

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang dilakukan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian lapangan (*field research*). Penelitian lapangan atau *field research* merupakan penelitian yang menggunakan pendekatan kuantitatif.¹ Penelitian ini digunakan untuk mendapatkan data primer, yaitu dengan mendatangi responden untuk pengamatan langsung, dengan memberikan kuisioner. Dalam penelitian ini yang diamati adalah wisatawan obyek wana wisata pantai sowan terhadap pengaruh lokasi, promosi dan harga terhadap minat berkunjung kembali pada wana wisata sowan.

2. Pendekatan Penelitian

Adapun jika ditinjau dari segi jenis datanya, pendekatan penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, dimana pendekatan kuantitatif adalah penelitian yang bekerja dengan angka, yang datanya berwujud bilangan (skor, nilai, peringkat atau frekuensi) yang dianalisis dengan menggunakan statistik untuk menjawab pertanyaan atau hipotesis penelitian yang bersifat spesifik dan guna melaksanakan prediksi bahwa suatu variabel tertentu mempengaruhi variabel yang lain dengan syarat utamanya adalah sampel yang diambil harus representatif.²

Pendekatan kuantitatif menggunakan data kuantitatif dan statistik objek melalui perhitungan ilmiah yang berasal dari sampel atau responden yang diminta menjawab atas sejumlah pertanyaan tentang survey untuk menentukan frekuensi dan presentase tanggapan mereka. Untuk metode penelitian ini menggunakan metode asosiatif kausal, dimana metode tersebut digunakan penelitian untuk mengetahui pengaruh antara dua variabel atau lebih yang bersifat sebab akibat. Hubungan atau pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y)³. Metode penelitian kuantitatif juga dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, karena

¹ Indrianto dan Bambang Supomo, *Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi* (Yogyakarta: BPFE, 2002), 92

² Masrukin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Kudus: Media Ilmu Press, 2009), 7

³ Sugiyono, *Memahami Penelitian Kuantitatif* (Bandung: Alfabeta, 2002), 76

digunakan untuk meneliti populasi dan sampel tertentu yang pengumpulan datanya menggunakan instrumen penelitian dan analisis data yang bersifat kuantitatif/ statistik.

3. Tempat dan Waktu Penelitian

Sesuai judul penelitian, lokasi penelitian berada di Obyek Wana Wisata Pantai Sowan yang terletak di seberang pantura Desa Bogorejo, Kecamatan Bancar, Kabupaten Tuban, Jawa Timur. Wana wisata Pantai Sowan merupakan salah satu tempat wisata pantai yang cukup terkenal di Kabupaten Tuban. Memiliki daya tarik wisata yang menarik bagi wisatawan, yang membuat wisata semakin ramai dikunjungi wisatawan dari daerah maupun dari luar daerah. Hal inilah yang menyebabkan peneliti memilih obyek penelitian di lokasi tersebut. Akan tetapi dari data yang diperoleh terdapat adanya penurunan jumlah pengunjung yang cukup signifikan di tahun 2018, 2019 dan 2020.

Untuk waktu dalam penelitian ini dilakukan pada 24 Januari 2023 sampai dengan 20 Februari 2023.

B. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Menurut Sugiyono, populasi merupakan generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Sedangkan pendapat dari Arikunto populasi merupakan keseluruhan dari subjek penelitian. Jadi kesimpulan dari populasi yaitu individu yang memiliki sifat yang sama walaupun prosentase kesamaan itu sedikit, atau dengan kata lain seluruh individu yang akan dijadikan sebagai objek penelitian.⁴ Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh wisatawan yang pernah berkunjung di obyek wana wisata pantai sowan Tuban minimal satu kali.

2. Sampel

Sampel merupakan bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Jika populasi cukup besar dan peneliti tidak dapat meneliti setiap anggota masyarakat, peneliti dapat menggunakan sampel dari populasi tersebut.⁵ Kesimpulan tersebut akan diterapkan pada populasi berdasarkan segala sesuatu yang diungkapkan oleh sampel tersebut. Akibatnya,

⁴ Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik* (Jakarta: Rineka Cipta, 2013), 173

⁵ Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian* (Bandung: Alfabeta, 2013), 61

sampel yang diambil dari populasi harus benar-benar mewakili populasi. Penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling* untuk pengambilan sampelnya.

Menurut Sugiyono *sampling purposive* adalah metode pengambilan sampel dengan beberapa hal yang harus dipertimbangkan tertentu.

Adapun kriteria responden yang diambil sebagai sampel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Wisatawan yang pernah mengunjungi obyek wana wisata pantai sowan Tuban minimal satu kali sejak tahun 2019
- b. Wisatawan yang berumur 18 tahun keatas

Hurlock mengklaim bahwasannya dewasa awal dimulai pada umur 18 tahun. Identitas responden dalam kuisioner, meliputi: jenis kelamin, usia, pekerjaan dan intensitas berkunjung.

Instrumen dalam penelitian ini adalah kuisioner yang disusun berdasarkan pada indikator-indikator variabel bebas, yaitu lokasi terdiri dari 11 item, promosi terdiri dari 8 item dan harga terdiri dari 7 item serta variabel terikat yaitu minat berkunjung kembali terdiri dari 3 item dan diukur menggunakan *skala likert*.

Hair, et al menyarankan bahwa ukuran sampel minimum adalah sebanyak 5-10 observasi untuk setiap *estimated parameter*. Sehingga sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 29 item x 5. Jadi jumlah minimal sampel yang digunakan adalah 145 item.⁶

C. Identifikasi Variabel

Variabel penelitian pada umumnya merupakan sesuatu hal yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti guna diidentifikasi sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya. Kemudian secara teoritis variabel adalah konsep yang bisa diukur dan memiliki variasi nilai. Variabel sendiri merupakan suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang memiliki variasi tertentu yang ditetapkan dari peneliti guna dipelajari kemudian di tarik kesimpulannya.⁷ Variabel dalam penelitian ini dibedakan dalam dua variabel, yakni:

⁶ Trisna Widjiyanto, Pengaruh Daya Tarik Wisata, Citra Wisata, Promosi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Berkunjung Kembali Wisatawan Di Objek Wisata Ketep Pass” (Skripsi, Universitas Negeri Yogyakarta, 2019), 36

⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D Cetakan Ke18* (Bandung: Alfabeta, 2013), 61

1. Variabel Bebas (*Independent Variabel*)

Variabel yang berpotensi mempengaruhi perubahan variabel dependen dan nantinya dapat memiliki hubungan positif atau negatif dengannya. Variabel dependen adalah penyebab variasi dalam variabel independen.⁸ Dalam penelitian ini terdapat variabel bebas yaitu:

- a. Lokasi (X1)
- b. Promosi (X2)
- c. Harga (X3)

2. Variabel Terikat (*Dependent Variabel*)

Variabel terikat merupakan variabel yang menjadi fokus utama pada sebuah observasi. Variabel dalam variabel dependen dan setiap perubahan selanjutnya dapat diprediksi atau dijelaskan dengan pengamatan.⁹ Variabel terikat dalam penelitian ini adalah minat berkunjung kembali (Y).

Minat beli ulang sendiri adalah kegiatan dimana pelanggan merespon secara positif terhadap kualitas pelayanan suatu perusahaan dan akhirnya memunculkan minat kunjungan ulang terhadap perusahaan tersebut.

D. Variabel Operasional

Definisi Operasional merupakan bagian yang menentukan struktur menjadi variabel yang dapat diukur, definisi operasional menunjukkan metode tertentu yang digunakan oleh peneliti dalam operasi konstruksi, yang dapat memungkinkan peneliti lain untuk mereplikasi pengukuran dengan cara yang sama atau mengembangkan pengukuran yang lebih baik untuk konstruksi.

Tabel 3.1
Definisi Operasional

No	Variabel	Definisi	Indikator	Skala
1.	Lokasi (X1) ¹⁰	Lokasi adalah struktur bisnis yang terdiri dari organisasi yang terhubung satu sama	a. Akses b. Lingkungan c. Lalu Lintas d. Visibilitas	Likert

⁸ Mudrajad Kuncoro, *Metode Riset Untuk Bisnis & Ekonomi* (Jakarta: Erlangga, 2003), 103

⁹ Mudrajad Kuncoro, *Metode Riset Untuk Bisnis & Ekonomi* (Jakarta: Erlangga, 2003), 103

¹⁰ Ari Setyaningrum, *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (Yogyakarta: Andi, 2015), 184

		lain. Ini dimulai di tempat produk dibuat dan berlanjut ke penjual akhir dengan tujuan memberikan produk dan kepemilikan kepada pengguna akhir.	e. Tempat Parkir	
2.	Promosi (X2) ¹¹	Promosi merupakan suatu tindakan yang diambil dengan maksud mempengaruhi pelanggan sehingga mereka menjadi akrab dengan produk atau jasa perusahaan dan akhirnya membelinya.	a. Periklanan (<i>Adversaing</i>) b. Penjualan Pribadi (<i>Personal Sales</i>) c. Promosi penjualan (<i>sale promotion</i>) d. Publisitas (<i>publicity</i>) e. Hubungan masyarakat (<i>pofarmanjes ia public relation</i>)	Likert
3.	Harga (X3) ¹²	Harga adalah beban atau nilai yang diperoleh konsumen dari membeli dan menggunakan suatu produk. Ini termasuk biaya finansial dari penggunaan produk serta biaya sosial non-finansial seperti waktu, tenaga, psikologi, risiko, dan prestise	a. Kesesuaian antara harga dan kualitas b. Daya saing harga c. Kesesuaian antara harga dan manfaat d. Harga yang terjangkau	Likert

¹¹ Khotler Philip, *Manajemen Pemasaran Edisi Milenium Jilid 2* (Jakarta: PT Prehallindo, 2002), 41

¹² Sofian Assauri, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Raja Grafindo Perkasa, 2012), 118

		atau gengsi sosial.		
4.	Minat Berkunjung Kembali (Y) ¹³	Minat berkunjung kembali merupakan keinginan yang kuat pengunjung untuk kembali berkunjung diwaktu yang akan datang sebagai respon langsung paska kunjungan pada waktu tertentu.	a. Rencana mengunjungi kembali b. Minat preferensi kunjungan c. Minat referensi kunjungan	Likert

(Sumber: Data yang diolah dari beberapa sumber)

1. Skala Pengukuran Variabel Penelitian

Skala pengukuran merupakan kesepakatan yang digunakan sebagai acuan untuk mengetahui panjang pendeknya interval pada alat ukur sehingga alat ukur tersebut akan menghasilkan data kuantitatif ketika digunakan dalam suatu pengukuran. *Skala Likert*, yaitu skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau kelompok terhadap fenomena sosial, digunakan untuk mengukur variabel dalam penelitian ini. Variabel yang akan diukur diubah menjadi indikator variabel dengan menggunakan *skala Likert*. Indikator tersebut kemudian digunakan untuk membuat item instrumen, yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan.

Skala *Likert* yang digunakan untuk respon setiap item instrumen berkisar dari sangat positif hingga sangat negatif. Skala *Likert* memiliki keterbatasan berikut:¹⁴

Tabel 3.2
Instrumen Skala Likert

Jawaban	Skor
Sangat Setuju	5
Setuju	4

¹³ Tengku Putri Lindung Bulan and M. Lutfi Azmi, "Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Minat Berkunjung Kembali Di Objek Wisata Ruang Terbuka Hijau Taman Hutan Kota Langsa," *Jurnal Manajemen Dan Keuangan* 8, no. 3 (2019): 318, <https://doi.org/10.33059/jmk.v8i3.2326>.

¹⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis* (Bandung: Alfabeta, 2012), 131-133

Netral	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

2. Kisi-Kisi Instrumen Penelitian

Instrumen atau alat ukur yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner yang mensyaratkan subjek untuk memberikan jawabannya. Kerangka teori konstruksi yang telah disusun sebelumnya menjadi landasan penyusunan kuesioner, yang kemudian didasarkan pada landasan teori. Bersama dengan indikator lainnya, indikator berikut dikembangkan menjadi pertanyaan atau pernyataan:

Tabel 3.3
Kisi-Kisi Instrumental

No.	Variabel	Indikator	Item
1.	Lokasi (X1)	a. Akses	1,2,
		b. Lingkungan	3
		c. Lalu Lintas	4,5,6
		d. Visibilitas	7,8
		e. Tempat Parkir	9,10,11
2.	Promosi (X2)	a. Periklanan (<i>Adversaing</i>)	12,13
		b. Penjualan Pribadi (<i>Personal Sales</i>)	14
		c. Promosi Penjualan (<i>Sale Promotion</i>)	15,16
		d. Publisitas (<i>Publicity</i>)	17
		e. Hubungan Masyarakat (<i>Pofarmanjesia Public Relation</i>)	18,19
3	Harga (X3)	a. Kesesuaian Harga	20,21
		b. Daya Saing Harga	22,23
		c. Harga Sesuai Manfaat	24,25
		d. Keterjangkauan Harga	26
4.	Minat Berkunjung Kembali (Y)	a. Rencana Mengunjungi Kembali	27
		b. Minat Preferensi Kunjungan	28
		c. Minat Referensi Kunjungan	29

(Sumber: Data yang diolah dari beberapa sumber)

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data mengacu pada prosedur dan peralatan yang digunakan peneliti untuk mengumpulkan data. Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data yang digunakan adalah sebagai berikut:¹⁵

1. Observasi (Pengamatan)

Observasi atau pengamatan merupakan teknik yang merekam fenomena yang diselidiki secara langsung dan otomatis. Penulis penelitian ini melakukan pengamatan yang jujur karena penelitian yang mereka lakukan merupakan jenis penelitian kuantitatif. Dalam hal ini, penulis dapat melakukan pengumpulan data dengan menyatakan penelitian peneliti secara teras terang kepada sumber data.

2. Dokumentasi

Strategi pemilahan informasi yang digunakan untuk mendapatkan informasi dalam penelitian ini adalah teknik dokumentasi. Strategi pendokumentasian adalah teknik yang dimulai dari menyusun objek-objek seperti sejarah, profil, dan lain-lain di kawasan wisata sisi Laut Sowan, Tuban.

3. Angket (Kuisisioner)

Salah satu pendekatan menggunakan kuisisioner untuk mengumpulkan data adalah dengan membagikan daftar pertanyaan kepada responden dengan harapan mereka akan menjawab daftar pertanyaan yang diberikan oleh peneliti. Peneliti menyediakan responden dengan kuisisioner tertutup, yang memiliki pertanyaan yang sudah dijawab dan hanya diminta untuk memilih satu tanggapan. Kuisisioner penelitian ini dikirim ke responden.

4. Wawancara

Wawancara, juga dikenal sebagai komunikasi langsung melalui penggunaan pertanyaan yang diajukan kepada informan atau informal. Ketika peneliti atau pengumpul data sudah yakin dengan informasi yang akan dikumpulkan, wawancara terstruktur digunakan sebagai metode pengumpulan data. Alhasil, saat mewawancarai masyarakat, pengumpul data sudah menyiapkan instrumen penelitian berupa pertanyaan tertulis dengan jawaban alternatif. Pengumpul data mencatat tanggapan masing-masing responden selama wawancara terstruktur ini. Pengumpulan data dapat menggunakan beberapa pewawancara sebagai pengumpul

¹⁵ Deni Darmawan, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2013), 159

data dengan wawancara terstruktur ini, memastikan setiap pewawancara memiliki keterampilan yang sama; calon pewawancara harus dilatih.

E. Teknik Analisis Data

Kata *analysis* berasal dari bahasa Greek, terdiri dari kata “*ana*” dan “*lysis*”. *Ana* artinya atas (*above*), *lysis* artinya memecahkan atau menghancurkan. Secara definitif ialah: “*analysis is a process of resolving data into its constituent components to reveal its characteristic elements and structure*” yang dikemukakan oleh Ian Dey.

Kerlinger adalah tokoh penelitian kuantitatif, dia menjelaskan analisis data sebagai berikut “*analysis means the categorizing, ordering, manipulating and summarizing of data to abotain answer to research quetions*”. Menurut definisi ini, analisis data mencakup berbagai tugas yang mengkategorikan, mengatur, memanipulasi, meringkas, dan tabulasi data untuk menemukan solusi untuk masalah penelitian.¹⁶

Tujuan utama analisis data dalam penelitian kuantitatif adalah meringkas dan menginterpretasikan data dengan cara yang mudah dipahami sehingga hubungan antar masalah penelitian dapat dipelajari dan diuji. Dengan menggunakan bantuan SPSS 20 for Windows, tujuan analisis data dalam penelitian kuantitatif adalah untuk menemukan makna dalam data dengan mengenali subjeknya. Adapun analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Analisis Deskriptif

Sugiyono mendefinisikan “analisis deskriptif sebagai analisis data yang tidak bertujuan untuk membuat generalisasi atau kesimpulan tentang umur, jenis kelamin, tingkat pendidikan terakhir, atau pendapatan, melainkan mendeskripsikan atau menarik kesimpulan dari data yang telah dikumpulkan dalam keadaan sekarang”.

Penyajian data dalam bentuk tabel, grafik, pie chart, dan piktogram, perhitungan modus, median, dan mean (ukuran tendensi sentral), perhitungan desil dan persentil, perhitungan distribusi data melalui perhitungan rata-rata dan standar deviasi, dan perhitungan persentase semuanya termasuk dalam statistik deskriptif. Dalam statistik deskriptif, Anda juga dapat menggunakan analisis korelasi untuk menentukan kekuatan

¹⁶ Moh. Kasiran, *Metodologi Penelitian Kualitatif-Kuantitatif* (Malang: UIN Maliki Press, 2010), 353-254

hubungan antar variabel, analisis regresi untuk membuat prediksi, dan rata-rata sampel atau perbandingan data populasi untuk membuat perbandingan.¹⁷

2. Uji Validitas dan Uji Reabilitas Instrumen

a. Uji Validitas

Menurut Sugiyono instrumen yang sah menyiratkan perangkat ukuran yang digunakan untuk mendapatkan informasi (ukuran sah)¹⁷. Valid berarti perangkat dapat digunakan untuk mengukur dengan hati-hati dalam waktu yang lama. Untuk itu diperlukan uji reliabilitas dan validasi. Sejauh mana suatu alat ukur mampu mengukur apa yang hendak diukur ditunjukkan dengan validasi. Uji signifikansi dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel untuk *degree of freedom* (df) = $n-2$. Uji signifikansi koefisien korelasi pada tahap signifikansi adalah 0,05, jadi memang suatu item dianggap valid jika berkorelasi signifikan terhadap skor total. Untuk menguji apakah masing-masing indikator valid atau tidak maka bisa dilihat pada tampilan *output Cronbach Alpha* pada kolom *Correlated Item Total Correlation* > dari r tabel. Item, pertanyaan, atau indikator dianggap valid jika r hitung lebih besar dari r tabel dan bernilai positif. Hasil uji non responden untuk setiap item pernyataan pada penelitian ini dianggap valid sehingga dapat digunakan pada penelitian selanjutnya.

b. Uji Reabilitas

Menurut Sugiyono uji reliabilitas instrumen eksternal atau internal keduanya dimungkinkan. Instrumen andalan adalah instrumen yang bila digunakan beberapa kali dapat dikuantifikasi barang serupa, akan memberikan informasi serupa. Untuk analisis reliabilitas sendiri dapat menunjukkan sejauh mana alat pengukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan.¹⁸ Uji statistik *Cronbach Alpha* dapat digunakan untuk melakukan uji reliabilitas dengan program SPSS. Mengenai kriteria instrumen dikatakan reliabel apabila diperoleh nilai selama proses pengujian uji statistik

17 Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, 147-148

18 Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, 131

Cronbach Alpha > 0,70, dan jika *Cronbach Alpha* ditemukan angka koefisien <0,70 maka dikatakan tidak reliabel.¹⁹

Akan tetapi menurut Triton, apabila skala itu dikelompokkan kedalam lima kelas dengan kisaran yang sama, maka ukuran kemantapan alpha dapat ditunjukkan sebagai berikut.²⁰

- 1) Nilai alpha Cronbach 0,00 s.d 0,20 berarti kurang reliabel
- 2) Nilai alpha Cronbach 0,21 s.d 0,40 berarti agak reliabel
- 3) Nilai alpha Cronbach 0,41 s.d 0,60 berarti cukup reliabel
- 4) Nilai alpha Cronbach 0,61 s.d 0,80 berarti reliabel
- 5) Nilai alpha Cronbach 0,81 s.d 1,00, berarti sangat reliabel

Dengan hasil di atas koefisien <0,70, tes non-responden ditemukan dapat diandalkan dalam penelitian ini, sehingga cocok untuk penelitian selanjutnya.

3. Analisis Uji Prasyarat

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk memastikan distribusi normal dari residual atau faktor perancu dalam model regresi. Distribusi data (titik-titik) pada sumbu diagonal grafik atau histogram residual pada prinsipnya dapat digunakan untuk menentukan normalitas.

Adapun dasar dalam pengambilan keputusan sebagai berikut:

- 1) Model regresi memenuhi asumsi normalitas jika data menyebar sepanjang garis diagonal dan bergerak ke arah tersebut, atau jika grafik histogram menampilkan pola distribusi normal.
- 2) Model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas jika data menyebar jauh dari garis diagonal dan bergerak tidak mengikuti arah tersebut, atau jika grafik histogram tidak menunjukkan pola distribusi normal.²¹

b. Uji Linearitas

Uji linearitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya hubungan linear antara variabel independen dan dependen. Interpretasinya adalah dengan melihat kolom signifikansi pada baris *Deviation From Linearity* pada tabel

¹⁹ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Progam IBM SPSS 19*, 47

²⁰ Trianto, *Mendesain Model Pembelajaran Inovatif Progresif* (Surabaya: Kencana, 2009), 97

²¹ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Edisi 8* (Semarang: Universitas Diponegoro, 2013), 103-156

Anova, jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka linear dan jika kurang dari $0,05$ maka nonlinear, jika berdasarkan perbandingan nilai Fhitung lebih kecil dari Ftabel maka hubungan variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y) dinyatakan linier, sebaliknya jika Fhitung $> Ftabel$ maka hubungan variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y) dinyatakan non-linier²²

c. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas, menurut Ghozali, digunakan untuk memastikan apakah faktor-faktor independen berkorelasi. Dalam model regresi yang layak, seharusnya tidak ada korelasi antara variabel independen. Jika faktor-faktor independen berkorelasi, maka variabel ini tidak ortogonal. Untuk variabel ortogonal yang merupakan variabel bebas, nilai korelasi antara keduanya adalah nol. Pengujian nilai Variance Inflation Factor (VIF) dan nilai tolerance dapat digunakan untuk mendeteksi tanda-tanda multikolinieritas pada model regresi yang digunakan dalam penelitian ini. Jika nilai VIF kurang dari 10 dan nilai tolerance lebih dari 0,10 maka gejala multikolinearitas tidak muncul.²³

d. Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah model regresi menunjukkan ketidaksamaan varians dan residual antar pengamatan. Homoskedastisitas adalah varian antara residual satu pengamatan dan pengamatan lain adalah sama, sedangkan heteroskedastisitas adalah perbedaan.

Dengan melihat grafik Scatterplot antara SRESID dan ZPRED, dimana sumbu Y merepresentasikan prediksi Y dan sumbu X merepresentasikan residual (perkiraan Y - Y sebenarnya), dapat ditentukan ada atau tidaknya heteroskedastisitas. Tidak terjadi heteroskedastisitas pada suatu regresi jika titik-titik pada grafik tersebar di atas dan di bawah garis 0 (nol) pada sumbu Y.²⁴

²² Sahid Raharjo, *Belajar Praktek Analisis Multivariate dengan SPSS: Edisi Pertama*, 2013. Diunduh pada tanggal 19 Desember 2022 di alamat www.konsistensi.com/2013/download-ebook-analisis-multivariate.html

²³ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Progam IMB SPSS 19* (Semarang: Badan Penerbit-Undip, 2011), 105

²⁴ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Progam IMB SPSS 19*, 139

4. Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi pada dasarnya adalah studi tentang bagaimana variabel dependen (terikat) bergantung pada satu atau lebih variabel independen (variabel penjelas atau bebas) dengan tujuan memperkirakan rata-rata populasi atau nilai rata-rata dari variabel dependen berdasarkan nilai variabel independen yang diketahui. Hasil Analisis regresi menggunakan koefisien untuk masing-masing variabel independen.²⁵ Analisis regresi berganda penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana variabel dependen (minat berkunjung kembali) dipengaruhi oleh variabel independen (lokasi, promosi dan harga).

Persamaan regresi berganda yang digunakan dalam penelitian ini memiliki bentuk umum sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan:

Y	= Minat Berkunjung Kembali
a	= Konstanta
e	= Tingkat Kesalahan (Standard error)
X ₁	= Lokasi
X ₂	= Promosi
X ₃	= Harga
b ₁	= Koefisien Regresi Variabel Lokasi
b ₂	= Koefisien Regresi Variabel Promosi
b ₃	= Koefisien Regresi Variabel Harga

5. Uji Hipotesis

Mengetahui apakah faktor independen (lokasi, promosi, dan harga) berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (minat berkunjung kembali) merupakan tujuan dari pengujian hipotesis. Berikut uji statistik yang dilakukan untuk mendukung hipotesis penelitian:

a. Uji t

Tujuan pengujian ini adalah untuk memastikan apakah variabel dependen (Y) dalam model regresi dipengaruhi secara signifikan sebagian oleh variabel independen. Pada analisis regresi, rumus menghitung t adalah sebagai berikut:

$$t \text{ hitung} = \frac{b_i}{S_{b_i}}$$

²⁵ Damodar Gujarati, *Ekonometri Dasar Terjemahan: Sumarno Zain* (Jakarta: Erlangga, 2003), 136

Keterangan:

b_i = Koefisien regresi variabel i

S_{b_i} = Standar error variabel i

Pengajuan koefisien regresi variabel:

- 1) Menentukan Hipotesis
 - H_0 = Secara parsial tidak ada pengaruh
 - H_a = Secara parsial ada pengaruh
- 2) Menentukan Tingkat Signifikansi
 - Tingkat signifikansi menggunakan 0,05 ($\alpha = 5\%$)
- 3) Kriteria Pengujian
 - H_0 diterima jika $-t_{\text{tabel}} \leq t_{\text{hitung}} \leq t_{\text{tabel}}$
 - H_a ditolak jika $-t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$ atau $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$

b. Uji f

Tujuan pengujian ini adalah untuk memastikan apakah semua variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen atau tidak. Rumus di bawah ini dapat digunakan untuk mencari F hitung.

$$f_{\text{hitung}} = \frac{R^2 / K}{(1 - R^2) / (n - k - 1)}$$

Keterangan:

R^2 = Koefisien Determinasi

n = Jumlah Data Atau Kasus

k = Jumlah Variabel Independen

Tahap-tahap unyuk melaksanakan Uji F adalah:

- 1) Merumuskan Hipotesis
 - H_0 = Tidak ada pengaruh antara variabel-variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen
 - H_a = Ada pengaruh antara variabel-variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen.
 - 2) Menentukan Tingkat Signifikansi
 - Tingkat signifikansi menggunakan 0,005 ($\alpha = 5\%$)
 - 3) Kriteria Pengujian
 - H_0 diterima jika $F_{\text{hitung}} \leq F_{\text{tabel}}$
 - H_a ditolak jika $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$
- c. Uji Koefisien Determinasi (*Adjusted R^2*)
- Analisis determinasi digunakan untuk mengetahui persentase kontribusi variabel independen secara simultan terhadap variabel dependen, koefisien ini

menunjukkan seberapa besar persentase variasi variabel independen yang digunakan dalam model mampu menjelaskan variasi variabel dependen. R^2 sama dengan 0, menunjukkan bahwa baik variasi variabel independen yang digunakan dalam model maupun kontribusi pengaruh yang diberikan oleh variabel independen terhadap variabel dependen sama sekali tidak menjelaskan variabel dependen. Jika R^2 tidak sama dengan 1, maka pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat sempurna, atau variasi variabel bebas dalam model sepenuhnya memperhitungkan variasi dalam variabel terikat.²⁶



²⁶ Duwi Priyanto, *Paham Analisis Statistik Data Dengan SPSS* (Yogyakarta: Mediakom, 2010), 66-69