

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian dilakukan di Taman Rekreasi Sengkaling UMM, karena Penambahan wahana bermain dan beberapa spot menjadi nilai plus daya tarik wisata Taman Rekreasi Sengkaling untuk menambah pengalaman baru pengunjung. Pengunjung melakukan kunjungan ulang ke Taman Rekreasi Sengkaling UMM untuk merasakan kembali momen-momen berharga, mengulang pengalaman luar biasa, dan menyimpan kenangan tak terlupakan. Taman Rekreasi Sengkaling UMM beralamat di Jl. Raya Mulyoagung No.188 Mulyoagung Dau Sengkaling Jetis, Jetis, Mulyoagung, Kec. Dau, Kabupaten Malang, Jawa Timur 65153

3.2 Jenis Penelitian

Penelitian ini mengadopsi pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian eksplanasi, yang bertujuan untuk menguji hubungan antara variabel. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk mengetahui apakah variabel tertentu dipengaruhi oleh variabel lainnya (Mulyadi, 2011). Desain eksplanasi (*explanatory research*) ini ditunjukkan untuk menjelaskan hubungan antara variabel Daya Tarik, Pengalaman Wisata dan Loyalitas Pengunjung.

3.3 Populasi, Sampel, Sampling

3.3.1 Populasi

Sugiyono (2019) menjelaskan bahwa populasi adalah suatu wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditentukan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian diambil kesimpulannya.

Objek : Taman Rekreasi Sengkaling UMM

Subjek : Pengunjung yang melakukan kegiatan wisata Pada Taman Rekreasi Sengkaling pada bulan Januari 2024 – Februari 2024

Kriteria : Pengunjung yang sedang melakukan kunjungan wisata, pengunjung yang melakukan kegiatan wisata dengan inisiatif sendiri, tidak ikut dalam rombongan tertentu serta sedang berkunjung pada hari Sabtu dan Minggu pada Desember 2023 – Januari 2024

Kuantitas : Tidak diketahui dengan pasti karena tidak tahu pasti pengunjung yang melakukan kunjungan wisata.

3.3.2 Sampel

Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *nonprobability sampling* dengan teknik *accidental sampling*. Teknik *nonprobability sampling* umumnya digunakan ketika populasi tidak diketahui. *Accidental Sampling* adalah teknik pengambilan sampel secara acak dimana siapa saja yang kebetulan bertemu dengan peneliti di Taman Rekreasi Sengkaling UMM dapat digunakan sebagai perwakilan sampel, jika orang yang ditemui dianggap cocok sebagai sumber data (Sugiyono,2019). Dengan karakteristik yang telah ditentukan yaitu Pengunjung yang sedang melakukan kunjungan wisata, pengunjung yang melakukan kegiatan wisata dengan inisiatif sendiri, tidak ikut dalam rombongan tertentu serta sedang berkunjung pada hari Sabtu dan Minggu.

Penentuan sampel menggunakan pedoman ukuran sampel berdasarkan rumus (Lemeshow et al., 1990)

$$n = \frac{Z^2 \cdot p(1-p)}{d^2}$$

Keterangan :

n = jumlah sampel

z = Skor z pada kepercayaan 95% = 1,96

p = maksimal estimasi = 0,9

d = tingkat kesalahan = 5%

Dari rumusan tersebut diatas maka penentuan jumlah sampel dengan menggunakan rumus Lemeshow dengan maksimal 80% dan tingkat kesalahan 5%.

$$\begin{aligned}
 n &= \frac{1,96^2 \cdot 0,9 (1-0,9)}{0,05^2} \\
 &= \frac{3,8416 \cdot 0,09}{0,05^2} \\
 &= \frac{0,345744}{0,0025} \\
 &= 138,29
 \end{aligned}$$

Dengan menggunakan rumus Lemeshow di atas, maka nilai sampel (n) yang didapat sebesar 138,29 dan dlebihkan sebesar 40% untuk data yang hilang atau tidak lengkap sehingga sampel responden yang digunakan sejumlah 230 responden. Responden didapatkan dari pengunjung yang sesuai dengan kriteria penelitian.

3.4 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

3.4.1 Variabel Independen (Bebas)

Variabel independent yang digunakan dalam penelitian ini adalah daya tarik destinasi.

Tabel 3.1 Dimensi dan Indikator Daya Tarik Destinasi

Definisi Operasional	Dimensi	Indikator	
Daya tarik merupakan kualitas atau karakteristik yang membedakan sesuatu dari yang lain dan membuatnya menarik bagi pengunjung.	Daya tarik Destinasi	1. Daya Tarik keindahan alami, seperti Sungai di tengah Taman Rekreasi Sengkaling UMM, batuan alami dan pepohonan	2. Pesona tirta, kesegaran air kolam dari sumber alami menjadi daya tarik destinasi Taman Rekreasi Sengkaling UMM

Definisi Operasional	Dimensi	Indikator	
Sumber : Cooper (1995)		menjadi daya tarik destinasi	
		3. Landscap dan tapak yang berkontur menjadi daya tarik tersendiri Taman Rekreasi Sengkaling UMM	
	Aksesibilitas	1. Taman Rekreasi Sengkaling UMM memiliki akses jalan yang mudah	2. Ketersediaan sarana transportasi di Taman Rekreasi Sengkaling mudah ditemui
		3. Rambu-rambu petunjuk destinasi Taman Rekreasi Sengkaling UMM mudah dibaca dan dipahami oleh pengunjung	
Fasilitas	1. Wahana bermain sangat menyenangkan dan	2. Wahana air yang tidak dimiliki destinasi lain menjadi daya tarik destinasi Taman Rekreasi Sengkaling UMM	

Definisi Operasional	Dimensi	Indikator	
		menjadi daya tarik destinasi Taman Rekreasi Sengkaling UMM	
	Fasilitas Pendukung	3. Taman satwa dengan beragam hewan dan burung menjadi daya tarik destinasi Taman Rekreasi Sengkaling UMM	2. Spot selfie, beberapa area dihias dengan berbagai warna dan elemen-elemen sehingga menambah estetika dan daya tarik destinasi Taman Rekreasi Sengkaling UMM
		1. Taman Rekreasi Sengkaling UMM memiliki sarana tempat parkir yang luas 3. Akses internet wifi, Taman Rekreasi Sengkaling UMM menyediakan akses internet wifi untuk pengunjung agar terhubung dengan	4. Taman Rekreasi Sengkaling UMM menyediakan mushola yang bersih dan nyaman untuk tempat beribadah

Definisi Operasional	Dimensi	Indikator
		<p>layanan internet dikawasan Taman Rekreasi Sengkaling UMM</p> <p>5. Kamar mandi, Taman Rekreasi Sengkaling UMM menyediakan kamar mandi di berbagai area, guna mempermudah pengunjung menggunakan kamar mandi</p>

3.4.2 Variabel Intervening (Mediasi)

Variabel mediasi pada penelitian ini adalah pengalaman wisata .

Tabel 3.2 Dimensi dan Indikator Pengalaman Wisata

Definisi Operasional	Dimensi	Indikator
<p>Pengalaman wisata merupakan serangkaian kegiatan atau peristiwa yang dialami pengunjung selama kunjungan ke suatu destinasi. Setiap pengunjung</p>	<i>Sense</i> (Panca Indera)	<p>1.Melihat pemandangan indah seperti pepohonan, bunga, bebatuan menciptakan pengalaman menyenangkan.</p> <p>2.Alunan musik yang dimainkan di Taman Rekreasi Sengkaling UMM menambah suasana menyenangkan.</p> <p>3.Menghirup udara yang bersih dan sejuk akan merasa sejuk serta rileks.</p> <p>4.Menyentuh langsung patung, bunga, hewan menambah</p>

Definisi Operasional	Dimensi	Indikator
<p>memiliki pengalaman wisata yang unik tergantung pada minat, preferensi, dan tujuan perjalanan mereka.</p> <p>Sumber : Schmitt (1999)</p>		pengalaman menyenangkan. 5. Makanan dan minuman yang dijual di <i>FoodCourt</i> taman rekreasi cukup lengkap dan dapat dinikmati.
	<i>Feel (Perasaan)</i>	Taman Rekreasi Sengkaling UMM membantu saya merasakan perasaan yang baik seperti kepuasan saat melakukann kunjungan wisata
	<i>Think (Pikiran)</i>	Pada Taman Rekreasi Sengkaling UMM, saya dapat menemukan kenyamanan dan hal-hal yang layak untuk saya nikmati seperti keindahan alam, suasana, udara dan fasilitas
	<i>Act (Tindakan)</i>	Taman Rekreasi Sengkaling UMM memberikan pengalaman berbeda yang belum pernah saya rasakan sebelumnya di destinasi lain
	<i>Relate (Sesuai)</i>	Taman Rekreasi Sengkaling UMM memiliki daya tarik destinasi, fasilitas, dan hal-hal yang layak untuk dijelajahi

3.4.3 Variabel Dependen (Terikat)

variabel terikat dalam penelitian ini adalah Loyalitas Pengunjung.

Tabel 3.3 Dimensi dan Indikator Loyalitas Pengunjung

Definisi Operasional	Dimensi	Indikator
Loyalitas pengunjung merujuk pada sejauh mana	Kognitif	1.Saya lebih suka Taman Rekreasi Sengkaling UMM 2.Saya berfikir Taman Rekreasi Sengkaling UMM

Definisi Operasional	Dimensi	Indikator
seseorang atau sekelompok orang tetap setia atau konsisten dalam mengunjungi suatu tempat. Sumber : (Oliver, 1999)		memiliki penawaran terbaik 3.Saya lebih menyukai Taman Rekreasi Sengkaling UMM daripada destinasi lain
	Afektif	1.Saya menyukai wahana di Taman Rekreasi Sengkaling UMM 2.Saya lebih suka Taman Rekreasi Sengkaling UMM, karena secara pribadi saya menyukainya. 3.Saya lebih terbiasa mengunjungi Taman Rekreasi Sengkaling UMM
	Konatif	1.Saya berniat untuk melakukan kunjungan ulang di masa depan ke Taman Rekreasi Sengkaling UMM 2.Saya berniat untuk mencoba layanan lain, seperti Sengkaling Food Festival, Kapal Garden Hotel, dan Gym dari Taman Rekreasi Sengkaling UMM
	Action	1.Saya merekomendasikan Taman Rekreasi Sengkaling UMM kepada orang lain 2.Saya mengatakan hal-hal positif tentang Taman Rekreasi Sengkaling UMM kepada orang lain 3.Saya menganggap bahwa Taman Rekreasi Sengkaling UMM menjadi pilihan utama saya untuk melakukan kunjungan ulang.

3.5 Pengembangan Instrumen Penelitian

Menurut Sugiyono (2015) instrument penelitian adalah alat yang dipergunakan untuk mengukur fenomena alam atau sosial yang diamati. Dalam penelitian ini, instrument yang digunakan berbentuk kusioner, yang bertujuan untuk memperoleh data yang akurat dengan menggunakan Skala Likert. Skala

Likert merupakan metode psikometrik yang sering digunakan dalam angket dan merupakan skala yang paling umum digunakan dalam survei. Skala likert digunakan untuk menilai sikap, pendapat, dan persepsi seseorang terhadap fenomena sosial. Terdiri dari serangkaian pernyataan yang akan dijawab oleh responden dengan menyetakan tingkat persetujuan atau ketidaksetujuan terhadap setiap pernyataan. Dalam penelitian ini, skor diberikan kepada responden menggunakan skala likert sebagai berikut :

Tabel 3.4 Skala Likert

Pernyataan	Skor
Sangat Tidak Setuju	1
Tidak Setuju	2
Ragu-ragu	3
Setuju	4
Sangat Setuju	5

3.6 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data

3.6.1 Sumber data

Sumber data primer merupakan data yang diperoleh dari pihak pertama yang memiliki data, umumnya menunjukkan keaslian informasi yang terkadang di dalam data tersebut namun tidak menutup kemungkinan data berkurang keasliannya ketika data telah diolah dan disajikan (Abdullah, 2015). Data primer pada penelitian ini dipakai untuk menguji hipotesis sekaligus menjawab pertanyaan penelitian, yaitu mengetahui apakah terdapat pengaruh daya tarik destinasi terhadap loyalitas pengunjung dengan pengalaman wisata sebagai mediasi.

3.6.2 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan teknik survey, dimana pengumpulan datanya menggunakan data primer yaitu dengan kusioner. Kusioner merupakan metode pengumpulan data primer menggunakan

sejumlah item pertanyaan atau pernyataan dengan format tertentu (Abdullah, 2015).

Kusioner yang diajukan untuk responden dalam penelitian ini merupakan pertanyaan tertutup. Peneliti memberikan sejumlah daftar pertanyaan yang berkaitan dengan permasalahan penelitian kepada responden. Responden hanya memilih alternatif jawaban yang tersedia pada kusioner tersebut.

Hasil dari kusioner dikelola dan dianalisa melakukan beberapa pengujian untuk mengetahui ketepatan serta keakuratan jawaban yang diberikan oleh responden.

3.7 Metode Analisi Data

3.7.1 Rentang Skala

Rentang skala adalah suatu alat yang digunakan oleh peneliti untuk mendeskripsikan dan mengukur persepsi pengunjung terhadap Daya Tarik Destinasi, Pengalaman Wisata dan Loyalitas Pengunjung terhadap Taman Rekreasi Sengkaling UMM.

Sedangkan untuk menentukan rentang skala rumus :

$$\begin{aligned} RS &= \frac{n(m-1)}{m} \\ &= \frac{230(5-1)}{5} \\ &= 184 \end{aligned}$$

Keterangan :

n : jumlah sampel

m : alternatif jawaban tiap item

Tabel 3.5 Rentang Skala

Rentang Skala	Variabel		
	Daya Tarik Destinasi	Pengalaman Wisata	Loyalitas Pengunjung
230-414	Sangat Tidak Menarik	Sangat Tidak Menyenangkan	Sangat Tidak Loyal
415-598	Tidak Menarik	Tidak Menyenangkan	Tidak Loyal
599-782	Cukup Menarik	Netral	Ragu-ragu
783-966	Menarik	Menyenangkan	Loyal
967-1.150	Sangat menarik	Sangat Menyenangkan	Sangat Loyal

3.7.2 Analisis Deskriptif

Statistik Deskriptif menurut Sugiyono (2015) merupakan *statistic* yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara menggambarkan atau mendeskripsikan data yang telah terkumpul. Adapun analisis statistika deskriptif ini memiliki tujuan untuk memberikan gambaran (deskripsi) mengenai suatu data agar data yang tersaji menjadi mudah dipahami dan informasi bagi pembacanya.

3.7.3 Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas dan Reliabilitas dilakukan untuk menguji kusioner layak untuk digunakan sebagai instrument penelitian

a. Uji Validitas

Validitas merujuk pada akurasi atau ketepatan suatu instrument dalam melakukan pengukuran. Validitas diuji dengan membandingkan korelasi antara hasil pengukuran dengan standar yang telah ditetapkan. Kriteria pengujiannya yaitu apabila $r \text{ hitung} \leq r \text{ tabel}$ maka tidak terdapat data yang valid sedangkan apabila $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$ atau nilai $\text{sig.} < 0,05$, maka pernyataan kusioner dinyatakan valid (Fraenkel et al., 2012). Nilai $r \text{ hitung}$ dapat diperoleh berdasarkan rumus berikut :

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

Keterangan :

r_{xy} = koefisien korelasi

n = banyaknya sampel (responden)

X = skor tiap butir pertanyaan

Y = skor butir total

Pengujian validitas ini dilakukan dengan menggunakan program SPSS 26

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan metode yang digunakan untuk mengevaluasi konsistensi suatu kusioner yang mencerminkan indikator dari variabel tertentu. Tujuan dari uji reliabilitas adalah untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran berulang terhadap fenomena yang sama menggunakan instrument pengukuran yang sama. Suatu kusioner dianggap reliabel jika respon dari responden terhadap pertanyaan-pertanyaan tersebut tetap konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Uji reliabilitas menggunakan Cronbach Alpha (α) Adamson & Prion (2013). Rumus yang digunakan sebagai berikut :

$$R_{11} = \frac{(n)}{n-1} \left(1 - \frac{\sum \sigma_t^2}{\sigma^2} \right)$$

Keterangan :

R_{11} = Reliabilitas Instrumen

n = jumlah item pernyataan

$\sum x^2$ = jumlah kuadrat nilai X

$\sum y^2$ = jumlah kuadrat nilai Y

$\sum \sigma_{12}$ = jumlah varian skor tiap item

σ_{12} = varian total

Dalam menentukan tingkat realibilitas dapat diterima apabila Cronbach's Alpha $>0,60$ maka dapat dianggap reliabel. Sedangkan Cronbach's Alpha $\leq 0,60$ maka dikatakan tidak reliabel.

3.7.4 Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah data dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. (Sugiyono, 2013) merekomendasikan menggunakan uji Kolomogorov-smirnov sebagai metode terbaik untuk menguji normalitas karena memiliki kelebihan yang dianggap signifikan dibandingkan metode lainnya.

Dalam pengujian tersebut digunakan uji Kolomogorov-Smirnov dengan kriteria pengujian sebagai berikut :

- a. Jika p-value $\geq 0,05$ maka data berdistribusi normal
- b. Jika p-value $< 0,05$ maka data berdistribusi tidak normal

b. Uji Multikolinearitas

Menurut Ghozali (2018) uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas (independent). Untuk menguji ada tidaknya multikolonieritas dapat digunakan nilai tolerance atau variance inflation factor (VIF). Nilai tolerance yang rendah sama dengan nilai VIF tinggi (karena $VIF = 1/Tolerance$). Nilai cutoff yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinearitas adalah nilai Tolerance $\leq 0,10$ atau sama dengan nilai $VIF \geq 10$. Jika nilai tolerance $> 0,10$ atau nilai $VIF < 10$ maka hal tersebut menunjukkan tidak terjadi multikolinieritas.

$$VIF = \frac{1}{1 - R^2}$$

Dimana R^2 adalah koefisien determinasi yang diperoleh dengan meregresikan salah satu variabel X_i terhadap variabel bebas lainnya.

1. Nilai Tolerance $\leq 0,10$ dan VIF ≥ 10 , maka terdapat gejala multikolinieritas
2. Nilai tolerance $\geq 0,10$ dan VIF ≤ 10 , maka tidak terdapat gejala multikolinieritas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2018) uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terdapat perbedaan varian dari residual antar pengamatan. Jika varian residual antar pengamatan tetap, maka dikenal sebagai homoskedastisitas, sedangkan jika terdapat perbedaan disebut dengan heteroskedastisitas. Model regresi yang dianggap baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak mengalami heteroskedastisitas.

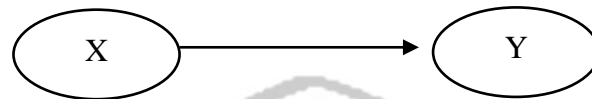
Untuk mendeteksi keberadaan heteroskedastisitas, dilakukan dengan melihat adanya pola khusus pada grafik scatterplot antar nilai prediksi variabel terikat atau dependen (ZPRED) dengan residual (SRESID). Dimana sumbu Y adalah nilai Y yang telah diprediksi, dan sumbu X adalah residual (Y yang diprediksi – Y yang sebenarnya) yang telah disesuaikan dengan standar deviasi sebagai berikut :

1. Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit) maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.
2. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar diatas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi Heteroskedastisitas.

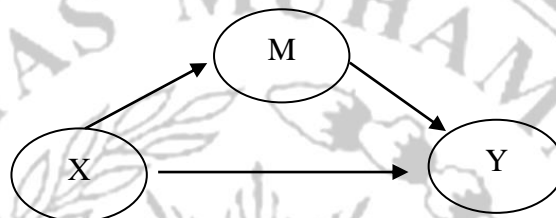
3.7.5 Mediation Regression Analysis

Variabel mediasi terletak diantara variabel independent dan dependen, membentuk suatu model kausal yang dikenal sebagai kausal step yang dikemukakan oleh Baron & Kenny (1986). Suatu hubungan dianggap sebagai hubungan mediasi ketika variabel tersebut berperan sebagai perantara dalam hubungan sebab-akibat antara variabel independent dan dependen, sehingga

variabel tersebut tidak secara langsung memengaruhi variabel dependen. Secara umum, pola hubungan antar variabel independent dan dependen tanpa adanya variabel mediasi dan sesudah adanya variabel mediasi sebagai berikut :



Pola Hubungan Sebelum Dimasukkan Variabel Mediasi



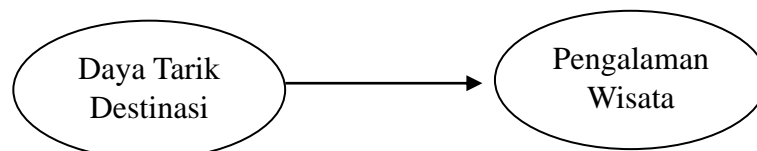
Pola Hubungan Ketika Melewati Variabel Mediasi

Analisis regresi dari variabel mediasi di uji berdasarkan metode kausal step. Langkah-langkah awal pengerjaan dalam menentukan Metode Kausal Step ialah :

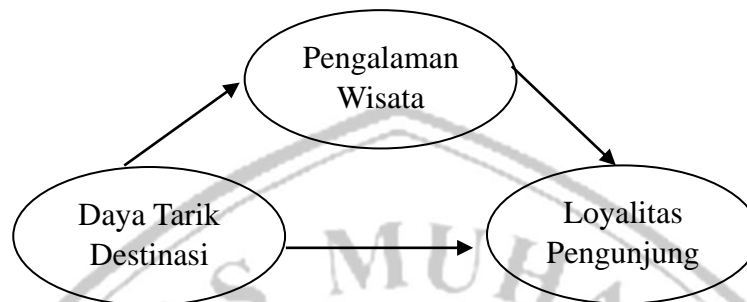
1. menentukan persamaan regresi variabel Daya Tarik Destinasi terhadap variabel Loyalitas Pengunjung



2. menentukan persamaan regresi variabel Daya Tarik Destinasi terhadap variabel Pengalaman Wisata



- menentukan persamaan regresi variabel Daya Tarik Destinasi terhadap variabel Loyalitas Pengunjung dengan memasukkan variabel Pengalaman Wisata



- membuat kesimpulan apakah variabel mediasi tersebut sebagai mediasi sempurna atau mediasi parsial

Langkah- langkah tersebut dalam bentuk persamaan sebagai berikut :

$$\text{Persamaan I} = \hat{Y} = \beta^0 + \beta^1 X \quad (3)$$

$$\text{Persamaan II} = M = \beta^0 + \beta^1 X \quad (4)$$

$$\text{Persamaan III} = \hat{Y} = \beta^0 + \beta^1 X + \beta^2 M \quad (5)$$

Pada pengujian variabel M dinyatakan sebagai variabel mediasi atau intervening jika mempengaruhi kriteria :

- jika pada persamaan I, Daya Tarik Destinasi berpengaruh terhadap Loyalitas Pengunjung
- jika pada persamaan II, Daya Tarik Destinasi berpengaruh terhadap Pengalaman Wisata
- jika pada persamaan III, Pengalaman Wisata berpengaruh terhadap Loyalitas Pengunjung

Kriteria pengujian (Suliyanto,2011) :

- variabel M disebut variabel mediasi sempurna (*perfect mediation*), jika setelah memasukkan variabel M pengaruh Variabel X terhadap Y yang tadinya signifikan (sebelum memasukkan variabel M) menjadi tidak

signifikan setelah memasukkan variabel M ke dalam model persamaan regresi

2. variabel M dinyatakan sebagai variabel mediasi parsial (*partial mediation*) jika setelah memasukkan variabel M, pengaruh variabel X terhadap Y yang tadinya signifikan (sebelum memasukkan variabel M) menjadi tetap signifikan setelah memasukkan variabel M kedalam model persamaan regresi.

3.8 Uji Hipotesis

a. Uji t

Untuk melihat variabel independent dan dependen memiliki pengaruh yang signifikan maka uji t dapat digunakan. Uji t akan dilakukan dengan membuat perbandingan nilai t hitung dengan nilai t tabel. Uji t ini berfungsi untuk mengetahui hipotesis 1 yaitu hubungan antara daya tarik destinasi terhadap loyalitas pengunjung, hipotesis 2 yaitu hubungan antara daya tarik destinasi terhadap pengalaman wisata, hipotesis 3 yaitu hubungan antara pengalaman wisata terhadap loyalitas pengunjung.

Berikut merupakan rumus dari perhitungan uji t :

$$t_{hitung} = \frac{b_i}{se}$$

Keterangan :

b_i : nilai estimasi parameter b_i

$se(b_i)$: standard error b_i

Dengan ketentuan hipotesis sebagai berikut :

Nilai $sig < 0,05$ maka hipotesis diterima

Nilai $sig > 0,05$ maka hipotesis ditolak

$T_{hitung} \geq t_{tabel}$ maka hipotesis diterima

T hitung < tabel maka hipotesis ditolak

Sobel Test

Pengujian hipotesis mediasi dapat dilakukan menggunakan prosedur yang diperkenalkan oleh Sobel (1982) yang dikenal sebagai uji Sobel (Sobel Test). Dalam penelitian ini terdapat variabel mediasi yaitu Pengalaman Wisata. Menurut Baron (1986), variabel dapat dianggap sebagai variabel mediasi jika variabel tersebut memiliki kemampuan untuk memengaruhi hubungan antara variabel independent dan dependen.

Uji sobel digunakan untuk menguji hipotesis keempat, yaitu hubungan antara daya tarik destinasi terhadap loyalitas pengunjung dengan pengalaman wisata sebagai mediasi. Pengaruh tidak langsung dari variabel X ke variabel Y melalui variabel M dengan koefisien jalur M. signifikansi pengaruh mediasi yang ditunjukkan oleh perkalian koefisien (ab) akan dievaluasi dengan menghitung koefisien standar error dari efek tidak langsung. Untuk menguji signifikansi dari efek tidak langsung, nilai t dapat dihitung dari koefisien ab menggunakan rumus sebagai berikut :

$$Z = \frac{ab}{\sqrt{b^2SEa^2 + a^2SEb^2}}$$

Keterangan :

a = koefisien regresi X-Z

b = koefisien regresi Z-Y

Sa = standard error X-Z

Sb = standard error Z-Y

Analisis regresi mediasi dengan metode product of coefficient dilakukan dengan menempuh Langkah sebagai berikut :

1. membuat persamaan regresi variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) dan dapatkan nilai koefisien regresi (a) dan standar error koefisien regresi (Sa).

2. Membuat persamaan regresi variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) dengan memasukkan variabel mediasi (M) dalam persamaan, dan dapatkan nilai koefisien (b) standar eror koefisien regresi (Sb).
3. Menghitung nilai standar eror ab dan diberi nama Sab
4. Menghitung nilai t hitung ab dengan Sab

