportasi menuju Desa Wisata Kertayasa Kabupaten Pangandaran	0,857	0,361	Valid
14	Tingkat kondisi transport local mobil <i>pick-up</i> menuju atraksi wisata di Desa Wisata Kertayasa Kabupaten Pangandaran	0,853	0,361	Valid
<i>Well-being (X₄)</i>				
15	Tingkat kebersihan di Desa Wisata Kertayasa Kabupaten Pangandaran	0,830	0,361	Valid
16	Tingkat keamanan di Desa Wisata Kertayasa Kabupaten Pangandaran	0,667	0,361	Valid
17	Tingkat kesesuaian harga produk dan layanan di Desa Wisata Kertayasa Kabupaten Pangandaran	0,888	0,361	Valid

No	Pertanyaan	r_{hitung}	r_{tabel}	Kesimpulan
18	Tingkat kualitas petugas/pemandu wisata/tour guide dalam penyampaian pelayanan di Desa Wisata Kertayasa Kabupaten Pangandaran	0,853	0,361	Valid
19	Tingkat keramahan masyarakat local, pemandu wisata dan supir perahu kepada wisatawan di Desa Wisata Kertayasa Kabupaten Pangandaran	0,714	0,361	Valid
Information/communication (X₅)				
20	Tingkat kemudahan mengakses informasi melalui <i>website</i> atau media social mengenai Desa Wisata Kertayasa Kabupaten Pangandaran	0,761	0,361	Valid
21	Tingkat ketersediaan <i>Tourism Information Center (TIC)</i> di Desa Wisata Kertayasa Kabupaten Pangandaran	0,935	0,361	Valid
22	Tingkat ketersediaan papan informasi di Desa Wisata Kertayasa Kabupaten Pangandaran	0,883	0,361	Valid
23	Tingkat kondisi jaringan komunikasi di Desa Wisata Kertayasa Kabupaten Pangandaran	0,740	0,361	Valid
Attractions/Experiences (X₆)				
24	Tingkat kemenarikan wisata Green canyon	0,579	0,361	Valid
25	Tingkat kemenarikan wisata Curug Taringgul	0,763	0,361	Valid
26	Tingkat kemenarikan Taman wisata palatar	0,834	0,361	Valid
27	Tingkat kondisi <i>camping ground</i> di Taman wisata Palatar	0,868	0,361	Valid
28	Tingkat kepedulian Desa Wisata Kertayasa terhadap kelestarian lingkungan dan kebudayaan lokal	0,586	0,361	Valid

No	Pertanyaan	r_{hitung}	r_{tabel}	Kesimpulan
<i>Tourist Satisfaction (Y)</i>				
29	Tingkat kepuasan wisatawan terhadap <i>services</i>	0,622	0,361	Valid
30	Tingkat kepuasan wisatawan terhadap <i>image</i>	0,849	0,361	Valid
31	Tingkat kepuasan wisatawan terhadap <i>transportation</i>	0,827	0,361	Valid
32	Tingkat kepuasan wisatawan terhadap <i>well-being</i>	0,630	0,361	Valid
33	Tingkat kepuasan wisatawan terhadap <i>information/ communication</i>	0,777	0,361	Valid
34	Tingkat kepuasan wisatawan terhadap <i>attraction/experiences</i>	0,533	0,361	Valid

Berdasarkan data Tabel 3.4 Hasil pengujian untuk variabel X (*Tourism Product Attributes*) yang berjumlah 28 item pertanyaan menunjukkan bahwa item pertanyaan dalam kuesioner dikatakan valid, dikarenakan nilai r hitung lebih besar dari r table (0,361). Item pertanyaan tertinggi yaitu pada *information/ communication* yaitu “Tingkat ketersediaan *Tourism Information Center (TIC)* di Desa Wisata Kertayasa Kabupaten Pangandaran” dengan nilai 0,935. Sedangkan item pertanyaan terendah yaitu *image* yaitu “Tingkat citra seni tradisional Saung Angklung Mang Koko” dengan perolehan nilai sebesar 0,524. Selanjutnya untuk item pertanyaan pada variabel Y (*Tourist Satisfaction*) yang berdasarkan pada 6 item pertanyaan menunjukkan nilai r hitung lebih besar dari r table (0,361) sehingga dapat disimpulkan bahwa semua item pertanyaan valid dan dapat digunakan dalam penelitian ini.

3.2.6.2 Pengujian Reliabilitas

Reliabilitas membuktikan sejauh mana data terbebas dari kekeliruan untuk memastikan pengukuran yang konsisten jangka Panjang yang konsisten di seluruh instrumen. Dapat diketahui bahwa reliabilitas merupakan indikator stabilitas dan konsistensi instrumen yang dipergunakan untuk mengukur suatu konsep dan

membantu untuk menilai kebaikan pengukuran (Sugiyono, 2020). Reliabilitas dinilai dengan metode memastikan ikatan antara skor pada skala manajemen yang berlainan. Bila asosiasi tinggi, maka skala membagikan hasil yang tidak berubah-ubah serta dapat dikatakan reliabel.

Pengujian reliabilitas pada penelitian ini menggunakan reliabilitas internal dengan rumus *alpha* atau *Cronbach Alpha*. Hal ini dikarenakan instrumen pertanyaan yang digunakan memiliki skor, dalam hal ini menggunakan skala likert 1 sampai dengan 5 yang mewakili rentang penilaian. Menurut (Sugiyono, 2020) *Cronbach Alpha* merupakan koefisien kehandalan yang membuktikan seberapa bagus item dalam koleksi berkorelasi positif sesuai dengan satu dengan yang lain. *Cronbach Alpha* dihitung melalui rata-rata interkorelasi antara item yang mengukur rancangan. Karena semakin dekat *Cronbach Alpha* dengan 1 emakin tinggi pula keandalan konsistensi internal.

Pengujian realibilitas dalam penelitian ini menggunakan rumus *Cronbach Alpha* yaitu:

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

Sumber : (Sekaran & Bougie, 2011)

Keterangan:

r_{11} = Reliabilitas instrumen

k = Banyak butir pertanyaan

σt^2 = Varians total

$\sum \sigma b^2$ = Jumlah varians butir tiap pertanyaan

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

$$\sigma^2 = \frac{\sum X^2 - \frac{(\sum X)^2}{n}}{n-1}$$

Sumber : Malhotra (2020:391)

Keterangan :

Audinna Sri Ningtias, 2022

PENGARUH TOURISM PRODUCT ATTRIBUTES TERHADAP TOURIST SATISFACTION

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

N = Jumlah sampel

σ^2 = Nilai varians

$\sum x$ = Nilai skor yang dipilih (total nilai dari nomor-nomor butir pertanyaan)

Keputusan pengujian reliabilitas ditentukan dengan menggunakan ketentuan sebagai berikut :

1. Jika Cronbach's Alpha $> 0,700$ maka instrumen dikatakan reliabel.
2. Jika Cronbach's Alpha $< 0,700$ maka instrumen dikatakan tidak reliabel

Apabila angka *Alpha Cronbach* mendekati 1, maka semakin tinggi tingkat reliabilitasnya. Perhitungan validitas item instrument dilakukan dengan bantuan program IBM SPSS (*Statistical Product for Service Solution*) *Statistics 23 for windows*, diperoleh hasil pengujian reliabilitas pada Tabel 3.5 sebagai berikut:

Tabel 3. 5
Hasil Pengujian Reliabilitas

NO	Variabel	$C\alpha_{hitung}$	$C\alpha_{minimum}$	Kesimpulan
1.	<i>Tourism Product Attributes</i> (X)	0,918	0,700	Reliabel
2.	<i>Tourist Satisfaction</i> (Y)	0,806	0,700	Reliabel

Berdasarkan Tabel 3.5 Hasil pengujian reliabilitas menunjukkan bahwa *tourism product attributes* (X) dan *tourist satisfaction* (Y) dinyatakan reliabel karena r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} . Hasil uji reliabilitas variabel *tourism product attributes* memperoleh r_{hitung} sebesar 0,918, sedangkan variabel *tourist satisfaction* memperoleh r_{hitung} sebesar 0,806.

3.2.7 Analisis Data

3.2.7.1 Analisis Data Deskriptif

Analisis deskriptif bertujuan guna mengubah sekumpulan data menjadi informasi yang mudah dimengerti. Analisis data deskriptif dilakukan dengan metode mengelompokkan, menggolongkan serta mengartikan data yang didapat kemudian menganalisisnya guna memperoleh gambaran variabel berdasarkan beberapa analisis seperti:

1. Analisis Frekuensi, adalah distribusi matematika yang memiliki tujuan untuk mendapatkan hitungan jumlah tanggapan terkait dengan nilai yang berbeda pada suatu variabel dan dua variabel, dan jumlahnya dinyatakan sebagai persentase (Malhotra et al., 2017).

2. Analisis *Cross Tabulation* adalah Teknik statistic yang menggambarkan dua atau lebih variabel yang dimiliki sejumlah kategori atau nilai yang berbeda (Malhotra et al., 2017).
3. Perhitungan skor ideal dilakukan bertujuan untuk mengukur tinggi dan rendah dari pengaruh variabel yang ada di alami pada objek penelitian. Berikut rumus untuk menghitung skor ideal.

Nilai Indeks Maksimum = Skor Tertinggi x Jumlah Item x Jumlah Responden

Nilai Indeks Minimum = Skor Terendah x Jumlah Item x Jumlah Responden

Jenjang Variabel = Nilai Indeks Maksimum – Nilai Indeks Minimum

Jarak Interval = Jenjang : Banyaknya Interval

Analisis deskriptif tersebut digunakan untuk mendeskripsikan variabel-variabel penelitian, sebagai berikut:

1. Analisis deskriptif mengenai gambaran *Tourism product attributes* di Desa Wisata Kertayasa Kabupaten Pangandaran melalui enam dimensi yang meliputi *service, image, well-being, information/communication* dan *attractions/experiences*.
2. Analisis deskriptif mengenai gambaran *Tourist satisfaction* di Desa Wisata Kertayasa Kabupaten Pangandaran yang terdiri dari *perceive performance* dan *expectation*.

Analisis deskriptif digunakan dalam penelitian ini untuk mengetahui gambaran tingkat *tourist satisfaction* dengan menggunakan metode-metode yang bertujuan untuk menggambarkan tingkat kepuasan wisatawan, metode-metode tersebut yaitu:

1. *Customer Satisfaction Index (CSI)*

Metode Pengukuran kepuasan wisatawan dalam penelitian ini diukur menggunakan metode *Customer Satisfaction Indeks (CSI)*. *Customer Satisfaction Index* (Indeksa Kepuasan Pelanggan) merupakan salah satu metode yang efektif untuk menentukan tingkat kepuasan pelanggan secara menyeluruh dengan layanan produk. *CSI* menunjukkan data yang jelas pada

tingkat kepuasan pelanggan dan pada satuan waktu tertentu dapat dievaluasi untuk memperbaiki kekurangan dan meningkatkan layanan yang memiliki nilai lebih bagi pelanggan (Widodo & Sutopo, 2018).

2. *Importance Performance Analysis (IPA)*

Importance performance analysis membahas mengenai pemetaan nilai kinerja (*perceived performance*) dan tingkat kepentingan (*importance*). Perhitungan *IPA* berbentuk matriks yang masing-masing terdiri dari empat kuadran dimana masing-masing kuadran menggambarkan skala prioritas dalam pengambilan kebijakan seperti meningkatkan kinerja atau mempertahankan suatu kinerja.

Setelah menganalisis secara deskriptif, analisis selanjutnya dilakukan setelah keseluruhan data yang dihasilkan dari responden telah terkumpul. Kegiatan analisis data pada penelitian, dilakukan melalui beberapa tahap berikut ini:

3.2.7.2 Pengujian Hipotesis

Analisis verifikatif pada penelitian ini memakai regresi linier berganda serta dalam penelitian kuantitatif analisis data dilakukan sesudah data seluruh responden terkumpul. Kegiatan analisis data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. *Method of Successive Interval (MSI)*

Skala yang digunakan pada penelitian ini merupakan *ordinal scale* ialah skala yang berupa peringkat yang menampilkan suatu urutan preferensi atau evaluasi. Skala ordinal ini harus ditransformasikan jadi skala interval dengan memakai *method of successive interval*. Skala ordinal tidak hanya mengkategorikan perbandingan kualitatif dalam variabel, tetapi juga memastikan peringkat jenis ini dengan metode yang berarti (Sekaran & Bougie, 2011). Skala ordinal ini perlu ditransformasi menjadi skala interval dengan memakai *Method Successive Interval*. Langkah-langkah untuk melaksanakan transformasi data tersebut yaitu:

- a. Menghitung frekuensi (f) pada tiap opsi jawaban bersumber pada hasil jawaban responden pada tiap pertanyaan.

- b. Bersumber pada frekuensi yang diperoleh untuk tiap persoalan dilakukan perhitungan proporsi (p) setiap opsi jawaban dengan metode membagi frekuensi dengan jumlah responden.
- c. Bersumber pada proporsi tersebut, berikutnya melakukan perhitungan proporsi kumulatif untuk setiap opsi pilihan.
- d. Menentukan nilai batas Z (tabel normal) untuk setiap persoalan dan setiap opsi jawaban
- e. Memastikan nilai interval rata-rata untuk setiap opsi pilihan melalui persamaan sebagai berikut:

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

Data penelitian yang telah berskala interval selanjutnya akan ditentukan pasangan data *variabel independent* dengan *variabel dependent* serta akan ditentukan persamaan yang berlaku untuk pasangan-pasangan tersebut

2. Menyusun data

Kegiatan ini untuk untuk mengecek kelengkapan identitas responden, kelengkapan data, dan pengisian data yang disesuaikan dengan tujuan penelitian.

3. Memeriksa kesempurnaan dan kebenaran data yang terkumpul
4. Tabulasi Data:
 - 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 memakai skala likert, hingga variabel yang hendak diukur dijabarkan jadi ukuran, ukuran dijabarkan jadi sub variabel setelah itu sub variabel dijabarkan lagi jadi indikator- indikator yang bisa diukur. Kesimpulannya indikator- indikator yang terukur ini bisa dijadikan titik tolak untuk membuat item instrumen yang berbentuk persoalan yang statment yang harus dijawab oleh responden. Setiap jawaban dihubungkan dengan wujud statment ataupun dukungan perilaku yang diungkapkan dengan kata-kata sebagai berikut :

Tabel 3. 6
Alternatif Jawaban Menurut Skala Likert

Alternatif Jawaban	Skala
Sangat puas/ selalu / diberi skor	5
Puas/ Sering diberi skor	4
Ragu-ragu/Tidak tahu/ Netral diberi skor	3
Tidak Puas/Hampir tidak puas/ Negatif diberi skor	2
Sangat tidak puas/ Tidak pernah/ diberi skor	1

Sumber: : (Sugiyono, 2020).

5. Menganalisis data

Kegiatan ini dilakukan diawali dari pengolahan data- data yang diperoleh setelah itu dianalisis dengan menginterpretasi informasi bersumber pada hasil perhitungan dengan memakai rumus- rumus statistik.

3.2.8 Teknik Analisis Regresi Linear Berganda

Teknik analisa data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda. Analisis regresi linear berganda merupakan ikatan kausal dengan cara linear antara dua ataupun lebih variabel independen (X_1 , X_2 , X_3 , X_4 , X_5 dan X_6) dengan variabel dependen (Y). Analisis ini guna mengenali arah ikatan antara variabel independen dengan variabel dependen apakah tiap-tiap variabel independent berkaitan positif ataupun negatif serta untuk memperhitungkan nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan. Data yang dipergunakan umumnya berskala interval atau rasio.

Variabel yang dianalisis adalah variabel independent X yaitu *tourism product attributes* yang terdiri dari (X_1) *services*, (X_2) *image*, (X_3) *transportation* dan (X_4) *well-being* (X_5) *information/communication* dan (X_6) *attractions/experiences* terhadap variabel dependen Y yaitu *tourist satisfaction*. Langkah-langkah dalam menghitung analisis regresi berganda dengan memastikan bentuk persamaan regresi berganda.

Persamaan Regresi Linear Berganda dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

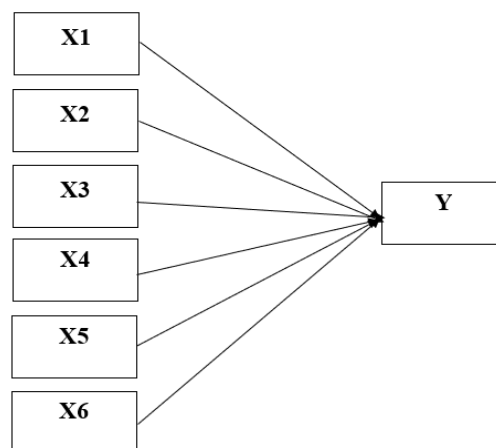
$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

Sumber: (Sugiyono, 2020)

Keterangan :

- Y = Variabel terikat yang diprediksikan (*tourist satisfaction*)
 a = Konstanta
 b = Koefisien regresi yang menunjukkan angka peningkatan ataupun penurunan variable terikat yang didasarkan pada variable bebas. Bila b (+) maka terjadi kenaikan, bila b (-) maka terjadi penurunan.
 X = Subyek pada variable bebas yang memiliki nilai tertentu (X_1), (X_2), (X_3) (X_4) (X_5) (X_6) adalah variabel penyebab.

Menurut (Sugiyono, 2020) analisis regresi berganda digunakan apabila penelitian bermaksud meramalkan bagaimana kondisi (naik turunnya) variabel dependen (kriterium), apabila dua ataupun lebih variabel independent selaku aspek prediktor dimanipulasi (dinaik –turunkan nilainya). Analisis regresi linier berganda akan dilakukan jika jumlah variabel independent berjumlah minimal dua atau lebih. Menerjemahkan kedalam beberapa sub hipotesis yang menyatakan pengaruh antara variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y), lebih jelasnya dapat dilihat pada gambar 3.1 berikut:



Gambar 3. 1
Regresi Linear Berganda

Keterangan:

X1 = *Services*

X2 = *image*

X3 = *transportation*

X4 = *well-being*

Audinna Sri Ningtias, 2022

PENGARUH TOURISM PRODUCT ATTRIBUTES TERHADAP TOURIST SATISFACTION
 Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

$X_5 = \text{information/communication}$

$X_6 = \text{attractions/experiences}$

$Y = \text{tourist satisfaction}$

Dalam analisis regresi berganda, larangan asumsi-asumsi perlu dideteksi. Terdapat cara untuk mengetahui supaya larangan-larangan dalam analisis regresi linier berganda tidak terjadi yaitu dengan menggunakan cara uji asumsi klasik, secara statistik harus terpenuhi. Asumsi klasik yang sering digunakan adalah asumsi normalitas, heteroskedastisitas, multikolinearitas, autokorelasi dan linearitas.

a. Uji Asumsi Normalitas

Uji normalitas merupakan pengujian data variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y) pada persamaan regresi yang diperoleh, apakah berdistribusi normal atau berdistribusi tidak normal. Apabila distribusi data normal, maka analisis data dan pengujian hipotesis menggunakan statistik parametrik. Ketentuan pertama untuk melaksanakan analisis regresi adalah normalitas. Suatu bentuk regresi mempunyai data berdistribusi normal jika sebaran data terletak disekitar garis diagonal pada normal probability plot yaitu dari kiri bawah ke kanan atas berarti berdistribusi normal. Pemeriksaan normalitas dapat dilakukan dengan Rumus *Kolmogorov-Smirnov*. *Kolmogorov-Smirnov (K-S)* merupakan salah satu tes kesesuaian. Uji K-S merupakan uji ketepatan non-parametrik satu-sampel yang membandingkan fungsi distribusi kumulatif untuk variabel dengan distribusi tertentu (Malhotra et al., 2017). Rumus untuk menguji normalitas menggunakan rumus Kolmogorov-Smirnov, sebagai berikut:

$$K = |F_s(x) - F_t(x)| \max$$

Sumber: Malhotra (2020:394)

Keterangan:

F_s = Distribusi frekuensi kumpulan sampel

F_t = Distribusi frekuensi kumpulan teoritis

Data berdistribusi normal, apabila nilai *asympt.sig* (signifikansi) > 0,05. Sedangkan data berdistribusi tidak normal, apabila nilai *asympt.sig* (signifikansi) < 0,05.

b. Uji Asumsi Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas merupakan uji yang bertujuan untuk melihat apakah terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang memenuhi persyaratan adalah ketika terdapat kesesuaian varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap atau disebut homoskedastisitas dan apabila variansnya tidak sama disebut terjadi heteroskedastisitas. Persamaan regresi dikatakan tidak terdeteksi heteroskedastisitas jika nilai t hitung lebih kecil dari t tabel dan nilai signifikansi lebih besar dari 0,05. Dikatakan heteroskedastisitas, jika t hitung lebih besar dari t tabel dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05. Nilai t dibandingkan dengan nilai t_{tabel} dengan df (derajat kebebasan) = n (jumlah sampel) – m (jumlah variabel) dan taraf signifikansi $\alpha = 0,05$, maka $df = - =$.

c. Uji Asumsi Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk membuktikan apakah ada atau tidaknya korelasi koefisien (r) yang tinggi antara variabel-variabel bebas dalam suatu model pengaruh. Dua parameter yang sangat sering digunakan untuk mengetahui multikolinearitas adalah nilai tolerance dan nilai VIF (*Variance Inflation Factor*). Melihat nilai tolerance, tidak terjadi multikolinearitas, jika nilai *Tolerance* lebih besar 0,01. 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.

Untuk mengukur multikolinieritas dapat diketahui besaran VIF. Rumus untuk menghitung VIF untuk koefisien dari variabel independent menggunakan rumus

$$VIF = 1/(1-R_k^2)$$

Keterangan:

R_k^2 = Koefisien determinasi dari regresi variabel bebas ke-k

Audinna Sri Ningtias, 2022

PENGARUH TOURISM PRODUCT ATTRIBUTES TERHADAP TOURIST SATISFACTION

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

d. Uji Asumsi Autokorelasi

Uji autokorelasi merupakan suatu uji yang bertujuan untuk melihat apakah terjadi korelasi antara suatu periode t dengan periode sebelumnya ($t - 1$). Uji autokorelasi hanya dapat dilakukan terhadap data *time series* (runtut waktu) dan tidak perlu dilakukan pada data *cross section* seperti pada kuesioner dimana pengukuran semua variabel dilakukan secara serempak pada saat yang bersamaan. Jika tidak terjadi masalah autokorelasi, maka dapat dikatakan bahwa persamaan regresi tersebut baik. Sebaliknya, apabila pada pengujian terjadi autokorelasi maka persamaan tersebut menjadi tidak baik atau tidak layak dipakai prediksi. Gejala autokorelasi di deteksi dengan melakukan uji *Durbin-Watson* (DW). Hasil perhitungan *Durbin-Watson* (DW) dibandingkan dengan nilai nilai dtabel pada $\alpha=0,05$. Statistik d dari *Durbin-Watson* (DW) memiliki rumus sebagai berikut:

$$X = \frac{\sum_{t=2}^n (e_t - e_{t-1})^2}{\sum_{t=1}^n e^2 t}$$

Keterangan:

e_t = Residual tahun t

$e_t - 1$ = Residual satu tahun sebelumnya

e. Uji linearitas

Uji linearitas bertujuan untuk mengetahui apakah dari dua variabel mempunyai ikatan yang linear atau tidak secara signifikan. Uji ini umumnya digunakan sebagai prasyarat dalam analisis korelasi atau regresi linear. Dasar pengambilan keputusan dalam uji linearitas adalah jika nilai probabilitas $< 0,05$, maka hubungan antara variabel X dengan Y adalah linear. Sedangkan jika nilai probabilitas $> 0,05$, maka hubungan antara variabel X dengan Y adalah tidak linear.

3.2.8.1 Analisis Korelasi (R)

Analisis korelasi berguna untuk menentukan suatu besaran yang menyatakan bagaimana kuat hubungan suatu variabel dengan variabel lain. Berdasarkan Sekaran & Bougie, (2011) mengungkapkan bahwa korelasi positif atau searah (direct) sempurna (perfect positive correlation) antara dua variabel diwakili oleh koefisien korelasi sama dengan atau mendekati $+1$, ini mengindikasikan satu yang didalamnya perubahan skor tinggi dalam satu variabel

Audinna Sri Ningtias, 2022

PENGARUH TOURISM PRODUCT ATTRIBUTES TERHADAP TOURIST SATISFACTION

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

disertai oleh perubahan ekuivalen dalam arah yang sama (same diretion) dalam variabel lain, tanpa kecuali.

Nilai R berkisar antara 0 sampai 1. Nilai semakin mendekati 1 berarti hubungan yang terjadi semakin kuat, sebaliknya nilai semakin mendkati 0 maka hubungan yang terjadi semakin lemah. Rumus yang digunakan dalam penelitian ini adalah 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, 2020)

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

Dimana: r_{xy} = Koefisien korelasi antara variabel X dan variabel Y, dua variabel yang dikorelasikan.

Untuk mengadakan interpretasi mengenai besarnya koefisien korelasi dapat dilihat pada Tabel 3.7 berikut:

Tabel 3. 7
Interpretasi Koefisien Korelasi

Nilai R	Interpretasi
0,00 – 0,199	Sangat rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat kuat

Sumber: (Sugiyono, 2020)

3.2.8.2 Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Analisis determinasi memiliki tujuan mengetahui persentase sumbangan pengaruh variabel independen (X1, X2, X3, X4, X5, X6) secara serentak terhadap variabel dependen (Y). (Sekaran & Bougie, 2011) menjelaskan bahwa koefisien

ini diartikan sebagai cara untuk mengetahui seberapa besar persentase variasi perubahan dalam satu variabel (*dependent*) ditetapkan oleh pergantian dalam variabel lain (*independent*). $R^2 = 0$, maka tidak terdapat sedikitpun persentase kontribusi akibat pengaruh yang diberikan variabel independen terhadap variabel dependen, atau variabel independent yang digunakan dalam model tidak menjelaskan sedikitpun variasi variabel dependen. Adapun rumus koefisien determinasi adalah sebagai berikut :

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

Sumber: (Malhotra, 2020:557)

Keterangan:

R^2 = Koefisien Korelasi Ganda

k = Jumlah predictor

n = Jumlah anggota sampel

3.2.9 Pengujian Hipotesis

Langkah terakhir dalam melakukan analisis data yaitu melakukan pengujian hipotesis. dibutuhkan Teknik analisis data yang mampu membagikan penjelasan yang berguna dan menguji hipotesis yang diformulasikan dalam penelitian ini merupakan metode regresi berganda. Dalam perihal ini analisis regresi dipakai untuk mengukur pengaruh antara satu maupun lebih variabel *independent* (variabel bebas) terhadap variabel *dependent* (variabel terikat).

Data yang didapat dari penelitian ini merupakan data ordinal yang merupakan skala yang memiliki unsur kategori ataupun penjurukan juga membuktikan tingkatan ataupun urutan. Hipotesis yang diuji dalam rangka penerimaan atau penolakan hipotesis dapat ditulis sebagai berikut:

Jika $t_{hitung} \geq t_{tabel}$, maka H_a diterima, dan H_0 ditolak.

Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima, dan H_a ditolak.

Pada taraf kesalahan 0,05 dengan derajat kebebasan dk (n-2) serta pada uji satu pihak, yaitu uji pihak kanan. Secara statistic, hipotesis yang akan diuji dalam

rangka pengambilan keputusan penerimaan atau menolakan hipotesis ditulis sebagai berikut:

A. Secara Simultan (Uji f)

Pengujian hipotesis secara simultan bertujuan untuk membuktikan bahwa variabel *tourism product attributes (independent)* berpengaruh signifikan terhadap variabel *tourist satisfaction (dependent)*. Rumus hipotesisnya yaitu:

$H_0 : b_i = 0$ artinya tidak terdapat pengaruh signifikan antara *tourism product attributes* yang terdiri dari *service, image, transportation, well-being, information/communication, attractions/experiences* terhadap *tourist satisfaction*.

a. $H_a : b_i \neq 0$ artinya terdapat pengaruh signifikan antara *tourism product attributes* yang terdiri dari *tourism product attributes* yang terdiri dari *service, image, transportation, well-being, information/communication, attractions/experiences* terhadap *tourist satisfaction*.

Pengujian hipotesis ini dengan menggunakan uji f. Dihitung dengan rumus sebagai berikut :

$$f = \frac{R^2(N - M - 1)}{m(1 - R^2)}$$

Keterangan :

R = Koefisien korelasi ganda

M = Jumlah prediktor

n = Jumlah anggota sampel

Kriteria pengambilan keputusan untuk hipotesis yang diajukan adalah :

Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak artinya X berpengaruh terhadap Y

Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 ditolak artinya X tidak berpengaruh terhadap Y

A. Secara Parsial (Uji t)

Pengujian hipotesis yang akan diuji dalam pengambilan keputusan penerimaan atau penolakan hipotesis pada pengujian parsial dapat ditulis sebagai berikut :

a. $H_0 : b_1 = 0$, artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara *services* terhadap *tourist satisfaction*.

$H_1 : b_1 \neq 0$, artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara *services* terhadap *tourist satisfaction*.

- b. $H_0 : b_2 = 0$, artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara *image* terhadap *tourist satisfaction*.
 $H_1 : b_2 \neq 0$, artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara *image* terhadap *tourist satisfaction*.
- c. $H_0 : b_3 = 0$, artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara *transportation* terhadap *tourist satisfaction*.
 $H_1 : b_3 \neq 0$, artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara *transportation* terhadap *tourist satisfaction*.
- d. $H_0 : b_4 = 0$, artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara *well-being* terhadap *tourist satisfaction*.
 $H_1 : b_4 \neq 0$, artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara *well-being* terhadap *tourist satisfaction*.
- e. $H_0 : b_5 = 0$, artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara *information/communication* terhadap *tourist satisfaction*.
 $H_1 : b_5 \neq 0$, artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara *information/communication* terhadap *tourist satisfaction*.
- f. $H_0 : b_6 = 0$, artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara *attractions/experiences* terhadap *tourist satisfaction*.
 $H_1 : b_6 \neq 0$, artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara *attractions/experiences* terhadap *tourist satisfaction*.

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

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

Keterangan:

t = Distribusi normal
r = Koefisien korelasi
n = Banyaknya data

Kriteria pengambilan keputusan untuk hipotesis yang diajukan adalah:

Tolak H_0 $t_{hitung} \geq t_{tabel}$

Tolak H_0 $t_{hitung} < t_{tabel}$