

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian mengenai pengaruh *Travel Motivation*, *Electronic Word Of Mouth* dan *Destination Image* terhadap *Visit Intention* pada wisata alam Pulau Tegal Mas Lampung ini merupakan jenis penelitian kuantitatif. Penelitian ini dimulai dengan suatu teori dan hipotesis untuk mendapatkan jawaban dari suatu permasalahan atau asumsi.

Menurut Wiratna (2014) metode penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang menghasilkan penemuan-penemuan yang dapat dicapai (diperoleh) dengan menggunakan prosedur-prosedur statistik atau cara lain dari kualifikasi (pengukuran). Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian asosiatif kausalitas. Penelitian asosiatif kausalitas ini merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih untuk mempelajari, mendeskripsikan, dan melihat pengaruh antar variabel yang terumus pada hipotesis (Sugiyono, 2017).

3.2 Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini menggunakan Data Primer. Menurut Anwar Sanusi (2017) data primer adalah data pertama kali dicatat dan dikumpulkan oleh peneliti. Data primer di dapat dengan dimulai dari masalah penelitian, variabel yang terkandung dalam rumusan masalah dielaborasi, kemudia dicari datanya melalui butir-butir pertanyaan yang disusun dari hasil elaborasi variabel tersebut.

3.3 Metode Pengumpulan data

Metode pengumpulan data merupakan cara yang dilaukan peneliti untuk mengungkap atau menjaring informasi kuantitatif dari responden sesuai

lingkup penelitian. Metode pengambilan data yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah Kuesioner. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang sering tidak memerlukan kehadiran peneliti, namun cukup diwakili oleh daftar pertanyaan yang sudah disusun secara terlebih dahulu (Anwar Sanusi, 2017). peneliti membuat beberapa kuesioner yang akan dibagikan kepada generasi milenial yang akan mengunjungi wisata alam Pulau tegal Mas Lampung. Skala pengukuran penelitian ini yang digunakan adalah skala Interval . Jawaban pertanyaan yang diajukan yaitu.

Tabel 3.1
Skala Pengukuran

SS	Sangat Setuju	Skor 5
S	Setuju	Skor 4
CS	Cukup Setuju	Skor 3
TS	Tidak Setuju	Skor 2
STS	Sangat Tidak Setuju	Skor 1

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Populasi adalah seluruh kumpulan elemen yang menunjukkan ciri-ciri tertentu yang dapat digunakan untuk membuat kesimpulan (Anwar Sanusi, 2017). Penelitian ini populasinya adalah Generasi Milenial di provinsi Lampung dengan jumlah 2.643.186 orang.

3.4.2 Sampel

Menurut Wiratna (2014) sampel adalah bagian dari sejumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi yang digunakan untuk penelitian. Metode penarikan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non probability sampling* dengan menggunakan teknik *purposive sampling* yang dimana pengambilan sampel berdasarkan kriteria-kriteria tertentu yang telah

ditentukan oleh peneliti. Kriteria dalam penentuan sampel dalam penelitian ini adalah generasi milenial di Lampung.

Tabel 3.2 Karakteristik Pengambilan Sampel Penelitian

No.	Karakteristik Sampel penelitian
1.	Mengetahui Wisata Pulau Tegal Mas Lampung
2.	Memiliki akun Media Sosial

Hasil perhitungan besarnya sampel sesuai dengan rumus *slovin* adalah sebagai berikut:

$$n = \left[\frac{N}{1 + Ne^2} \right]$$

Keterangan:

N = ukuran populasi

n = banyaknya sampel

e = persi (batas kesalahan)

$$n = \left[\frac{2.643.186}{1 + 2.643.186 \cdot 0,1^2} \right]$$

maka menghasilkan nilai 100,0 dibulatkan menjadi **100** responden.

3.5 Variabel Penelitian

Variabel adalah gejala yang menjadi fokus untuk diamati. Pada penelitian ini terdapat dua variabel yang digunakan yaitu variabel bebas dan variabel terikat.

1. Variabel *Eksogen* (Variabel Bebas) adalah variabel yang mempengaruhi dan menjadikan sebab timbulnya suatu perubahan terhadap variabel terikat. Dalam penelitian ini variabel bebasnya adalah *Travel Motivation* (X1), *Electronic Word Of Mouth* (X2), dan *Destination Image* (X3).
2. Variabel *Endogen* (Variabel Terikat) adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Dalam penelitian ini variabel terikatnya adalah *Visit Intention* (Y).

3.6 Definisi Operasional Variabel

Definisi Operasional merupakan variabel yang diungkapkan dalam definisi konsep tersebut, secara operasional, secara praktis, secara riil, secara nyata. Dalam lingkup objek penelitian / objek yang diteliti. Secara operasional masing-masing variabel dapat diukur melalui indikator-indikator sebagai berikut:

Tabel 3.3 Tabel Definisi Operasional Variabel

Variabel	Konsep Variabel	Konsep operasional	Indikator	Skala
<i>Travel Motivation</i> (X1)	Menurut Pizam, Neumann, & reichel, dalam Plangmarn (2012), <i>Travel Motivation</i> adalah motivasi yang mengacu pada suatu set kebutuhan yang menyebabkan seseorang untuk berpartisipasi dalam kegiatan wisata	Motivasi yang mengacu pada suatu set kebutuhan yang menyebabkan seseorang untuk berpartisipasi dalam kegiatan wisata pada Pulau Tegal Mas Lampung	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pulau tegal mas merupakan tempat yang baik untuk relaksasi 2. Pulau tegal mas merupakan tempat yang memberikan kenyamanan 3. Pulau tegal mas merupakan tempat yang cocok untuk mencari pengalaman baru 4. Pulau tegal mas merupakan tempat yang cocok untuk bersantai 5. Pulau tegal mas menawarkan tentang budaya setempat 	Interval

-
6. Pulau tegal mas menawarkan tentang adat istiadat
 7. Pulau tegal mas tradisi kesenian
 8. Pulau tegal mas menawarkan tentang peninggalan budaya
 9. Pulau tegal mas merupakan tempat yang baik untuk bersosialisasi
 10. Pulau tegal mas merupakan tempat yang baik untuk mencari teman baru
 11. Pulau tegal mas merupakan tempat yang baik untuk melepas rutinitas keseharian
 12. Pulau tegal mas merupakan tempat yang baik untuk menceritakan pengalaman.

<i>Electronic</i>	<i>Electronic</i>	Komunikasi	1. Membaca <i>review</i> Interval
<i>Word Of</i>	<i>Word Of</i>	pemasaran pulau	online untuk
<i>Mouth (X2)</i>	<i>Mouth</i>	tegal mas	mengetahui kesan
	<i>Communicatio</i>	lampung yang	dari wisata tersebut.
	<i>n</i>	adalah berbasis online	2. Membaca pendapat-pendapat dari

	<p>komunikasi melalui media pemasaran sosial internet yang berbasis yang memiliki online melalui pesan berisi media sosial tentang pernyataan yang positif atau berisi tentang negatif yang pernyataan dilakukan oleh positif atau konsumen negatif yang potensial atau dilakukan oleh mantan konsumen konsumen pulau potensial atau tegal mas mantan lampung konsumen (Sari, 2018).</p>	<p>wisatawan yang pernah berkunjung secara online.</p> <p>3. Konsultasi secara online untuk membantu dan memilih wisata yang menarik</p> <p>4. Mengumpulkan informasi dari wisatawan yang pernah berkunjung secara online sebelum berkunjung ke wisata tersebut</p> <p>5. Jika tidak mencari informasi dikhawatirkan dengan keputusan untuk berkunjung ke wisata tersebut.</p> <p>6. review online untuk meyakinkan wisatawan untuk berkunjung ke wisata tersebut. (shabnam Doosti et, al , 2016)</p>
<p>Destination Image (X3)</p>	<p>Menurut Tasci dan Kozak (2006) Citra destinasi adalah persepsi individu terhadap karakteristik destinasi pulau tegal mas yang dapat dipengaruhi oleh informasi</p>	<p>1. Aman dan nyaman Interval</p> <p>2. Menawarkan tempat-tempat menarik dan mengagumkan untuk dikunjungi</p> <p>3. .Memiliki pemandangan indah dan alami</p>

	dapat dipengaruhi oleh informasi promosi, media massa serta banyak faktor lainnya.	promosi, media massa serta faktor lainnya.	4. Memiliki suhu yang segar (shabnam Doosti et, al , 2016)
Visit Intention (Y)	<i>Visit Intention</i> adalah rangsangan internal yang kuat yang termotivasi tindakan, dimana dorongan ini dipengaruhi oleh stimulus dan perasaan positif akan suatu produk (Sari, 2018)	Motivasi internal yang mendorong tindakan dan dipengaruhi oleh stimulus yang positif	1. Memperkirakan akan mengunjungi wisata dikemudian hari. 2. Mengunjungi wisata alam Pulau Tegal Mas Lampung daripada wisata lain. 3. Jika semua berjalan sesuai keinginan, maka akan berkunjung kembali 4. saya merekomendasikan kepada wisatawan lain untuk berkunjung ke pulau tegal mas lampung (Shabnam Doosti et, al , 2016)

3.7 Uji Persyaratan Instrumen

3.7.1 Uji Validitas

Menurut Ibnu Hajar dalam Wiratna (2014) uji validitas merupakan suatu instrumen yang menunjukkan seberapa jauh ia dapat mengukur apa yang

hendak diukur. Suatu kuesioner dinyatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut.

Sebelum kuesioner disebarkan pada responden terpilih maka harus diakan uji validitas terlebih dahulu pada butir-butir yang benar mengukur apa yang diukur. Jadi dapat dikatakan semakin mengenai sasarnya, atau semakin menunjukkan apa yang seharusnya diukur.

Pengujian validitas ini biasanya dilakukan dengan menghitung korelasi diantara masing-masing pernyataan dengan skor total. Adapun rumus dari pada korelasi pearson adalah sebagai berikut:

$$r = \frac{n \sum XY - \sum X \cdot \sum Y}{\sqrt{\{ (n \sum X^2) - (\sum X)^2 \} \cdot \{ (n \sum Y^2) - (\sum Y)^2 \}}}$$

dimana :

r = Korelasi antara variabel X dan Y

n = Jumlah Responden

X = Jumlah Skor Item

Y = Jumlah Skor total seluruh item

Prosedur pengujian :

1. Ho : Data dari populasi berinstrumen valid
Ha : Data dari populasi berinstrumen tidak valid
2. Bila $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka instrumen valid
Bila $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka instrumen tidak valid
3. Pengujian validitas instrumen dilakukan melalui program SPSS (*Statiscal Program dan service solution*)
4. Penjelasan dan kesimpulan dari butir 1 dan 2 dengan membandingkan antara t_{hitung} dan t_{tabel} dan profitabilitas (sig) dengan t_{tabel} maka akan disimpulkan instrumen tersebut dinyatakan valid atau sebaliknya

3.7.2 Uji Reliabilitas

Menurut Ibnu Hadjar dalam Wiratna (2014) Uji reliabilitas adalah uji yang digunakan untuk menunjukkan tingkat konsistensi dan akurasi hasil pengukuran. Suatu ukuran atau alat ukur yang dipercaya harus memiliki reliabilitas yang tinggi. Jika alat ukur tersebut stabil maka dapat diandalkan, walaupun alat ukur tersebut digunakan berkali-kali, hasilnya juga akan serupa. Uji reliabilitas pada penelitian ini, menggunakan pengolahan data yang dilakukan dengan bantuan program SPSS (*Statistical Program and Service Solution*)

Tabel 3.4 Interpretasi nilai r Alpha Indeks Korelasi

Koefisien r	Reliabilitas
0,8000-1,0000	Sangat Tinggi
0,6000-0,7999	Tinggi
0,4000-0,5999	Sedang
0,2000-0,3999	Rendah
0,000-0,1999	Sangat Rendah

Sumber: (Sugiyono, 2017).

3.8 Metode Analisis Data

Analisis data dan pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan metode *Variance Based Structural Equation Model (Partial Least Square)*. Ananda (2015) menjelaskan bahwa SEM dikelompokkan menjadi dua pendekatan. Pendekatan pertama disebut *Covariance Based SEM (CBSEM)* dan pendekatan lainnya adalah *Variance Based SEM* atau yang lebih dikenal dengan *Partial Least Square (PLS)*. Untuk melakukan analisa dengan menggunakan CBSEM maka *software* yang sering digunakan adalah AMOS dan LISREL. Sedangkan untuk PLS, *software* yang digunakan adalah smartPLS, warpPLS dan XLStat. Pengelolaan data pada penelitian ini akan menggunakan *software SmartPLS 3.2.9*. Analisa PLS-SEM terdiri dari 2 sub model yaitu : *inner model* dan *outer model*.

3.8.1 Model Pengukuran atau *Outer Model*

Menurut Ananda (2015) analisa *outer model* dilakukan untuk memastikan bahwa measurement yang digunakan layak untuk dijadikan pengukuran (valid dan reliabel). Dalam analisa model ini menspeksifikasi hubungan antar variabel laten dengan indikator-indikatornya. Analisa *outer model* dapat dilihat dari beberapa indikator:

a. *Convergent validity*

convergent validity adalah nilai *outer loading* faktor pada variabel laten indiktaor-indikatornya. Nilai yang diharapkan $>0,7$ sedangkan menurut Gangga Anugara (2017) dalam skala pengukuran nilai *outer loading* 0,50 sampai 0,60 dianggap cukup.

b. *Discriminant Validity*

Discriminant Validity merupakan nilai *cross loading* faktor yang berguna unutk mengetahui apakah konstruk memiliki diskriminant yang memadai yaitu dengan cara membandingkan nilai *loading* pada konstruk yang dituju harus lebih besar dibandingkan dengan nilai loading dengan konstruk lain. (Ananda, 2015)

c. *Average Variance Extracted (AVE)*

nilai AVE yang diharapkan $>0,5$. (Ananda, 2015)

d. *Composite Reliability*

data yang memiliki *composite reliability* $>0,7$ mempunyai reliabilitas yang tinggi. (Ananda, 2015)

e. *Cronbach's Alpha*

Cronbach's Alpha merupakan uji reliabilitas yang dilakukan memperkuat hasil dari *composite reliability*, menurut Eisingerich dan Gaia (2010)

suatu variabel dapat dinyatakan reliabel apabila memiliki nilai *cronbach's alpha* $>0,7$.

3.8.2 Model Struktural (*Inner Model*)

Menurut Ananda (2015) analisa *inner model* dilakukan untuk memastikan bahwa model struktural yang dibangun *robust* dan akurat. evaluasi *inner model* dapat dilihat dari beberapa indikator yang meliputi:

a. *Path Coefficient*

Evaluasi *Path Coefficient* digunakan untuk menunjukkan seberapa kuat efek suatu pengaruh variabel independen kepada variabel dependen. Semakin besar nilai *path coefficient* pada suatu variabel independen terhadap variabel dependen, maka semakin kuat pula pengaruh antar variabel independen terhadap variabel dependen tersebut (Al-Azhar, 2017).

b. Koefisien determinasi (R^2)

coefficient determination (R-Square) digunakan untuk mengukur seberapa banyak variabel endogen dipengaruhi oleh variabel lainnya. Hasil R^2 sebesar 0,67 keatas untuk variabel laten endogen dalam model struktural mengindikasikan pengaruh variabel eksogen (yang mempengaruhi) terhadap variabel endogen (dipengaruhi) termasuk dalam kategori baik. Sedangkan jika hasilnya sebesar 0,33-0,67 maka termasuk dalam kategori sedang, dan jika hasilnya sebesar 0,19-0,33 maka termasuk dalam kategori lemah (Al-Azhar,2017).

c. *Goodness of Fit Index (GoF)*

menurut Al-Azhar (2017) penilaian *Goodness of fit* diketahui dari nilai Q-Square. Nilai Q-Square memiliki arti yang sama dengan *coefficient determination* (R-Square) pada analisis regresi, dimana semakin tinggi Q-Square, maka model dapat dikatakan semakin baik atau semakin fit

dengan data. Sedangkan menurut Wibasuri, A. et.al (2018) apabila Nilai Q-Square > 0 maka menunjukkan model memiliki relevansi prediktif dan apabila nilai Q-Square ≤ 0 menunjukkan model kurang relevansi prediktif.

3.9 Pengujian Hipotesis

Ukuran signifikansi keterdukungan hipotesis dapat digunakan perbandingan nilai *T-table* dan *T-statistic*. Jika *T-statistic* lebih tinggi dibanding 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 .

Hipotesis :

H1 : Ho = jika *T-statistic* $> T\text{-tabel}$ maka Ho diterima

H1 = Jika *T-Statistic* $< T\text{-tabel}$ maka Ho Ditolak

H2 : Ho = jika *T-statistic* $> T\text{-tabel}$ maka Ho diterima

H1 = Jika *T-Statistic* $< T\text{-tabel}$ maka Ho Ditolak

H3 : Ho = jika *T-statistic* $> T\text{-tabel}$ maka Ho diterima

H1 = Jika *T-Statistic* $< T\text{-tabel}$ maka Ho Ditolak