

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah asosiatif kausalitas. Penelitian yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh atau hubungan antara dua variabel atau lebih, yang bersifat sebab akibat dan satu variabel (independent) mempengaruhi variabel lainnya (dependent). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel independent (variabel bebas) yaitu Media Sosial (X1), Daya Tarik (X2), Harga Tiket (X3), Fasilitas Pelayanan (X4) terhadap variabel dependent (Variabel terikat) yaitu Keputusan berkunjung (Y1) dan Kepuasan Berkunjung (Y2) sebagai variabel intervening.

3.2 Sumber Data

Sumber data pada penelitian ini menggunakan data primer. Data primer adalah data asli yang dikumpulkan oleh peneliti, data ini khusus dikumpulkan untuk menjawab masalah dalam penelitian secara khusus. Data yang digunakan adalah data dari hasil jawaban kuisioner yang dibagikan kepada responden.

3.2.1 Data primer

Data primer didapat melalui responden ditempat penelitian dilaksanakan di pengunjung sanggar beach kalianda di kabupaten lampung selatan. Penelitian lapangan dilakukan dengan memberikan daftar pertanyaan atau angket pada responden pengunjung pantai sanggar beach kalianda untuk dijawab.

3.2.2 Data Sekunder

Data sekunder yaitu data yang diperoleh dalam bentuk sudah jadi, sudah dikumpulkan diolah oleh pihak lain. Sudah dalam bentuk publikasi seperti data yang diperoleh dari internet dan data lainnya yang berhubungan langsung dengan objek yang diteliti. Data sekunder yang

digunakan berupa jurnal-jurnal penelitian terdahulu, buku-buku yang berhubungan dengan keputusan berkunjung.

3.3 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini yaitu angket atau kuisioner yang merupakan teknik pengumpulan data dimana responden mengisi pertanyaan atau pernyataan kemudian setelah diisi dengan lengkap mengembalikan kepada peneliti. Pengumpulan data dilakukan dengan cara memberikan pertanyaan atau pernyataan kepada responden. Skala pengukuran yang digunakan dalam kuisioner ini menggunakan skala interval. Berikut table skala dalam penelitian ini :

Tabel 3. 1
Instrumen Skala Interval

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

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh penelitian untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah wisatawan yang berkunjung ke destinasi wisata Sanggar beach Tahun 2022 – 2023 dengan jumlah populasi 20.348 jiwa.

3.4.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut, pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan Teknik non probability sampling dengan Teknik metode purposive judgement sampling, metode purposive judgement sampling adalah Teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu. Menentukan jumlah sampel dengan menggunakan rumus slovin, dengan Batasan kesalahan 10% Berikut rumus Slovin dalam penelitian ini :

$$n = \frac{N}{(1 + Ne^2)}$$

Keterangan :

N : Jumlah Populasi

n : Jumlah sampel

e : Batas toleransi kesalahan (error tolerance)

berikut perhitungan jumlah sampel menggunakan rumus slovin :

$$n = \frac{N}{(1 + Ne^2)}$$

$$n = \frac{20.348}{(1 + 20.348(0,1)^2)}$$

$$n = \frac{20.348}{(1 + 20.348 (0,01))}$$

$$n = \frac{20.348}{203,49}$$

$$n = 99,9$$

$$n = 99,99 \text{ (dibulatkan menjadi 100)}$$

Dari perhitungan jumlah sampel dalam penelitian ini didapatkan jumlah responden sebanyak 99,99 demi memudahkan pengambilan sampel maka penulis membuat menjadi 100 responden. Kriteria responden dalam penelitian ini adalah :

1. Usia minimal 17 Tahun
2. Pernah mengunjungi destinasi wisata sanggar beach kalianda
3. Berdomisili di lampung dan di luar lampung

3.5 Variabel penelitian

Variabel penelitian pada dasarnya adalah suatu hal yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut kemudian ditarik kesimpulannya. Variabel penelitian ini menggunakan dua variabel antara lain, variabel independent eksogenus dan variabel dependen endogenus. Berikut penjelasan variabel dalam penelitian ini :

3.5.1 Variabel Independen (X / Eksogeneus)

Variabel ini sering disebut sebagai variabel stimulus, predictor, antecedent. Dalam Bahasa Indonesia sering disebut variabel bebas. Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen terikat. Dalam SEM, variabel independen disebut sebagai variabel Eksogeneus. Variabel independent dalam penelitian ini adalah Media Sosial(X1), Daya tarik(X2), Harga Tiket(X3), Fasilitas Pelayanan(X4).

3.5.2 Variabel Dependen (Y/Endogeneus)

Variabel dependen sering disebut sebagai variabel output, kriteria, konsekuen. Dalam Bahasa Indonesia sering disebut variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. SEM, variabel dependen disebut sebagai variabel endogeneus. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah Keputusan Berkunjung(Y1).

3.5.3 Variabel Intervening

Variabel intervening adalah variabel yang secara teoritis mempengaruhi hubungan antara variabel independent dengan variabel dependen dan menjadi hubungan tidak langsung yang tidak dapat diamati dan diukur. Variabel intervening dalam penelitian ini adalah Kepuasan Konsumen(Y2).

3.6 Definisi Operasional Variabel

Operasionalisasi variabel menjelaskan mengenai variabel diteliti, konsep, indikator, serta skala pengukuran yang akan dipahami dalam operasionalisasi variabel penelitian. Tujuannya adalah untuk memudahkan pengertian dan menghindari perbedaan persepsi dalam penelitian. Berikut definisi Operasional variabel dalam penelitian ini :

Tabel 3. 2
Definisi Operasional Variabel

Variabel	Konsep Variabel	Konsep Operasional	Indikator	Skala Ukur
Media Sosial	Media sosial merupakan media yang berfungsi untuk berkomunikasi dengan orang lain dilakukan melalui online,	Media sosial merupakan media yang berfungsi untuk berkomunikasi dengan orang lain	• Kemudahan • Kepercayaan • Kualitas Informasi	Interval

	orang dapat berinteraksi tanpa batas ruang dan waktu (Menurut Rahmadayanti & Murtadlo)	dilakukan melalui online, orang dapat berinteraksi tanpa batas ruang dan waktu		
Daya Tarik	Daya Tarik adalah sesuatu yang memiliki daya tarik untuk dilihat dan dinikmati yang layak dijual kepasar wisata Menurut Zaenuri (2012) dalam Aprilia (2017).	Daya Tarik adalah sesuatu yang memiliki daya tarik untuk dilihat dan dinikmati yang layak dijual kepasar wisata	• Daya tarik yang dapat disaksikan • Aktifitas wisata yang dapat dilakukan • Sesuatu yang dapat dibeli • Alat transportasi • Penginapan	Interval
Harga Tiket	Harga adalah sejumlah uang yang dibayarkan atas jasa, atau jumlah nilai yang konsumen tuker dalam rangka mendapatkan manfaat dari memiliki atau menggunakan barang atau jasa	Harga adalah sejumlah uang yang dibayarkan atas jasa, atau jumlah nilai yang konsumen tuker dalam rangka mendapatkan manfaat dari memiliki atau menggunakan barang atau jasa	• Keterjangkauan Harga • Kesesuaian Harga dengan Kualitas Jasa • Daya Saing Harga • Kesesuaian Harga dengan Manfaat	Interval
Fasilitas Pelayanan	Fasilitas adalah penyedia kelengkapan fisik dalam mempermudah pengunjung dalam melakukan aktifitasnya sehingga kebutuhan mereka terpenuhi, Sulitiana (2015) dalam	Fasilitas adalah penyedia kelengkapan fisik dalam mempermudah pengunjung dalam melakukan aktifitasnya	• Kelengkapan, kebersihan, dan kerapihan fasilitas • Kebersihan, dan kerapihan fasilitas • Kemudahan menggunakan fasilitas yang ditawarkan	Interval

	Salsa & Sudarusman (2021)	sehingga kebutuhan mereka terpenuhi	• Kelengkapan alat yang digunakan	
Keputusan Berkunjung	Keputusan berkunjung adalah suatu keputusan yang diambil oleh seseorang yang melakukan perjalanan ke suatu tempat wisata tertentu untuk berlibur. Keputusan pengunjung untuk memilih objek wisata yang dipilih pada dasarnya merupakan salah satu bentuk pengambilan keputusan (Suratman et al., 2018)	Keputusan berkunjung adalah suatu keputusan yang diambil oleh seseorang yang melakukan perjalanan ke suatu tempat wisata. Keputusan pengunjung pada dasarnya merupakan salah satu bentuk pengambilan keputusan	• Pengenalan Masalah • Pencarian Informasi • Keputusan Pembelian • Perilaku Setelah	Interval
Kepuasan Konsumen	Menurut Park dalam (Irawan 2021:54) mengungkapkan kepuasan pelanggan adalah suatu perasaan pelanggan sebagai respon terhadap produk barang atau jasa yang telah dikonsumsi. Menurut Kotler (2017) kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi/kesan nya	kepuasan pelanggan adalah suatu perasaan pelanggan sebagai respon terhadap produk barang atau jasa yang telah dikonsumsi.	• Kepuasan general / keseluruhan • Konfirmasi harapan • Niat beli ulang	Interval

	terhadap (kinerja atau hasil) suatu produk dan harapan harapannya			
--	---	--	--	--

3.7 Metode Analisis Data

Dalam penelitian ini analisis data menggunakan pendekatan Partial Least Square (PLS). PLS. rtial Least Square (PLS). PLS adalah model persamaan Structural Equation Modeling (SEM) yang berbasis komponen atau varian. Menurut (Hair et al., 2021), PLS merupakan pendekatan alternatif yang bergeser dari pendekatan SEM berbasis kovarian menjadi berbasis varian. SEM yang berbasis kovarian umumnya menguji kausalitas/teori sedangkan PLS lebih bersifat predictive model. PLS merupakan metode analisis yang powerfull (Hair et al., 2021), karena tidak didasarkan pada banyak asumsi. Misalnya, data harus terdistribusi normal, sampel tidak harus besar. Selain dapat digunakan untuk mengkonfirmasi teori, PLS juga dapat digunakan untuk menjelaskan ada tidaknya hubungan antar variabel laten. PLS dapat sekaligus menganalisis konstruk yang dalam bentuk indikator reflektif dan formatif.

Tujuan PLS adalah membantu peneliti untuk tujuan prediksi. Model formalnya mendefinisikan variabel laten adalah linear agregat dari indikator-indikatornya. *Weight estimate* untuk menciptakan komponen skor variabel laten didapat berdasarkan bagaimana inner model (model struktural yang menghubungkan antar variabel laten) dan outer model (model pengukuran yaitu hubungan antara indikator dengan konstruknya)dispesifikasi. Hasilnya adalah residual variance dari variabel dependen. Estimasi parameter yang didapat dengan PLS dapat dikategorikan menjadi tiga. Pertama, adalah weight estimate yang digunakan untuk menciptakan skor variabel laten. Kedua, mencerminkan estimasi jalur (*path estimate*) yang menghubungkan variabel laten dan antar variabel laten dan indikatornya (*loading*). Ketiga, berkaitan dengan means dan lokasi parameter (nilaikonstanta regresi) untuk indikator dan variabel laten. Untuk memperolehketiga estimasi ini, PLS menggunakan

proses iterasi 3 tahap dan setiap tahap iterasi menghasilkan estimasi. Tahap pertama, menghasilkan weight estimate, tahap kedua menghasilkan estimasi untuk inner model dan outer model, dan tahap ketiga menghasilkan estimasi means dan lokasi (Hair et al., 2021).

3.7.1 Model Pengukuran atau Outer Model

Convergent validity dari model pengukuran dalam model reflektif indikator dinilai berdasarkan korelasi antara item score/component score dengan construct score yang dihitung dengan PLS. Ukuran reflektif dikatakan tinggi jika berkorelasi lebih dari 0,70 dengan konstruk yang ingin diukur. Namun demikian untuk penelitian tahap awal dari pengembangan skala pengukuran nilai loading 0,5 sampai 0,60 dianggap cukup (Hair et al., 2021). Discriminant validity dari model pengukuran dengan reflektif indikator dinilai berdasarkan cross loading pengukuran dengan konstruk. Jika korelasi konstruk dengan item pengukuran lebih besar dari pada ukuran lainnya maka akan menunjukkan bahwa konstruk laten memprediksikan ukuran pada blok yang lebih baik daripada ukuran blok lainnya. Metode lain untuk menilai discriminant validity adalah membandingkan nilai square root of average Variance Extracted (AVE) setiap konstruk dengan korelasi antara konstruk lainnya dalam model jika nilai akar AVE setiap konstruk lebih besar daripada nilai korelasi antar konstruk dengan konstruk lainnya dalam model, maka dikatakan memiliki nilai discriminant validity yang baik. Pengukuran ini dapat digunakan untuk mengukur reabilitas component score variabel laten dan hasilnya lebih konservatif dibandingkan dengan composite reliability. Direkomendasikan nilai AVE harus lebih besar 0,50 (Fornell dan Larcker, 1981 dalam Ghazali, 2006). Composite reliability yang diukur internal consistency dan Cronbach's Alpha.

3.7.2 Model Struktural (Inner Model)

Inner model (inner relation, structural model dan substantive theory menggambarkan hubungan antara variabel laten berdasarkan pada teori substantif. Model structural dievaluasi dengan menggunakan R-square untuk konstruk dependen, Stone-Geisser Q-square test untuk predictive relevance dan uji t serta signifikansi dari koefisien parameter jalur structural. Dalam menilai model dengan PLS dimulai dengan melihat R-square untuk setiap variabel laten dependen. Interpretasi sama dengan interpretasi pada regresi. Perubahan nilai R-square dapat digunakan untuk menilai pengaruh variabel laten dependen apakah mempunyai pengaruh yang substantif. Di samping melihat nilai R-square, model PLS juga dievaluasi dengan melihat Q-square prediktif relevansi untuk model konstruktif. Q-square mengukur seberapa baik nilai observasi dihasilkan oleh model dan juga estimasi parameteranya.

3.7.3 Pengujian Hipotesis

Ukuran signifikan keterdukungan hipotesis dapat digunakan perbandingan nilai T-table dan T-statistic. Jika T-statistic lebih tinggi dibandingkan nilai T-table, berarti hipotesis terdukung atau diterima. Dalam penelitian ini untuk tingkat keyakinan 95% (alpha 95 persen), maka nilai T-table untuk hipotesis satu ekor (one tailed) adalah > 1.66008.