

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Data

Deskripsi data yang merupakan gambaran yang akan digunakan untuk proses selanjutnya yaitu menguji hipotesis. Hal ini dilakukan untuk mendeskripsikan atau menggambarkan kondisi responden yang menjadi objek dalam penelitian ini dilihat dari karakteristik responden antara lain jenis kelamin, bidang usaha, dan jenis usaha.

4.1.1 Deskripsi Karakteristik Responden

Dalam penelitian ini untuk membuktikan hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini, telah dilakukan penelitian terhadap responden yang berjumlah 100 orang. Untuk mengetahui data jenis kelamin responden, dapat dilihat pada Tabel sebagai berikut:

Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

| No | Jenis Kelamin | Jumlah (orang) | Persentase (%) |
|--------------|---------------|----------------|----------------|
| 1 | Laki-laki | 43 | 43,0 |
| 2 | Perempuan | 57 | 57,0 |
| Total | | 100 | 100 |

Dari Tabel 4.1 karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin diketahui bahwa jumlah tertinggi yaitu perempuan artinya pengunjung Krakatau Park yang mengisi angket didominasi oleh jenis kelamin perempuan sebanyak 57 orang .

Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Alamat

| No | Alamat | Jumlah (orang) | Persentase (%) |
|--------------|---------------------|----------------|----------------|
| 1 | Bandar Lampung | 100 | 100,0 |
| 2 | Luar Bandar Lampung | 0 | 0,0 |
| Total | | 100 | 100 |

Berdasarkan Tabel 4.2, diketahui alamat yang paling dominan dalam pengisian kuisioner oleh responden adalah Bandar Lampung dengan persentase 100%.

4.1.2 Deskripsi Jawaban Responden

Hasil jawaban tentang variabel yang disebarkan kepada 100 responden adalah sebagai berikut :

Tabel 4.3 Deskripsi Jawaban Responden

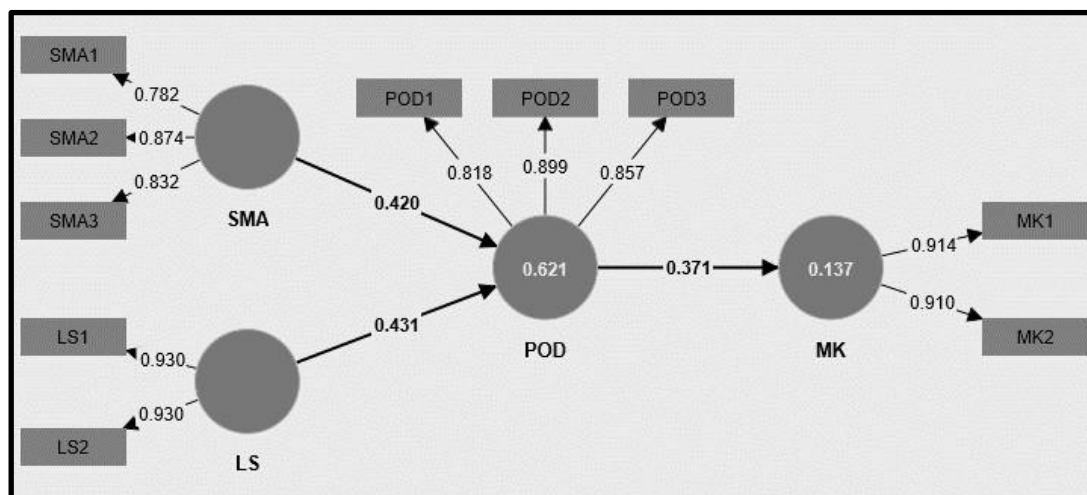
| No | Pernyataan | STS | TS | KS | S | SS |
|----|--|-----|----|----|----|----|
| 1 | Saya mengetahui Krakataw Park dari Konten yang mereka muncul di sosial media. | 3 | 3 | 7 | 59 | 28 |
| 2 | Komentar dan like di post sosial media Krakataw Park membuat saya tertarik untuk berkunjung | 0 | 1 | 12 | 60 | 27 |
| 3 | Saya semakin tertarik untuk berkunjung ke Krakataw Park saat saya semakin lama mengikuti konten yang disediakan di situs dan sosial media. | 1 | 4 | 14 | 56 | 25 |
| 4 | Saya selalu senang dan betah menonton konten di situs dan sosial media Krakataw Park. | 1 | 3 | 18 | 60 | 18 |
| 5 | Konten dari Krakataw Park membuat saya ingin berkunjung. | 0 | 2 | 7 | 77 | 14 |
| 6 | Akses menuju tempat wisata Krakataw Park sangat mudah. | 2 | 3 | 17 | 56 | 22 |
| 7 | Menurut saya papan petunjuk untuk membantu ke Krakataw Park untuk memudahkan wisatawan menuju lokasi Wisata. | 1 | 20 | 5 | 70 | 23 |

| | | | | | | |
|----|--|---|---|----|----|----|
| 8 | Saya akan membeli paket promo yang ditawarkan oleh Krakataw Park melalui konten sosial media. | 1 | 6 | 11 | 65 | 17 |
| 9 | Saya akan menyebarkan konten Krakataw Park untuk menarik minat teman dan keluarga untuk berkunjung ke Krakataw Park. | 1 | 5 | 12 | 72 | 10 |
| 10 | Saya mencari informasi tentang paket dan wahana terbaru di Krakataw Park melalui sosial media. | 1 | 1 | 2 | 73 | 23 |

Berdasarkan Tabel 4.3 di atas, jawaban atas angket yang diajukan kepada 100 responden diketahui bahwa angket yang di berikan mendapat respon jawaban yang bervariasi.

4.2 Hasil Analisis Data

Dalam analisis data, penelitian ini menggunakan uji validitas secara konvergen dan diskriminan untuk mengetahui apakah indikator yang di gunakan sesuai atau tidak, juga dilakukan uji reliability untuk mengetahui kekonsistenan hasil dalam waktu, tempat, peneliti dan di berbagai bagian uji itu sendiri. Kedua uji ini dilakukan untuk memastikan bahwa instrument yang digunakan dapat menghasilkan hasil yang akurat dan dapat dipercaya.



Gambar 4.1 Model Diagram SEM-PLS

4.2.1 Hasil Uji Validitas

Uji validitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan aplikasi SEM-PLS melalui fitur calculate pada aplikasi. Uji validitas pertama yang digunakan adalah uji validitas secara *konvergen*. Dalam uji validitas *convergent*, instrumen dinyatakan valid apabila nilai AVE > 0.5 , dan nilai *loading factor* > 0.7 , nilai AVE dapat diketahui melalui menu *construct reliability and validity* pada hasil kalkulasi algoritma di analisis SEM-PLS. Lalu selanjutnya terdapat uji validitas diskriminan dimana instrumen dapat dinyatakan valid apabila nilai HTMT < 0.9 , dan berikut ini hasil dari uji tersebut :

Tabel 4.4 Outer Loadings SEM-PLS

| | LS | MK | POD | SMA |
|-------------|-----------|-----------|------------|------------|
| LS1 | 0.930 | | | |
| LS2 | 0.930 | | | |
| MK1 | | 0.914 | | |
| MK2 | | 0.910 | | |
| POD1 | | | 0.818 | |
| POD2 | | | 0.899 | |
| POD3 | | | 0.857 | |
| SMA1 | | | | 0.782 |
| SMA2 | | | | 0.874 |
| SMA3 | | | | 0.832 |

Tabel 4.5 Construct Reliability and Validity SEM-PLS

| | Cronbach's Alpha | Composite Reliability (rho_a) | Composite Reliability (rho_c) | Average Variance Extracted (AVE) |
|------------|-------------------------|--------------------------------------|--------------------------------------|---|
| LS | 0.844 | 0.844 | 0.928 | 0.865 |
| MK | 0.797 | 0.798 | 0.908 | 0.831 |
| POD | 0.822 | 0.832 | 0.894 | 0.737 |
| SMA | 0.776 | 0.796 | 0.869 | 0.689 |

Berdasarkan Tabel 4.4 diketahui bahwa nilai loading factor dari keseluruhan instrument bernilai lebih dari 0.7, apabila nilai loading factor yang dihasilkan lebih dari 0.7 (Loading factor > 0.7) maka instrument di nyatakan valid. Selain itu, nilai AVE dalam tabel 4.5 diketahui bernilai lebih besar dari 0.5, dinyatakan valid, dan apabila nilai AVE lebih dari 0.5 (AVE > 0.5) instrument di nyatakan valid.

Tabel 4.6 Discriminant Validity SEM-PLS

| | LS | MK | POD | SMA |
|------------|-----------|-----------|------------|------------|
| LS | | | | |
| MK | 0.381 | | | |
| POD | 0.876 | 0.455 | | |
| SMA | 0.872 | 0.549 | 0.892 | |

Berdasarkan tabel 4.6, diketahui bahwa nilai HTMT dari hasil uji bernilai kurang dari 0.90. Dalam uji validitas diskriminan, instrument dinyatakan valid apabila nilai HMT < 0.90, dan dari hasil uji keseluruhan nilai HTMT yang di dapatkan kurang dari 0.90, sehigga instrument dapat dinyatakan valid dan sesuai.

4.2.2 Hasil Uji Reliability

Metode pengukuran *reability* yang dilakukan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan cara pengukuran yang sama dengan uji validitas tetapi dengan indicator penilaian yang berbeda, yaitu uji *reliability* secara Cronbach's Alpha dapat dikatakan valid apabila nilai cronbach's alpha > 0.70 . Terdapat juga uji *reliability* secara *composite reliability* (ρ_c), dalam uji *reliability* ini, instrument dapat dinyatakan valid apabila nilai *composite reliability* (ρ_c) > 0.70 .

Hasil uji ini dapat kita lihat di dalam tabel 4.5. Berdasarkan Tabel 4.5 diketahui bahwa nilai cronbach's alpha untuk setiap indicator bernilai lebih dari 0.70 (*Cronbach's Alpha* > 0.70) sehingga instrument dapat dinyatakan valid. Nilai *Composite Reliability* (ρ_c) yang di dapatkan juga bernilai lebih dari 0.70 (*Composite Reliability* > 0.70) sehingga seluruh instrument dapat dinyatakan valid.

4.3 Hasil Pengujian Hipotesis

4.3.1 Hasil Bootstraping

Pengukuran signifikasi yang akan dilakukan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan cara pengukuran melalui fitur *bootstrapping* dari analisis SEM-PLS dengan aplikasi SmartPLS. Dalam analisis SEM-PLS terdapat nilai p value, yang mana nilai ini dapat digunakan sebagai aturan dalam pengambilan keputusan apakah berpengaruh significant atau tidak. Pada nilai P-Values, jika P-Values < 0.05 maka dikatakan pengaruh signifikan, berikut hasil *bootstrapping* melalui aplikasi SEM-PLS :

Tabel 4.7 Hasil Uji Bootstrapping

| | Original sample (O) | Sample mean (M) | Standard deviation (STDEV) | T Statistics (IO/STDEV) | P Values |
|----------------------|---------------------------|-----------------------|----------------------------------|----------------------------|----------|
| LS -> POD | 0.431 | 0.417 | 0.140 | 3.074 | 0.002 |
| POD -> MK | 0.371 | 0.390 | 0.134 | 2.766 | 0.006 |
| SMA -> POD | 0.420 | 0.431 | 0.125 | 3.372 | 0.001 |

Berdasarkan Tabel 4.6 diketahui bahwa keseluruhan nilai yang di dapatkan dari hasil uji adalah nilai P Value < 0.05, nilai tersebut merupakan nilai signifikansi dari masing masing instrument. Dari hasil pengujian ini dapat dikatakan bahwa indikator *Live Streaming* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap indikator *Perceived Destination Image* dengan nilai P Values sebesar 0.002, indikator *Social Media Advertising* memiliki pengaruh terhadap indikator *Perceived Destination Image* dengan nilai P Values sebesar 0.001, dan indikator *Perceived Destination Image* memiliki pengaruh terhadap *indicator* minat berkunjung, dengan nilai P Values sebesar 0.006.

4.4 Pembahasan

Berdasarkan pengujian yang dilakukan dengan metode *Bootstrapping* melalui analisis SEM-PLS dengan aplikasi SmartPLS yang dilakukan, diperoleh hasil pada pengujian, yaitu indikator *Live Streaming* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap indikator *Perceived Destination Image* dengan nilai P Values sebesar 0.002, indikator *Social Media Advertising* memiliki pengaruh terhadap indikator *Perceived Destination Image* dengan nilai P Values sebesar 0.001, dan indikator *Perceived Destination Image* memiliki pengaruh terhadap indikator Minat Berkunjung, dengan nilai P Values sebesar 0.006. Dengan hasil tersebut, sesuai dengan ketentuan yang ada, apabila nilai P-Value lebih kecil dari 0.05, maka indikator memiliki pengaruh yang signifikan, sehingga

keputusan pengujian dari hasil Analisa tersebut adalah H0 ditolak, dimana ketentuan yang diberikan adalah :

H0 = Variabel X1, X2, Y tidak memiliki pengaruh terhadap variabel Z.

H1 = Variabel X1 memiliki pengaruh terhadap variabel Y.

H2 = Variabel X2 memiliki pengaruh terhadap variabel Y.

H3 = Variabel X3 memiliki pengaruh terhadap variabel Z.

Kriteria Pengujian

Jika P Value > 0.05 , maka H0: ditolak.

Jika P Value < 0.05 , maka Ha: diterima,.

H1 : Pengaruh Sosial Media Advetising (X1) terhadap perceived destination pada Krakataw Park (Y)

H0 : *Sosial Media Advetising (X1)* tidak berpengaruh terhadap *perceived destination image (Y)* pada Krakataw Park

Ha : *Sosial Media Advetising (X1)* berpengaruh terhadap *perceived destination image (Y)* pada Krakataw Park

H2 : Pengaruh Live Streaming (X2) terhadap perceived destination image pada Krakataw Park (Y)

H0 : *Live Streaming (X2)* tidak berpengaruh terhadap *perceived destination (Y)* pada Krakataw Park

Ha : *Live Streaming (X2)* berpengaruh terhadap *perceived destination Image (Y)* pada Krakataw Park

H3 : Pengaruh *Perceived Destination Image (Y)* terhadap Minat Berkunjung (Z) pada Krakataw Park

H0 : *Perceived Destination Image (Y)* tidak berpengaruh terhadap Minat Berkunjung (Z) pada Krakataw Park

Ha : *Perceived Destination Image (Y)* berpengaruh terhadap Minat Berkunjung (Z) pada Krakataw Park

Hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel , X2, dan Y, terhadap variabel Z yang dimana X1 adalah *Social Media Advertising*, X2 adalah *Live Streaming*, Y adalah *Preceived Destination Image*, dan Z adalah Minat Berkunjung.

Hasil ini juga di dukung dengan uji kelayakan instrument yang digunakan dalam penelitian ini, uji validitas dan reliability telah dilakukan untuk memastikan bahwa setiap instrument adalah valid dan akurat untuk mewakilkan indikator-indikator yang di uji. Uji validitas yang digunakan adalah uji validitas konvergen dan diskriminan, sedangkan uji *reliability* yang di gunakan adalah uji *reliability* secara *cronbach's alpha* dan composite *reliability* (ρ_c).

4.5 Pengaruh Ssosial Media Advertising Terhadap Minat Berkunjung

Dari hasil penelitian yang diperoleh, pada peneliian ini menunjukkan bahwa social media advertising memiliki pengaruh signifikan terhadap minat berkunjung tempat wisata dikatakan bahwa pengaruh yang diberikan oleh *indicator social media advertising* memiliki dampak positif. Suatu kepercayaan dari pengunjung dalam sebuah kegiatan bisnis merupakan hal penting agar calon pengunjung yang tadinya tidak memiliki minat menjadi berminat untuk datang ketempat wisata.

4.5.1 Pengaruh Perceived Destination Image Terhadap Minat Berkunjung

Dari hasil penelitian yang diperoleh pada penelitian ini menunjukkan bahwa *perceived destination image*, mempunyai pengaruh yang positif terhadap minat berkunjung dikarenakan citra destinasi memainkan peran penting dalam membentuk minat berkunjung seseorang, karena menciptakan kesan awal yang kuat. Citra destinasi yang positif dapat meningkatkan minat seseorang untuk mengunjungi suatu tempat karena adanya daya tarik visual dan *image* yang positif.

4.5.2 Pengaruh Live Streaming Terhadap Minat Berkunjung

Berdasarkan pengujian yang dilakukan dengan metode *bootstrapping* melalui analisis SMART PLS yang dilakukan, diperoleh hasil pada pengujian, yaitu *indicator live streaming* memiliki pengaruh yang positif dikarenakan *live streaming* memiliki dampak positif terhadap minat berkunjung karena memberikan *real-time* dan interaktif yang dapat menarik perhatian potensial pengunjung.