

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini berlokasi di Desa Adat Ciptagelar atau Kasepuhan Ciptagelar, Kasepuhan Ciptagelar merupakan wilayah desa budaya yang berada persis di Puncak Gunung Halimun, antara Sukabumi dan Banten. Secara administratif daerah tersebut termasuk dalam Kasepuhan Banten atau Banten Kidul, namun secara geografis masuk dalam wilayah administrasi Kabupaten Sukabumi tepatnya Desa Ciptagelar di Desa Sukamulya Sirnaresmi, Kecamatan Cisolok, Kabupaten Sukabumi.

3.2 Desain Penelitian

Menurut Sugiyono (2010), metode penelitian adalah suatu cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Sedangkan Nazir (1988), berpendapat bahwa metode penelitian merupakan cara utama yang digunakan peneliti untuk mencapai tujuan dan menentukan jawaban atas masalah yang diajukan.

Dalam penelitian ini penulis menggunakan pendekatan kuantitatif. Menurut Sugiyono (2003) Penelitian kuantitatif adalah penelitian dengan memperoleh data yang berbentuk angka atau data kualitatif yang diangkakan.

3.3 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

3.3.1 Populasi

Populasi adalah sekumpulan orang, hewan, tumbuhan, atau benda yang memiliki karakteristik tertentu yang akan diteliti. Populasi akan menjadi wilayah generalisasi kesimpulan hasil penelitian (Mulyatiningsih, 2011). Sedangkan menurut Sugiyono (1997), Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang memiliki kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Berdasarkan uraian diatas maka populasi pada penelitian ini ialah wisatawan yang pernah berkunjung ke Kasepuhan Ciptagelar minimal 1 kali dan berusia setidaknya 17 tahun.

3.3.2 Sampel dan Teknik Sampling

Sampel adalah sebagian dari populasi yang karakteristiknya hendak diteliti (Djarwanto, 1994). Sedangkan menurut Arikunto (2006), Sampel adalah sebagian atau sebagai wakil populasi yang akan diteliti. Jika penelitian yang dilakukan sebagian dari populasi maka bisa dikatakan bahwa penelitian tersebut adalah penelitian sampel. Berdasarkan penjelasan diatas bisa disimpulkan bahwa sampel adalah sebagian dari populasi yang memiliki ciri atau karakteristik tertentu, yang dibutuhkan dalam penelitian.

Dalam menentukan jumlah sampel peneliti menggunakan rumus dari Tabachnik & Fidell (2013) yaitu:

$$N \geq 104 + m$$

Keterangan:

N = jumlah sampel

104 = angka konstanta dari rumus tersebut

m = jumlah variabel

Bila menggunakan rumus diatas maka hasilnya adalah sebagai berikut:

$$N \geq 104 + m$$

$$= N \geq 104 + 2$$

$$= N \geq 106$$

Berdasarkan rumus diatas, dapat diambil kesimpulan bahwa jumlah sampel yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah 106 orang responden.

Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *convenience sampling* yang termasuk ke dalam *nonprobability sampling*. Menurut Sugiyono (2018), *Convenience Sampling* adalah merupakan metode penentuan sampel dengan memilih sampel secara bebas sekehendak peneliti. Seseorang diambil sebagai sampel karena peneliti menganggap seseorang tersebut memiliki informasi yang diperlukan bagi penelitiannya. Sedangkan *Nonprobability sampling* didefinisikan sebagai setiap anggota populasi yang tidak memiliki peluang yang sama untuk dipilih sebagai sampel (Sekaran & Bougie, 2017).

3.4 Variabel Penelitian

Penelitian ini menganalisis pengaruh *customer experience* terhadap *revisit intention* di Kasepuhan Ciptagelar. Variabel penelitian yang digunakan dalam

penelitian ini ada dua yaitu variabel bebas (*Independent Variable*) dan variabel terikat (*Dependent Variable*).

Variabel Bebas (*Independent Variable*) adalah variabel yang mempengaruhi variabel terikat secara positif maupun negatif (Sekaran & Bougie, 2017). Jika terjadi kenaikan dalam variabel bebas maka terjadi pula kenaikan atau penurunan dalam variabel terikat (Sekaran & Bougie, 2017). Variabel bebas dalam penelitian ini adalah *Customer experience* (X). Sedangkan Variabel Terikat (*Dependent Variable*) adalah variabel utama dalam penelitian (Sekaran & Bougie, 2017). Analisis variabel terikat dilakukan untuk menemukan jawaban atau solusi masalah penelitian dengan menjelaskan variabel yang mempengaruhinya (Sekaran & Bougie, 2017). Variabel terikat dalam penelitian ini adalah minat berkunjung Kembali (*Revisit intention*).

Variabel bebas (independent) (X), yaitu variabel *Customer experience* memiliki sub variabel sebagai berikut (Schmitt 1999) :

1. *Sensory experience*
2. *Emotional experience*
3. *Social experience*

Variabel terikat (dependent) (Y), yaitu *revisit intention* memiliki indikator sebagai berikut (Som dkk 2012) :

1. *The willingness to revisit*
2. *Recommend it to others*

Variabel-variabel tersebut dibuat sebagai acuan kuesioner yang didalamnya berisi indikator-indikator yang terkait melalui tabel operasionalisasi variabel.

3.5 Operasional Variabel

Konsep operasional variabel menurut Sugiyono (2010) adalah Segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya. Sedangkan menurut Ulber Silalahi (2015) menyatakan bahwa operasional variabel yaitu kegiatan mengurai variabel menjadi sejumlah variabel yang empiris atau operasional yang merujuk pada hal hal yang dapat diamati atau diukur.

Variabel yang diteliti dalam penelitian ini dioperasionalkan dalam dua variabel utama. *Variable independent* (X) yang diteliti adalah *customer experience* dan *variable dependent* (terikat) yaitu *revisit intention* (Y). Selanjutnya dijelaskan pada tabel berikut:

Tabel 3.1
Operasionalisasi Variabel Penelitian

Variabel	Sub Variabel	Indikator	Skala	No. Item
<p>Customer Experience (X)</p> <p>Pengalaman atau <i>Experience</i> melibatkan seluruh hal dalam peristiwa kehidupan. Dengan kata lain, sebagai pemasar harus menata lingkungan yang benar untuk pelanggan dan apa sebenarnya yang diinginkan pelanggan. Pengalaman atau <i>experience</i> pada umumnya bukan dihasilkan atas diri sendiri tapi bersifat membujuk pada atau secara psikologi pengalaman adalah sesuatu hal yang terjadi tanpa unsur kesengajaan. (Schmitt, 1999).</p>	<p><i>Sensory experience</i></p> <p>Sesuatu yang dapat dirasakan oleh 5 panca indra manusia.</p>	Tingkat pengalaman pengunjung mengenai keindahan alam sekitar Kasepuhan Ciptagelar.	Ordinal	1,2
		Tingkat pengalaman pengunjung mengenai makanan khas yang disediakan di Kasepuhan Ciptagelar.	Ordinal	3
		Tingkat pengalaman pengunjung mengenai budaya, tarian dan kesenian tradisional di Kasepuhan Ciptagelar.	Ordinal	4,5,6
		Tingkat pengalaman pengunjung mengenai kenyamanan aroma/wewangian di sekitar.	Ordinal	7
		Tingkat pengalaman pengunjung mengenai ciri khas alat musik dan musik tradisional yang disuguhkan di Kasepuhan Ciptagelar.	Ordinal	8
	<p><i>Emotional experience</i></p> <p>Merupakan suasana hati dan</p>	Rasa senang ketika berada di Kasepuhan Ciptagelar.	Ordinal	9
		Rasa aman ketika melakukan aktivitas di Kasepuhan Ciptagelar.	Ordinal	10

	emosi, dapat menghasilkan pengalaman yang efektif dan tingkatan suasana hati.	Rasa nyaman ketika menggunakan fasilitas yang ada di Kasepuhan Ciptagelar.	Ordinal	11
		Tingkat pengalaman khusus dan berkesan mengenai kegiatan berwisata di Kasepuhan Ciptagelar.	Ordinal	12
		Pengalaman pengunjung mengenai keramahan Masyarakat sekitar Kasepuhan Ciptagelar.	Ordinal	13
		Pengalaman pengunjung mengenai sopan santun Masyarakat sekitar Kasepuhan Ciptagelar.	Ordinal	14
	<i>Social experience</i>	Masyarakat sekitar yang interaktif kepada wisatawan.	Ordinal	15
		Merupakan hubungan dengan orang lain, masyarakat dan diciptakan dari setiap individu.	Ordinal	16
<p><i>Revisit intention (Y)</i></p> <p>Evaluasi yang dilakukan mengenai pengalaman perjalanan atau nilai yang dirasakan dan kepuasan pengunjung secara keseluruhan mempengaruhi perilaku masa depan dalam pertimbangan keinginan untuk kembali ke tujuan yang sama dan kesediaannya untuk merekomendasikan</p>	<i>The willingness to revisit</i>	Tingkat keinginan untuk berkunjung kembali ke Kasepuhan Ciptagelar di masa yang akan datang.	Ordinal	17
	<i>Recommend it to others</i>	Tingkat keinginan untuk merekomendasikan Kasepuhan Ciptagelar kepada orang lain.	Ordinal	18

hal ini kepada orang lain. (Som et al, 2012)				
--	--	--	--	--

Sumber : Hasil pengolahan penulis, 2022.

3.6 Jenis dan Sumber Data

Menurut Sugiyono (2012) berdasarkan sumbernya data dibedakan menjadi dua yaitu:

a. Data Primer

Data primer adalah data-data yang diperoleh secara langsung dalam kegiatan penelitian lapangan. Data primer dapat berbentuk isian kuesioner atau langsung dari responden berdasarkan masalah yang sedang dikaji. Data primer dalam penelitian ini dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner secara online kepada wisatawan yang pernah berkunjung Kasepuhan Ciptagelar.

b. Data Sekunder

Sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data ini diperoleh dari data yang sudah tersedia seperti artikel jurnal, buku, website, dan data penelitian sebelumnya. Data sekunder merupakan pendukung dari data primer.

3.7 Teknik Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2012), Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling utama dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, maka peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar data yang diterapkan. Teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Kuesioner/Angket

Menurut sugiyono (2012) kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Menurut Hasan (2002), angket adalah teknik pengumpulan data dengan menyerahkan atau mengirimkan daftar pertanyaan untuk diisi oleh responden.

Bentuk angket yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner tertutup. Menurut Hasan (2002) angket tertutup merupakan

angket pertanyaan yang pertanyaan atau pernyataannya tidak memberikan kebebasan kepada responden untuk memberikan jawaban dan pendapatnya sesuai dengan keinginan mereka.

Angket yang dibagikan berupa angket digital pada aplikasi *Google Form*. Angket disebarakan melalui beragam sosial media seperti *Instagram*, *Facebook* dan *WhatsApp*. Dalam pengukurannya angket menggunakan pengukuran dengan *Skala Likert*. Menurut Sugiyono (2012), pengukuran menggunakan *Skala Likert*, digunakan untuk mengukur sikap, pendapatan dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Berikut adalah gambaran tolak ukur *Skala Likert* :

Tabel 3.2
Skala Likert

Skala Tingkat Kepentingan	Skor	Skala Tingkat Kepuasan
Sangat Penting	5	Sangat Puas
Penting	4	Puas
Cukup	3	Cukup
Tidak Penting	2	Tidak Puas
Sangat Tidak Penting	1	Sangat Tidak Puas

Sumber : Hasil pengolahan penulis, 2022.

b. Studi Literatur

Mencari dan mengumpulkan data-data baik *softcopy* maupun *hardcopy* yaitu seperti; jurnal, internet, literatur maupun bacaan yang berkaitan dengan topik penelitian.

3.8 Pengujian Validitas dan Reliabilitas

3.8.1 Uji Validitas

Validitas berasal dari kata *validity* yang mempunyai arti sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsi ukurannya (Azwar, 1986). Sedangkan menurut Sugiarto dan Sitinjak (2006), validitas berhubungan dengan suatu peubah mengukur apa yang seharusnya diukur. Validitas dalam penelitian menyatakan derajat ketepatan alat ukur penelitian terhadap isi sebenarnya yang diukur. Uji validitas adalah uji yang digunakan untuk menunjukkan sejauh mana alat ukur yang digunakan dalam suatu mengukur apa yang diukur. Ghazali (2009) menyatakan bahwa uji validitas digunakan untuk mengukur sah, atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan

valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut.

Dalam pengujian validitas terhadap kuesioner, dibedakan menjadi 2, yaitu validitas faktor dan validitas item. Validitas faktor diukur bila item yang disusun menggunakan lebih dari satu faktor (antara faktor satu dengan yang lain ada kesamaan). Pengukuran validitas faktor ini dengan cara mengkorelasikan antara skor faktor (penjumlahan item dalam satu faktor) dengan skor total faktor (total keseluruhan faktor).

Validitas item ditunjukkan dengan adanya korelasi atau dukungan terhadap item total (skor total), perhitungan dilakukan dengan cara mengkorelasikan antara skor item dengan skor total item. Bila kita menggunakan lebih dari satu faktor berarti pengujian validitas item dengan cara mengkorelasikan antara skor item dengan skor faktor, kemudian dilanjutkan mengkorelasikan antara skor item dengan skor total faktor (penjumlahan dari beberapa faktor).

Dari hasil perhitungan korelasi didapat suatu koefisien korelasi yang digunakan untuk mengukur tingkat validitas suatu item dan untuk menentukan apakah suatu item layak digunakan atau tidak. Dalam penentuan layak atau tidaknya suatu item yang digunakan, biasanya dilakukan uji signifikansi koefisien korelasi pada taraf signifikansi 0,05, artinya suatu item dianggap valid jika berkorelasi signifikan terhadap skor total.

Untuk melakukan uji validitas ini menggunakan program SPSS. Teknik pengujian yang sering digunakan para peneliti untuk uji validitas adalah menggunakan korelasi *Bivariate Pearson* (Produk Momen Pearson). Analisis ini dengan cara mengkorelasikan masing-masing skor item dengan skor total. Skor total adalah penjumlahan dari keseluruhan item. Item-item pertanyaan yang berkorelasi signifikan dengan skor total menunjukkan item-item tersebut mampu memberikan dukungan dalam mengungkap apa yang ingin diungkap Valid. Jika $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ (uji 2 sisi dengan sig. 0,05) maka instrumen atau item-item pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan valid).

Menurut Sugiyono (2015) penilaian validitas memiliki taraf signifikansi jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka dapat dikatakan item yang diteliti dalam instrumen tersebut valid. Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka item yang diteliti dikatakan tidak valid.

Berdasarkan jumlah angket yang diuji sebanyak 30 responden dengan tingkat signifikansi 5% atau 0,05 dan mengacu pada rumus $df = n - 2$, $df = 30 - 2 = 28$, maka didapat nilai r tabel sebesar 0,361.

Berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan SPSS 26 diperoleh hasil uji validitas dari item pernyataan yang diteliti. Berikut hasil uji validitas dapat dilihat pada tabel 3.3 berikut:

Tabel 3.3

Hasil Pengujian Validitas Customer Experience dan Revisit Intention

No.	Pernyataan	rhitung	rtabel	Keterangan
<i>Customer experience (X)</i>				
<i>Sensory Experience</i>				
1.	Saya menikmati keindahan alam sekitar Kasepuhan Ciptagelar	0,753	0,361	Valid
2.	Saya menikmati keunikan bangunan di Kasepuhan Ciptagelar	0,699	0,361	Valid
3.	Saya merasa senang ketika mencicipi makanan khas yang disuguhkan di Kasepuhan Ciptagelar	0,669	0,361	Valid
4.	Saya mendapatkan pengalaman baru mengenai kesenian tradisional di Kasepuhan Ciptagelar.	0,406	0,361	Valid
5.	Saya mendapatkan pengalaman baru mengenai budaya di Kasepuhan Ciptagelar.	0,639	0,361	Valid
6.	Saya merasa senang ketika berpartisipasi pada event yang diselenggarakan di Kasepuhan Ciptagelar	0,617	0,361	Valid
7.	Saya merasa nyaman ketika mencium aroma/wewangian di Kasepuhan Ciptagelar	0,815	0,361	Valid
8.	Saya merasa senang ketika mendengarkan musik tradisional yang dimainkan di Kasepuhan Ciptagelar	0,578	0,361	Valid
<i>Emotional Experience</i>				
9.	Saya merasa senang ketika berwisata di Kasepuhan Ciptagelar	0,789	0,361	Valid
10.	Saya merasa aman ketika berwisata di Kasepuhan Ciptagelar	0,799	0,361	Valid
11.	Saya merasa nyaman ketika menggunakan fasilitas yang ada di Kasepuhan Ciptagelar	0,653	0,361	Valid
12.	Saya mendapatkan pengalaman berkesan saat berwisata di Kasepuhan Ciptagelar	0,777	0,361	Valid
13.	Masyarakat Kasepuhan Ciptagelar bersikap ramah saat Saya berkunjung	0,756	0,361	Valid
14.	Masyarakat Kasepuhan Ciptagelar berperilaku sopan santun saat Saya berkunjung	0,753	0,361	Valid
<i>Social Experience</i>				
15.	Masyarakat sekitar Kasepuhan interaktif kepada wisatawan	0,571	0,361	Valid

16.	Aktivitas yang dilakukan di Kasepuhan Ciptagelar memberikan kesempatan untuk berinteraksi satu dengan lainnya	0,717	0,361	Valid
Revisit intention (Y)				
17.	Saya ingin berkunjung kembali ke Kasepuhan Ciptagelar di masa yang akan datang	0,860	0,361	Valid
18.	Saya ingin merekomendasikan Kasepuhan Ciptagelar kepada orang lain (Keluarga, kerabat atau teman)	0,914	0,361	Valid

Sumber : Hasil pengolahan data, 2022

Berdasarkan tabel 3.3 hasil pengujian validitas variabel *customer experience* dan *revisit intention* dikatakan valid jika nilai *rhitung* yang diperoleh > 0.361. Variabel *customer experience* dengan jumlah item instrumen sebanyak 16 butir memperoleh nilai *rhitung* lebih besar dari nilai *rtabel*, maka keseluruhan item instrumen dari variabel *customer experience* dikatakan sah/valid. Kemudian variabel *revisit intention* dengan jumlah instrumen sebanyak 2 butir memperoleh nilai *rhitung* lebih besar dari nilai *rtabel*, maka seluruh item instrumen dari variabel *revisit intention* dikatakan sah/valid.

3.8.2 Uji Reliabilitas

Sugiarto dan Sitinjak (2006) menyatakan bahwa reliabilitas menunjuk pada suatu pengertian bahwa instrumen yang digunakan dalam penelitian untuk memperoleh informasi yang digunakan dapat dipercaya sebagai alat pengumpulan data dan mampu mengungkap informasi yang sebenarnya dilapangan. Ghazali (2009) menyatakan bahwa reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari peubah atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Reliabilitas suatu tes merujuk pada derajat stabilitas, konsistensi, daya prediksi, dan akurasi. Pengukuran yang memiliki reliabilitas yang tinggi adalah pengukuran yang dapat menghasilkan data yang reliabel.

Uji reliabilitas instrumen dalam penelitian ini dilakukan dengan pengukuran koefisien *Cronbach's Alpha*. *Cronbach's Alpha* merupakan koefisien yang menunjukkan seberapa baik poin dalam suatu instrumen berkorelasi secara positif antara satu dengan yang lainnya. Sementara kriteria yang digunakan untuk mengetahui reliabilitas instrumen yaitu apabila reliabilitas kurang dari 0,60 maka dianggap buruk, reliabilitas dengan kisaran 0,70 dapat diterima, dan reliabilitas

lebih dari 0,80 maka dianggap baik (Sekaran & Bougie, 2017). *Statistic program of social science* (SPSS) versi 26 digunakan sebagai alat bantu untuk mengukur validitas dan reliabilitas instrumen.

Berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan SPSS 26 diperoleh hasil uji reliabilitas dari item pernyataan yang diteliti. Berikut hasil uji reliabilitas dapat dilihat pada tabel 3.4 berikut:

Tabel 3.4

Hasil Pengujian Reliabilitas Customer Experience Dan Revisit Intention

No.	Variabel	$C\sigma$ <i>hitung</i>	$C\sigma$ <i>minimal</i>	Keterangan
1	<i>Customer experience (X)</i>	0,922	0,700	Reliabel
2	<i>Revisit intention (Y)</i>	0,722	0,700	Reliabel

Sumber : Hasil pengolahan data, 2022

Berdasarkan tabel 3.4 data hasil pengujian reliabilitas menunjukkan bahwa *customer experience (X)* dan *revisit intention (Y)* reliabel karena nilai *cronbach alpha* > 0.70 . hasil uji reliabilitas pada variabel *customer experience* memperoleh nilai 0.922 sedangkan *revisit intention* memperoleh nilai sebesar 0.722.

3.9 Teknik Analisis Data

Pada penelitian ini menggunakan teknik analisis data deskriptif dan analisis verifikatif. Skala pengukuran yang digunakan yaitu menggunakan skala Likert. Menurut Sugiyono (2012) skala likert digunakan untuk mengukur sikap dan pendapat seseorang terkait suatu fenomena sosial. Dengan menggunakan skala likert, maka variabel yang diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian variabel variabel tersebut dijadikan acuan untuk menyusun item-item pernyataan. Sedangkan untuk mengkategorikan hasil perhitungan digunakan penafsiran yang diambil dari 0% sampai 100% melalui alat bantuan statistik untuk mengolah data. Alat penelitian yang digunakan pada penelitian ini menggunakan angket/kuesioner. Kuesioner disusun oleh penulis berdasarkan variabel yang terdapat pada penelitian, yaitu keterangan dari data mengenai *customer experience (X)* dan *revisit intention (Y)* ke Kasepuhan Ciptagelar.

3.9.1 Analisis Data Deskriptif

Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif untuk dapat mendeskripsikan variabel-variabel dalam penelitian, antara lain sebagai berikut:

1. Analisis deskriptif tentang *customer experience* di Kasepuhan Ciptagelar yang terdiri dari 3 sub indikator yakni: *sensory experience*, *emotional experience* dan *social experience*.
2. Analisis deskriptif tentang *revisit intention* ke Kasepuhan Ciptagelar yang terdiri dari dua indikator yaitu: keinginan untuk mengunjungi destinasi ini kembali di masa mendatang dan keinginan untuk merekomendasikan kepada keluarga atau teman.

Alat yang digunakan untuk analisis deskriptif dalam penelitian ini menggunakan penafsiran dari Ali (1985), kategori hasil hitungan digunakan penafsiran dengan kriteria sebagai berikut.

Tabel 3.5

Kriteria Penafsiran Hasil Perhitungan Responden

No.	Kriteria Penafsiran	Keterangan
1	0%	Tidak Seorangpun
2	1%-25%	Sebagian Kecil
3	26%-49%	Hampir Setengahnya
4	50%	Setengahnya
5	51%-75%	Sebagian Besar
6	76%-99%	Hampir Seluruhnya
7	100%	Seluruhnya

Sumber : Ali (1985)

3.9.2 Analisis Data Verifikatif

Analisis data verifikatif dapat dilakukan apabila seluruh data telah terkumpul. Analisis data verifikatif digunakan untuk uji statistik dan menitikberatkan pada pengungkapan perilaku variabel penelitian. Kegiatan analisis data verifikatif melalui beberapa tahap sebagai berikut:

1. Menyusun Data
2. Seleksi data, yang ditujukan untuk mengecek kelengkapan identitas responden, kelengkapan isian data yang sesuai dengan tujuan penelitian.
3. Tabulasi Data
 - a. Memberi skor pada tiap item
 - b. Menjumlahkan skor tiap item
 - c. Menyusun ranking pada tiap item
 - d. Menyusun ranking skor pada setiap variabel penelitian
4. Menganalisis Data

Proses pengolahan data menggunakan rumus-rumus statistik, menginterpretasi data agar diperoleh suatu kesimpulan.

5. Pengujian Data

Proses pengujian data pada penelitian ini menggunakan metode verifikatif, dengan dilakukan analisis regresi linier sederhana.

Data dalam penelitian ini merupakan data ordinal. Dimana data ordinal tersebut diubah menjadi skala interval dengan Method Of Success Interval (MSI). Adapun langkah-langkahnya menurut Sugiyono (2012) sebagai berikut:

1. Menghitung frekuensi setiap pilihan jawaban, berdasarkan hasil jawaban tamu pada setiap pertanyaan.
2. Berdasarkan frekuensi yang diperoleh untuk setiap pertanyaan, dilakukan perhitungan proporsi (p) setiap pilihan jawaban dengan cara membagi frekuensi (f) dengan jumlah wisatawan.
3. Berdasarkan proporsi tersebut untuk setiap pertanyaan, dilakukan perhitungan kumulatif untuk setiap pilihan jawaban.
4. Menentukan nilai interval rata-rata untuk setiap pilihan jawaban dengan menggunakan persamaan berikut:

$$\text{Scale Value} = \frac{\text{Density at Lower Limit} - (\text{Density Upper Limit})}{\text{Area Below Upper Limit} - (\text{Area Below Lower Limit})}$$

5. Menghitung setiap nilai transformasi setiap pilihan jawaban melalui persamaan berikut:

$$\text{Nilai hasil transformasi} \div \text{skor} = \text{scale value minimum} + 1$$

6. Membuat garis kontinum dengan cara data yang telah berbentuk skala interval kemudian ditentukan pasangan data variabel independen dan variabel dependen serta ditentukan pasangan yang berlaku untuk pasangan-pasangan tersebut.
7. Data ordinal diubah menjadi skoring yang selanjutnya nanti digambarkan pada tabel distribusi frekuensi untuk di analisis datanya. Lalu ditempatkan ke dalam interval. Dan berikut adalah rumus untuk mencari nilai jenjang interval:

$$\text{Nilai Jenjang Interval (NJI)} = \frac{\text{Nilai Tertinggi} - \text{Nilai terendah}}{\text{Jumlah Kriteria Pernyataan}}$$

Dari hasil tersebut telah ditentukan kategori atau tingkatan nilai sangat rendah, rendah, cukup, tinggi atau sangat tinggi dari setiap variabelnya.

Sangat rendah	Rendah	Cukup	Tinggi	Sangat Tinggi

Gambar 3.1 Garis Kontinum

3.9.3 Uji Asumsi Klasik

3.9.3.1 Uji Normalitas

Menurut Sekaran & Bougie (2017), uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah tiap variabel dalam penelitian berdistribusi normal atau tidak. Uji kolmogorov smirnov adalah teknik yang digunakan untuk menguji normalitas dengan melihat angka signifikansinya. Dengan kriteria pengujian normalitas yaitu:

1. Jika nilai probabilitas $> 0,05$ maka dinyatakan data berdistribusi normal.
2. Jika nilai probabilitas $< 0,05$ maka dinyatakan data berdistribusi tidak normal

3.9.3.2 Uji Linearitas

Asumsi linieritas menyatakan bahwa untuk setiap persamaan regresi linear, Santosa dan Ashari (2005) menyatakan bahwa hubungan antara variabel independen dan variabel dependen harus saling linear. Dasar pengambilan keputusan dalam uji linearitas adalah :

- a) Jika nilai probabilitas $< 0,05$, maka hubungan antara variabel X dengan Y adalah linear.
- b) Jika nilai probabilitas $> 0,05$, maka hubungan antara variabel X dengan Y tidak Linear.

3.9.3.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan yang lain, jika varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap disebut homoskedastisitas, untuk menguji ada tidaknya heteroskedastisitas dilakukan dengan cara mengkorelasikan setiap variabel bebas dengan nilai mutlak residualnya.

Menurut Ghozali (2013) model regresi yang baik adalah homoskedastisitas atau tidak terjadi heterokedastisitas. Tujuan pengujian Heteroskedastisitas ini adalah untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas.

3.9.4 Analisis Regresi Linear Sederhana

Analisis regresi biasanya dilakukan apabila hubungan yang terdapat pada dua variabel merupakan hubungan kausal atau fungsional. Untuk menentukan kedua variabel memiliki hubungan kausal atau tidak, perlu didasarkan pada teori dan konsep-konsep tentang variabel tersebut. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi sederhana yaitu didasarkan pada hubungan fungsional atau kausal satu variabel independen dengan satu variabel dependen (Sugiyono, 2012). Regresi linear sederhana yaitu untuk mengetahui pengaruh antara variabel *customer experience* (X) dengan variabel *revisit intention* (y). berdasarkan data tersebut peneliti harus melakukan persamaan regresi sederhana melalui perhitungan sebagai berikut :

$$Y = a + bX$$

Keterangan :

Y = *Revisit Intention*

a = konstanta

b = koefisien regresi, yang menunjukkan angka peningkatan ataupun penurunan variabel terikat yang didasarkan pada variabel bebas. Bila b (+) maka terjadi kenaikan, bila b (-) maka terjadi penurunan.

X = *Customer Experience*

3.9.5 Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi menyatakan besar kecilnya nilai variabel X terhadap Y. Koefisien determinasi merupakan kuadrat dari koefisien korelasi (r^2). Rumus koefisien determinasi adalah sebagai berikut:

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

Keterangan :

KD = Nilai Koefisien determinasi

r = Nilai Koefisien Korelasi

Dimana apabila :

KD = 0, Berarti pengaruh variabel x terhadap variabel y, lemah.

KD = 1, Berarti pengaruh variabel x terhadap variabel y, kuat.

Adapun tabel tentang pedoman koefisien determinasi yang dapat dilihat pada tabel 3. dibawah ini :

Tabel 3.6 Pedoman Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Klasifikasi
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)

3.9.6 Uji Hipotesis

Langkah terakhir dalam menguji suatu data adalah dengan menguji hipotesis dengan tujuan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan yang cukup jelas dan dapat dipercaya antara variabel bebas dengan variabel terikat yang pada akhirnya diambil kesimpulan H_0 ditolak atau H_a diterima dari hipotesis yang telah dirumuskan. Konsep hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

Rumus yang digunakan untuk melakukan pengujian hipotesis secara parsial dengan uji t adalah sebagai berikut:

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

Keterangan:

r = nilai korelasi

r^2 = besarnya pengaruh

n = jumlah sampel

Kemudian terdapat dasar pengambilan keputusan terhadap pengujian hipotesis secara parsial ini, yaitu sebagai berikut:

Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya *customer experience* (X) berpengaruh terhadap *revisit intention* (Y).

Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya *customer experience* (X) tidak berpengaruh terhadap *revisit intention* (Y).

$H_0 = 0$, Customer experience tidak berpengaruh terhadap *revisit intention*.

$H_a \neq 0$, *Customer experience* berpengaruh terhadap *revisit intention*.