

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Desain Penelitian**

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Sekaran & Bougie (2013) menyebutkan metode kuantitatif karena data dalam bentuk kata-kata yang umumnya diperoleh melalui pertanyaan terstruktur. Metode analisis data yang digunakan adalah SEM PLS dengan eWOM dan Citra destinasi sebagai variabel *independen*, *customer experience* sebagai variabel mediasi, dan minat berkunjung kembali sebagai variabel *dependen*.

#### **3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian**

Penelitian ini tidak terdapat lokasi khusus penelitian dikarenakan penelitian ini tidak mengkhususkan domisili responden untuk suatu tempat tertentu. Namun, dapat dikatakan bahwa lokasi penelitian ini dilaksanakan di Indonesia karena responden yang didapat dalam penelitian ini merupakan pengunjung Jatim Park 3 di seluruh Indonesia. Penelitian ini dilakukan pada bulan Maret sampai April 2024.

#### **3.3 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel**

Variabel penelitian merupakan suatu atribut atau nilai nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan untuk dipelajari atau di tarik kesimpulannya. Variabel pada penelitian ini terdiri dari variabel bebas yaitu eWOM (X1) dan citra destinasi (X2), variabel terikat yaitu minat berkunjung kembali (Y), dan variabel mediasi yaitu *customer experience* (Z).

Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel

No.	Definisi Variabel	Indikator	Sumber
1.	<i>Electronic word of mouth</i> merupakan pernyataan atau informasi yang ada di internet tentang obyek wisata Jatim Park 3. (X1)	<p>1. <i>Intensity</i></p> <p>a. Frekuensi pengunjung melakukan penelusuran di internet untuk mendapatkan informasi.</p> <p>b. Frekuensi pengunjung mencari pendapat pengunjung lain di internet.</p> <p>2. <i>Content</i></p> <p>a. Informasi di sosial media tentang harga tiket Jatim Park 3</p> <p>b. Informasi di sosial media tentang fasilitas Jatim Park 3</p> <p>3. <i>Valence of opinions</i></p> <p>Komentar positif atau negatif pengunjung lain guna menambah referensi.</p>	(Goyette et al., 2010)
2.	Citra destinasi merupakan Citra dari obyek wisata Jatim Park 3 yang terkait dengan lingkungan, wahana, fasilitas yang secara langsung dapat memenuhi kebutuhan pengunjung Jatim Park 3. (X2)	<p>1. <i>Cognitive image</i></p> <p>a. Wahana Jatim Park 3</p> <p>b. Tema/desain visual Jatim Park 3</p> <p>2. <i>Unique image</i></p> <p>a. Hiburan/acara Jatim Park 3</p> <p>b. Teknologi modern Jatim Park 3</p> <p>3. <i>Affective image</i></p> <p>a. Kesan menyenangkan bagi pengunjung Jatim Park 3</p> <p>b. Daya tarik Jatim Park 3</p>	(Hailin et al., 2010)
3.	<i>Customer experience</i> merupakan pengalaman pengunjung secara internal dan subjektif sebagai dampak dari interaksi secara langsung maupun tidak langsung dengan pengelola wisata Jatim Park 3. (Z)	<p>1. <i>Sense</i></p> <p>Pemandangan indah di wisata Jatim Park 3</p> <p>2. <i>Feel</i></p> <p>Pengalaman berkesan yang berbeda</p> <p>3. <i>Think</i></p> <p>Pengunjung mendapatkan inspirasi saat berkunjung</p> <p>4. <i>Act</i></p> <p>Pelayanan petugas Jatim Park 3</p> <p>5. <i>Relate</i></p> <p>Suasana yang menyenangkan</p>	(Schmitt,1999)
4.	Minat berkunjung kembali adalah perilaku pengunjung dimana pengunjung	<p>1. <i>The willingness to revisit</i></p> <p>Minat berkunjung kembali ke Jatim Park 3 dimasa yang akan datang.</p> <p>2. <i>Recommend it to others</i></p> <p>a. Merekomendasikan Jatim Park 3 kepada</p>	(Som et al., 2012)

No.	Definisi Variabel	Indikator	Sumber
	merespon secara positif terhadap obyek wisata Jatim Park 3 yang pernah dikunjunginya sehingga mendorong untuk kunjungan selanjutnya. (Y)	teman atau kerabat b. Memberikan pendapat positif kepada teman atau kerabat	

### 3.4 Populasi, Sampel, dan Sampling

#### 3.4.1 Populasi

Populasi pada penelitian adalah seluruh elemen yang terbentuk peristiwa, hal, atau orang yang memiliki karakteristik serupa yang menarik peneliti untuk diteliti (Ferdinand, 2014). Populasi yang digunakan pada penelitian ini adalah wisatawan yang pernah mengunjungi objek wisata Jatim Park 3.

#### 3.4.2 Sampel

Sampel adalah sebagian dari populasi yang terdiri atas anggota yang dipilih dari populasi (Sekaran & Bougie, 2016). Penentuan ukuran sampel ini, penulis menggunakan Rumus Lemeshow. Rumus Lemeshow ini digunakan karena jumlah populasi yang tidak dapat diketahui secara pasti karena data perusahaan hanya dapat dilihat dari jumlah pengunjungnya, tidak dapat dilihat dari siapa dan darimana. Dengan perhitungan sebagai berikut:

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

Keterangan:

$n$  = jumlah sampel

$z$  = skor  $z$  pada kepercayaan 95% = 1,96

$p$  = maksimal estimasi = 0,8

$d$  = sampling error = 5%

sumber: Lemeshow et al., (1997)

Melalui rumus diatas, maka dapat dihitung jumlah sampel yang akan digunakan adalah sebagai berikut:

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

$$n = \frac{1,96^2 0,8(1 - 0,8)}{0,05^2}$$

$$n = \frac{0,614656}{0,0025}$$

$$n = 245,87$$

Maka diperoleh hasil jumlah sampel minimal yang dibutuhkan penelitian ini adalah 245,87 yang dibulatkan menjadi 250 responden.

### 3.4.3 Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Non Probability Sampling* yang berjenis *purposive sampling* yaitu teknik penentuan sampel yang dilakukan berdasarkan kriteria tertentu pada responden (Sekaran & Bougie, 2016). Berdasarkan jenis teknik pengambilan sampelnya, maka peneliti melakukan kategorisasi terdapat populasi pengunjung untuk dapat dijadikan sampel melalui kriteria berikut:

1. Responden merupakan pengunjung dari seluruh daerah di Indonesia yang pernah melakukan kunjungan ke wisata Jatim Park 3, Batu minimal 1 kali dalam setahun.
2. Responden pernah melakukan penelusuran informasi tentang Jatim Park 3 di Internet.

## 3.5 Instrumen Penelitian

### 3.5.1 Skala pengukuran variabel penelitian

Penelitian ini diukur menggunakan pertanyaan-pertanyaan yang terdapat dalam kuesioner dan diukur menggunakan skala likert dengan nilai 1 sampai 5. Dengan Skala Likert, maka variabel yang akan diukur dapat dijabarkan menjadi indikator variabel, kemudian indikator tersebut dijadikan untuk menyusun item instrument yang berupa pertanyaan. Adapun tingkat alternatif jawaban yang masing masingnya memiliki skor 1 sampai 5 dengan rincian sebagai berikut:

**Tabel 3. 2** Skor Skala

Skala	Skor
Sangat Tidak Setuju (STS)	1
Tidak Setuju (TS)	2
Netral (N)	3
Setuju (S)	4
Sangat Setuju (SS)	5

### 3.6 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data

#### 3.6.1 Sumber Data

Sumber data penelitian ini adalah data primer yang artinya adalah data yang didapat langsung dari responden oleh peneliti (Sekaran & Bougie, 2016). Sumber data penelitian ini diperoleh dari jawaban responden dalam pertanyaan-pertanyaan yang ada pada kuisioner.

#### 3.6.2 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan kuisioner melalui *google form* dengan serangkaian pertanyaan yang telah dirumuskan sebelumnya. Kuisioner adalah mekanisme pengumpulan data yang efisien ketika peneliti mengetahuinya persis apa yang dibutuhkan dan bagaimana mengukur variabel yang menarik (Sekaran & Bougie, 2016). Pertanyaan yang diberikan kepada responden meliputi eWOM, citra destinasi, melalui *customer experience* terhadap minat berkunjung kembali di objek wisata Jatim Park 3.

### 3.7 Metode Analisis Data

#### 3.7.1 Skor Rata-Rata

Cara menghitung skor rata-rata adalah dengan menjumlahkan seluruh hasil kali nilai masing-masing bobot dibagi dengan jumlah total frekuensi (Durianto, 2003). Rumus rata-rata adalah sebagai berikut:

$$x = \frac{(\sum fi . wi)}{\sum fi}$$

Dimana:

$x$  = rata-rata berbobot

$f_i$  = Frekuensi

$w_i$  = bobot

### 3.7.2 Rentang Skala

Perhitungan rentang skala rumus sebagai berikut:

$$R_S = \frac{R(\text{bobot})}{m} = \frac{4}{5} = 0,80$$

Dimana :

$R_S$  = Rentang Skala

$R(\text{bobot})$  = bobot terbesar – bobot terkecil

$m$  = banyaknya kategori bobot

Menentukan batas skala:

Bobot terendah = 1

Bobot tertinggi = 5

Rentang skala yang diperoleh berdasarkan perhitungan di atas adalah 0,80.

Oleh karena itu skala penilaian penelitian ini adalah sebagai berikut:

**Tabel 3. 3** Rentang Skala

Rentang Skala	<i>Electronic Word Of Mouth</i>	Citra Destinasi	<i>Customer Experience</i>	Minat Berkunjung Kembali
1,00 – 1,80	Sangat tidak informatif	Sangat tidak baik	Sangat tidak berkesan	Sangat tidak minat
1,81 – 2,61	Tidak informatif	Tidak baik	Tidak berkesan	Tidak minat
2,62 – 3,42	Netral	Netral	Netral	Netral
3,43 – 4,23	Informatif	Baik	Berkesan	Minat
4,24 – 5,04	Sangat informatif	Sangat baik	Sangat berkesan	Sangat minat

### 3.7.3 Analisis Structural Equation Modeling (SEM)

Metode pengelolaan data dalam penelitian ini adalah dengan persamaan permodelan *structural equation modeling* (SEM) dengan metode *partial least square* (PLS). Permodelan SEM merupakan pengembangan lebih lanjut dari *path analysis*, pada metode SEM hubungan kausalitas antar variabel eksogen dan variabel endogen dapat ditentukan secara lebih lengkap. SEM tidak hanya

hubungan kausalitas (langsung dan tidak langsung) pada variabel atau konstruk yang diamati bisa terdeteksi, tetapi juga komponen-komponen yang berkontribusi terhadap pembentukan konstruksi itu dapat ditentukan besarnya. Dengan demikian, hubungan kausalitas diantara variabel atau konstruk menjadi lebih informatif, lengkap, dan akurat.

### 3.7.4 Evaluasi Model Pengukuran (*Outer Model*)

*Outer model* sering disebut juga (*outer relation* atau *model measurement*) yang mendefinisikan bagaimana setiap blok indikator berhubungan dengan variabel latennya. Model pengukuran (*outer model*) digunakan untuk menilai validitas dan reabilitas model. Uji validitas dilakukan untuk mengetahui kemampuan instrument penelitian mengukur apa yang seharusnya diukur (Abdilah & Jogiyanto, 2009). Sedangkan uji realibilitas digunakan untuk mengukur konsistensi alat ukur dalam mengukur suatu konsep atau dapat juga digunakan untuk mengukur konsistensi responden dalam menjawab item pertanyaan dalam kuesioner atau instrument penelitian. Uji yang dilakukan pada *outer model*:

1. *Convergent Validity*. Nilai *convergent validity* adalah nilai *loading factor* pada variabel laten dengan indikator-indikator. Indikator dianggap valid jika memiliki nilai AVE diatas 0,5 atau memperlihatkan seluruh *outer loading* dimensi variabel memiliki nilai *loading factor* > 0.5 (Abdullah, 2015). Rumus AVE (*average varians extracted*) dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$AVE = \frac{\sum_i^n = 1\lambda_i}{n}$$

Keterangan:

AVE = rerata presentase skor varian

$\lambda$  = *standardlize loading factor*

*i* = jumlah indikator

2. *Discriminant Validity*. Nilai tersebut merupakan nilai *cross loading factor* yang berguna untuk mengetahui apakah suatu konstruk memiliki cukup diskriminan dengan cara membandingkan nilai *loading* pada konstruk yang

dimaksud. Metode discriminant validity adalah dengan menguji validitas discriminant dengan indikator refleksif yaitu dengan melihat nilai cross loading untuk setiap variabel harus  $>0,5$ . Cara lain yang dapat digunakan yaitu dengan membandingkan nilai *square root of average variance extracted* (AVE) setiap konstruk dengan korelasi antara konstruk lainnya dalam model, maka dikatakan memiliki nilai discriminant validity yang baik (Ghozali & Latan, 2015).

3. *Composite Reliability*. Uji reabilitas dapat dilihat dari nilai *composite reliability*. Yang artinya adalah nilai batas yang diterima untuk tingkat reabiliti komposisi adalah 0,7 (Abdullah, 2015). Dengan menggunakan *output* yang dihasilkan *SmartPLS* maka *composite reliability* dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$pc = \frac{(\sum \lambda)^2}{(\sum \lambda_i)^2 + \lambda_i \text{var}(\varepsilon_i)}$$

### 3.7.5 Evaluasi Model Struktural (*Inner Model*)

Inner model, yaitu spesifikasi hubungan antar variabel laten (*structural model*), disebut juga dengan inner relation, menggambarkan hubungan antar variabel laten berdasarkan teori substantif penelitian. Model struktural dievaluasi dengan menggunakan *R-square* untuk konstruk dependen, *Stone-Geisser Qsquare test* untuk *predictive relevance* dan uji t serta signifikansi dari koefisien parameter jalur struktural.

#### 1. R-Square ( $R^2$ )

Menilai struktural dimulai dengan melihat nilai *R-squares* untuk setiap nilai variabel *dependen* sebagai kekuatan prediksi dari model struktural. Perubahan nilai *R-squares* dapat digunakan untuk menjelaskan pengaruh variabel laten *independen* tertentu terhadap variabel laten *dependen* apakah memiliki pengaruh yang substantif. Nilai *R-squares* 0.75, 0.50 dan 0,25 dapat disimpulkan bahwa model kuat, moderat dan lemah (Ghozali & Latan, 2015). Hasil dari PLS *R-squares* merepresentasikan jumlah variance dari konstruk yang dijelaskan oleh model (Ghozali &

Latan, 2015). Semakin tinggi nilai  $R^2$  berarti semakin baik model prediksi dan model penelitian yang diajukan.

## 2. $Q^2$ Predictive Relevance

Evaluasi model PLS dapat juga dilakukan dengan  $Q^2$  *predictive relevance* atau *predictive sample reuse* untuk merepresentasi sintesis dari *cross-validation* dan fungsi *fitting* dengan prediksi dari *observed* variabel dan estimasi dari parameter konstruk.

Nilai  $Q^2 > 0$  menunjukkan bahwa model mempunyai *predictive relevance* nilai  $Q^2 < 0$  menunjukkan bahwa model kurang memiliki *predictive relevance* (Ghozali & Latan, 2015).  $Q^2$  mengukur seberapa baik nilai observasi dihasilkan oleh model dan juga estimasi parameternya.

### 3.7.6 Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan untuk mengetahui pengaruh atau hubungan antara variabel *independen* terhadap variabel *dependen*. Menurut Sekaran & Bougie (2016) pengujian hipotesis bertujuan untuk menguji apakah pertanyaan yang dibuat dari kerangka teoritis tetap benar ketika dihadapkan pada penyelidikan yang ketat. Tingkat signifikansi yang dipakai dalam penelitian ini adalah sebesar 5% nilai t-statistik yang digunakan adalah 1,96. Sehingga kriteria penerimaan atau penolakan hipotesis adalah  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak jika t-statistik  $> 1,96$ . Untuk menolak/menerima Hipotesis menggunakan probabilitas maka  $H_a$  diterima jika nilai  $p < 0,05$

### 3.7.7 Pengujian Efek Mediasi

Pada tahap ini akan dibahas analisis PLS-SEM dengan efek mediasi, yaitu hubungan antara konstruk eksogen dan endogen melalui variabel penghubung. Dengan kata lain, pengaruh variabel eksogen terhadap variabel endogen bisa secara langsung tetapi juga bisa melalui variabel penghubung.