

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian berjenis penelitian asosiatif dengan pendekatan kuantitatif. Penelitian asosiatif menurut (Pravitasari & Khoiriawati, 2022) adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan menggunakan data yang diukur dalam skala numerik.

Menurut Sugiyono (2022) penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang bersifat positivisme, penelitian kuantitatif digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data bisa menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan menguji hipotesis yang telah peneliti tetapkan. Pada penelitian ini peneliti akan meneliti Pengaruh Motivasi Wisatawan, *Electronic Word of Mouth*, Citra Destinasi terhadap Keputusan Berkunjung dengan moderasi Citra Destinasi.

3.2 Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam proses penelitian ini adalah data primer dan data sekunder :

3.2.1 Data Primer

Data primer adalah informasi yang langsung dari lapangan atau langsung dari objek yang akan diteliti. Menurut (Solichin, 2021) data primer merupakan data yang memberikan informasi langsung dari objek yang akan diteliti kepada pengumpul data. Data primer dari penelitian ini adalah data pra survey dan data kuesioner penelitian ke wisatawan langsung Desa Wisata Pulau Pahawang.

3.2.2 Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh dari sumber yang sudah ada sebelumnya. Menurut (Rantung, 2022) data sekunder adalah sumber data yang

diperoleh tidak langsung kepada pengumpul data. Dalam penelitian ini data sekunder yang diperoleh melalui dokumen atau arsip publikasi, data online, dan data dari sumber yang terkait yang sudah publikasi, misal data kunjungan wisatawan dan data pengguna internet yang terkait dengan variabel yang akan diteliti.

3.3 Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini akan digunakan beberapa metode dalam pengumpulan data yaitu :

3.3.1 Studi Lapangan (*Field Research*)

Penelitian lapangan (*field research*). Metode ini dilakukan dengan cara datang langsung ke objek penelitian untuk memperoleh data yang dibutuhkan untuk penelitian. Menurut (Kalalo et al., 2022) *Field research* adalah penelitian yang langsung meneliti langsung di objek yang akan diteliti guna mendapatkan data langsung dari objek yang akan diteliti, objek pada penelitian ini adalah Desa Wisata Pulau Pahawang Lampung.

3.3.2 Kuesioner

Menurut (Poli, 2023) kuesioner merupakan sejumlah pertanyaan tertulis yang diajukan kepada responden untuk mengumpulkan jawaban dan memperoleh informasi dari jawaban responden. Dalam perhitungan skala likert dengan nilai di setiap jawabannya, peneliti membuat beberapa pertanyaan kuesioner untuk dijawab oleh responden dengan membuat 5 (lima) opsi yang terlihat pada tabel berikut :

Tabel 3.1 Skala Likert

Point	Keterangan	Kode
5	Sangat Setuju	ST
4	Setuju	S
3	Netral	N
2	Tidak Setuju	TS

1	Sangat Tidak Setuju	STS
---	---------------------	-----

Sumber : Sugiyono 2022

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi Penelitian

Menurut 2 populasi merujuk pada suatu wilayah generalisasi yang terdiri dari objek dan subjek yang memiliki kuantitas dan karakteristik tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk tujuan studi untuk tujuan analisis guna menghasilkan kesimpulan yang relevan, populasi dalam penelitian ini adalah seluruh wisatawan pengunjung dan wisatawan yang berkunjung ke Desa Wisata Pulau Pahawang Lampung .

3.4.2 Sampel Penelitian

Menurut (Sugiono, 2024) sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik populasi yang digunakan untuk penelitian. Sampel dalam penelitian ini adalah wisatawan Desa Wisata Pulau Pahawang Lampung. Pengambilan sampel dilakukan dengan mempertimbangkan bahwa tidak mungkin meneliti seluruh populasi wisatawan Pulau Pahawang yang tidak ketahui jumlahnya, maka dari itu dibentuklah perwakilan populaasi.

Menurut (Kristina, 2024) sampel dalam penelitian meliputi pengunjung yang melakukan kunjungan. Ukuran sampel yang diambil dengan rumus Hair et al. rumus Hair digunakan untuk penelitian yang tidak diketahui populasinya dengan menetapkan sampel minimum 5 – 10 dikali dengan variabel indikator. Dalam penelitian ini jumlah indikator adalah 25 :

Rumus : Jumlah sampel = Jumlah indikator x ukuran sampel minimum 5-10

Jumlah indikator : 25

Ukuran sampel minimum : 9

$25 \times 9 = 225$

Jadi sampel dalam penelitian ini berjumlah 225 dan peneliti membulatkannya menjadi 230, jadi sampel responden dalam penelitian ini berjumlah 230 responden.

3.5 Variabel Penelitian

Variabel adalah gejala yang terjadi fokus untuk diamati. Pada penelitian ini terdapat tiga variabel yang digunakan yaitu variabel bebas, terikat, dan moderasi.

3.5.1 Variabel Eksogen (Variabel Bebas)

Variabel yang mempengaruhi dan menjadikan sebab timbulnya suatu perubahan terhadap variabel terikat. Dalam penelitian ini variabel bebasnya adalah Motivasi wisatawan (X_1), *Electronic Word of Mouth* (X_2), dan Citra Destinasi (X_3).

3.5.2 Variabel Endogen (Variabel Terikat)

Variabel yang dipengaruhi atau terjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Dalam penelitian ini variabel terikatnya adalah keputusan berkunjung (Y).

3.5.3 Variabel Moderasi

Variabel yang digunakan untuk memperkuat atau memperlemah antara variabel bebas dan terikat, dalam penelitian ini variabel moderasinya adalah daya tarik destinasi (Z).

3.6 Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional merupakan variabel yang diungkapkan dalam definisi konsep tersebut, secara operasional, secara praktis, secara riil, secara nyata. Dalam ruang lingkup objek penelitian / objek yang diteliti. Secara operasional berikut adalah masing masing variabel yang dapat diukur beserta indikatornya :

3.2 Tabel Definisi Operasional

Variabel	Definisi Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala
Motivasi Wisatawan (X1)	Menurut (Putri & Edison, 2024), motivasi adalah sebuah kondisi yang dimana membangkitkan dorongan dalam diri seorang wisatawan untuk mencapai tujuannya. Motivaasi sendiri merupakan tahapan pertama yang dilalui oleh wisatawan yang berhubungan dengan pemenuhan keinginan fisik dan psikologis.	Motivasi yang mengacu pada suatu kebutuhan yang menyebabkan seseorang berpartisipasi dalam kegiatan wisata pada Desa Wisata Pulau Pahawang Lampung	1, Motivasi Fisik. 2, Motivasi Budaya. 3, Motivasi Sosial. 4, Motivasi Fantasi.	Interval
Electronic Word Of Mouth (X2)	Electronic word of mouth adalah metode komunikasi yang dimulai	Komunikasi pemasaran Pulau Pahaawang melalui media	1, <i>Intensity</i> (Intensitas). 2, <i>Valence of Opinion</i> .	Interval

	dengan digambarkan sebagai saran untuk berbagi pendapat antara satu konsumen dengan konsumen lainnya berupa komentar positif dan negatif sebuah produk serta layanan yang orang lain transaksikan, (Nasution & Kurniawati, 2022).	sosial dan internet yang memiliki pesan tentang pernyataan positif dan negatif yang dilakukan oleh pengunjung atau konsumen yang sudah pernah mengunjungi Pulau Pahawang	3, <i>Conten</i> (Konten).	
Citra Destinasi (X3)	Citra diartikan sebagai persepsi wisatawan, yang mendefinisikan suatu destinasi sebagai pengetahuan obyektif, prasangka, imajinasi, dan pemikiran emosional individu atau	Persepsi konsumen terhadap karakteristik destinasi Pulau Pahawang Lampung yang dapat dipengaruhi oleh foto di media sosial dan informasi promo wisata	<ol style="list-style-type: none"> 1. Lingkungan Perjalan an 2. Atraksi Alam 3. Hiburan & Acara 4. Atraksi Bersejarah 5. Infrastruktur 	Interval

	kelompok terhadap suatu lokasi tertentu khususnya lokasi destinasi wisata (Rosi , 2024).	Pulau Pahawang	Pendukung 6. Aksesibilitas & Kemudahan 7. Kegiatan Luar Ruangan 8. Harga dan Nilai	
Daya Tarik Destinasi (Z)	Daya tarik sendiri merupakan bagian penting dalam pemasaran suatu destinasi wisata dalam menarik wisatawan untuk berkunjung, ini penting karena daya tarik merupakan segala sesuatu yang menarik untuk dilihat dan dinikmati	Daya tarik wisata Pulau Pahawang seperti keindahan alam, fasilitas yang sangat bagus memunculkan persepsi di pikiran konsumen sehingga konsumen akan tertarik mengunjungi Pulau pahawang.	1. Daya Tarik Wisata Alam 2. Daya Tarik Wisata Bangunan 3. Daya Tarik Wisata Sosial 4. Atraksi Alam 5. Aksesibilitas	Interval

	<p>disuatu daerah tujuan wisata. Wisatawan yang berkunjung ke destinasi wisata tentunya mempunyai tujuan dalam mencari liburan dan relaksasi. (Auliya, 2024)</p>		6. Jasa Pendukung	
<p>Keputusan Berkunjung (Y)</p>	<p>Keputusan berkunjung atau keputusan pembelian adalah kondisi konsumen mengetahui permasalahan sesuai dengan pendapat (Simamora & Syafina, 2023) yang mendefinisikan keputusan pembelian adalah sebuah pendekatan penyelesaian masalah pada kegiatan</p>	<p>Keputusan konsumen untuk membeli atau memakai produk dengan dorongan tindakan dan pengaruh stimulus yang positif</p>	<p>1, Motivasi 2, Persepsi 3, Proses pembelajaran 4, sikap dan keyakinan</p>	Interval

	manusia untuk membeli barang atau jasa dalam memnuhi kebutuhan barang atau jasa.			
--	---	--	--	--

3.7 Analisis Data

Analisis data dan pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan metode Variance Structural Equation Model (Partial Least Square). Penggunaan metode PLS ini bertujuan untuk prnsafsiran dan analisis tentang adanya hubungan antar variabel yang menjelaskan atau variabel bebas. Dalam prakteknya, metode PLS mengurangi ukuran atau volume dari variabel yang menjelaskan dengan membuat variabel baru yang terbentuk dari gabungan linier antara variabel yang menjelaskan dengan mantra yang kecil (Rizky Arief Gunawan, 2024). Pengolahan data pada penelitian ini akan menggunakan software SmartPLS, analisa PLS-SEM terdiri dari dua sub model : inner model dan outer model.

2.7.1 *Partial Least Square (PLS)*

Menurut (Hapsara & Ahmadi, 2022) adalah salah satu analisis data yang digunakan untuk menganalisis model penelitian yang kompleks dan sering digunakan dalam berbagai bidang penelitian, SEM PLS adalah alat analisis yang sangat kuat karena alat analisis ini memang dirancang untuk menganalisis data yang kompleks. Pada penelitian ini peneliti menggunakan analisis PLS untuk mengalalisis pengarus varibael X dan variabel Y, karena PLS sangat cocok untuk digunakan sebagai analisis variabel terutama untuk variabel moderasi. Terdapat 2 model pengukuran analisis PLS dengan menggunakan SmartPLS, yakni :

A. **Model Measurement (*Outer Model*)**

Menurut (Afifah & Soelistya, 2025) Langkah pertama dalam analisis adalah melakukan analisis model meansurement (*outer model*) pengukuran ini

dibuat untuk memberikan gambaran bagaimana hubungan yang ada antar blok indikator dengan variabel latennya. Dengan melalui tahapan penelitian diantaranya : Uji validitas konvergen, uji validitas diskriminant, uji reliabilitas komposit, dan *Cronbach alpha*.

- **Validitas Konvergen**

Suatu data dengan berisi angka untuk menunjukkan bahwa ada keterkaitan positif antara satu indikator dengan indikator lainnya. Menurut (Setiadi, 2023) sebuah Indikator memiliki nilai dapat dikatakan telah memenuhi uji validitas jika nilai loading factor lebih besar dari 0,7. Akan tetapi, apabila dalam tahapan pengembangan skala pengukuran juga bisa diterima valid jika nilai loading factor lebih besar dari 0,5. jadi berdasarkan penjelasan yang sudah dikemukakan dapat disimpulkan bahwa validitas konvergen ini diukur dengan menihat nilai “*outer loading*” dimana jika nilai “*outer loading*” lebih besar dari 0,5 maka indikator tersebut masih bisa diterima valid dan lebih baik lagi apabila loading factor $> 0,7$. Semakin tinggi nilai AVE yang diperoleh, ini menjelaskan bahwa semakin efektif konstruk tersebut. Untuk dianggap memiliki validitas yaang valid, nilai AVE harus mencapai setidaknya $\geq 0,5$. Jika nilai AVE $\leq 0,5$ maka validitasnya dianggap rendah (Setiadi, 2023).

- **Validitas Diskriminant**

Uji validitas diskriminan mengukur sejauh mana sabuah konstruk berbeda dengan konstruk lainnya. Menurut (Humaira & Wibowo, 2017) uji diskriminan merupakan nilai *cross loading faktor* yang berguna untuk mengetahui apakah konstruk memadai atau tidak. Dalam penelitian ini validitas diskriminan di uji dengan membandingkan menggunakan nilai *Avarage Variance Extracted* (AVE), menurut (Maulidiyah, 2024) dalam uji validitas diskriminan

nilai cross loading pada setiap konstruk memenuhi syarat validitas apabila nilainya lebih dari nilai $AVE > 0.5$.

- **Uji Reliabilitas**

Pengujian berikutnya adalah dengan melakukan uji reliabilitas. Menurut (Sati., 2024) Reliabilitas adalah uji yang mengukur sejauh mana instrument dapat memberikan hasil yang dapat diharapkan untuk memberikan hasil pengukuran yang sama jika diukur ulang, pengujian uji reliabilitas pada penelitian ini memanfaatkan nilai *Cronbach's alpha* nilai *Cronbach's alpha* digunakan untuk menentukan tingkat minimal reliabilitas yang harus terpenuhi oleh suatu instrument. Menurut (Afifah & Soelistya, 2025) suatu instrument dianggap *reliabel* jika nilai *Cronbach's alpha* mencapai angka nilai *Composite Reliability* $> 0,7$. Namun jika angka tersebut dibawah 0,7 maka instrument penelitian tidak reliabel.

B. Model Struktural (*Inner Model*)

Menurut (Aisyah, 2023) Analisis model struktural atau *Inner Model* adalah model yang menjelaskan juga memprediksi hubungan antara satu variabel lain dengan variabel lainnya, menurut menurut (Aisyah, 2023) inner model adalah pengukuran yang menggunakan 4 kriteria pengukuran yang bertujuan mengetahui nilai antar konstruk, 4 kriteria pengujian untuk melihat hasil uji *R-Square*, *F-Square* dan *Goodness of Fit* (GOF) pada masing-masing variabel.

- **Koefisien Determinasi (R^2)**

Koefisien determinasi (R^2) adalah suatu ukuran digunakan untuk mengukur sejauh mana perubahan variabel pada variabel eksogen memiliki dampak terhadap variabel endogen. Menurut (Alam, 2024) koefisien determinasi (R^2) dapat dilihat dari nilai variabel endogen sebagai kekuatan prediksi dari model struktural. Perubahan yang terjadi pada nilai R^2 dapat digunakan untuk menjelaskan pengaruh variabel laten eksogen terhadap variabel laten endogen. Nilai R^2

dapat dikategorikan yaitu 0,75, 0,50, dan 0,25 dapat disimpulkan bahwa model kuat, sedang dan lemah.

- ***F-Square***

Menurut (Abdika., 2024) nilai F-Square pada uji Inner Model digunakan untuk mengukur efek variabel bebas ke variabel variabel terikat dengan skala pengukuran : 0,02 menunjukkan jika pengaruhnya rendah, 0,15 menunjukkan hasil jika pengaruhnya sedang dan nilai 0,35 menunjukkan jika hubungan antar variabel pengaruhnya besar.

3.8 .Pengujian Hipotesis

Dalam penelitian ini, uji hipotesis akan diuji dengan uji-t sebagai alat analisis, dengan tujuan untuk mengevaluasi pengaruh parsial atau individual dari variabel independen dan variabel dependen. Dan untuk nilai signifikansi nya dalam penelitian ini ditetapkan pada 5% atau 0,05. Dan derajat kebebasan dihitung menggunakan rumus $df = n-2$. Sehingga diharapkan hipotesis akan diinterpretasikan sebagai berikut : Hipotesis nol (H_0) akan ditolak dan hipotesis alternatif (H_a) akan diterima jika nilai t hitung melebihi nilai yang tercantum atau jika nilai P (nilai probabilitas) lebih kecil dari tingkat α (tingkat signifikansi) yang biasanya diatur pada 0,05. Berikut adalah intepretasinya :

- a. $T \text{ Statistik} < T_{\text{Tabel}}$: Maka hipotesis ditolak
 $T \text{ Statistik} > T_{\text{Tabel}}$: Maka hipotesis diterima
- b. $P\text{-Values } H_0 > 0.05$: Maka hipotesis ditolak
 $P\text{-Values } H_0 < 0.05$: Maka hipotesis diterima

