

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini adalah jenis penelitian *field research*. Dengan mengarahkan objek penelitian di daerah atau lokasi penelitian yang telah ditentukan. Umumnya sasaran penelitian ini merupakan penduduk desa ataupun kota dengan terlihat gejala dan fakta yang ada dalam masyarakat tersebut.¹¹⁴ Untuk memperoleh data primer dilakukan dengan cara penelitian langsung di lapangan, kemudian membagikan kuesioner ataupun wawancara. Tujuan yang dilakukan penelitian ini adalah guna mengetahui apakah daya tarik, strategi *positioning* dan *memorable tourism experience* berpengaruh terhadap keputusan berkunjung pada objek wisata seribu batu semliro Desa Rahtawu.

2. Pendekatan Penelitian

Pendekatan pada penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Pendekatan kuantitatif didasari oleh *logical positivism* yang berjalan dengan peraturan ketat yang berkaitan dengan logika, kebenaran, hukum dan prediksi. Pendekatan kuantitatif mengutamakan adanya variabel sebagai objek penelitian dan kemudian variabel itu didefinisikan dalam bentuk operasionalisasi tiap variabel. Penelitian kuantitatif membutuhkan adanya uji hipotesis yang akan menentukan tahap selanjutnya seperti penentuan teknik analisis dan formula statistik yang akan digunakan.¹¹⁵

B. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah suatu wilayah yang digeneralisasikan yang terdiri dari subjek/objek dengan jumlah dan karakteristik tertentu yang peneliti tentukan, apa yang dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Menurut Sugiyono, populasi adalah sekumpulan subjek atau

¹¹⁴ Syarum dan Salim, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, (Bandung: Citapustaka Media, 2012). hlm 54

¹¹⁵ Dr. H. Salim, M. Pd., Dr. Haidir, S.Ag., M.Pd., *Penelitian Pendidikan (Metode, Pendekatan dan Jenis)*, (Jakarta: Kencana, 2019) hlm. 23

sekumpulan objek penelitian, yang dapat berupa orang, benda, hal-hal yang dapat diperoleh dan/atau dapat memberikan informasi (data) penelitian.¹¹⁶

Pada penelitian ini yang menjadi populasi adalah pengunjung objek Wisata Seribu Batu Semliro Desa Rahtawu. Populasi ini merupakan populasi yang tidak dapat diketahui (tak terhingga). Jadi, dalam penelitian ini penulis membatasinya pada periode 1 bulan. Berdasarkan periode 1 bulan terakhir yaitu November 2022 dapat diketahui rata-rata wisatawan yang mengunjungi destinasi Seribu Batu Semliro dalam 1 bulan sebanyak 5.520 wisatawan.

2. Sampel

Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik, atau bisa juga disebut sampel itu sebagian kecil dari populasi yang diambil menurut prosedur tertentu dan dapat mewakili seluruh populasi. Sasaran yang memiliki karakteristik yang sama dengan populasi. Sampel digunakan bila populasi yang akan diteliti besar dan tidak mungkin dapat mempelajari seluruh populasi. Masalah ini dapat terjadi mungkin karena keterbatasan sumber daya, tenaga dan waktu peneliti. Sampel yang digunakan dari populasi harus benar-benar mewakili populasi yang diteliti.¹¹⁷

Sampel dalam penelitian ini diambil secara kebetulan, siapapun yang tidak sengaja bertemu dengan peneliti maka bisa dijadikan sebagai sampel atau disebut dengan metode *teknik sampling aksidental*.¹¹⁸

Pada penelitian ini menggunakan rumus slovin berdasarkan taraf tingkat ketidakteelitian/ kesalahan 10% (0,1), dalam menentukan banyak sampel wisatawan yang berkunjung ke objek wisata seribu batu semliro.

Berikut rumus yang digunakan pada penentuan sampel¹¹⁹:

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

Keterangan :

n : ukuran sampel

N : ukuran populasi

e : kelonggaran ketidakteelitian

¹¹⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D*, 80

¹¹⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D*, 81

¹¹⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D*, 85

¹¹⁹ Husein Umar, *METODE RISET BISNIS*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2002), 141

$$n = \frac{5.520}{1+5.520(0,1)^2}$$

$$n = \frac{5.520}{1+55,2}$$

$$n = \frac{5.520}{56,2}$$

$$n = 98, 220$$

Berdasarkan perhitungan yang telah diuraikan di atas diperoleh sampel dengan jumlah 98,220 hasil tersebut dibulatkan menjadi 99 responden dengan tingkat ketidakteelitian 10%. Jadi, pada penelitian ini dibutuhkan sampel 99 wisatawan yang berkunjung ke objek Wisata Seribu Batu Semliro Desa Rahtawu yang telah memenuhi kriteria yang telah ditentukan.

C. Identifikasi Variabel

1. Desain Variabel

Variabel dalam penelitian adalah atribut, karakteristik, objek, nilai seseorang dan aktivitas dengan variasi tertentu, yang dirancang oleh peneliti sebagai bahan penelitian yang dapat ditarik kesimpulannya.¹²⁰

Berdasarkan hubungan antara satu variabel dengan variabel lainnya dibedakan sebagai berikut:

a. Variabel Independen

Adalah jenis variabel yang mempengaruhi variabel lainnya. Variabel independen merupakan variabel yang mempengaruhi atau dapat menyebabkan perubahan yang mengakibatkan timbulnya variabel dependen (terikat). Dalam penelitian ini yang dijadikan sebagai variabel independen antara lain Daya Tarik (X1), *Strategy Positioning* (X2), dan *Memorable Tourism Experience* (X3).

b. Variabel Dependen

Adalah jenis variabel yang telah dipengaruhi oleh adanya variabel bebas atau variabel terikat. Variabel dependen atau variabel terikat merupakan variabel yang terjadi yang disebabkan karna adanya variabel bebas.¹²¹ Variabel dependen yang digunakan dalam penelitian ini adalah keputusan berkunjung (Y).

¹²⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, 38

¹²¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Manajemen*, (Bandung: Alfabeta, 2018), 96-97

2. Variabel Operasional

Variabel operasional didefinisikan sebagai variabel secara operasional berdasarkan karakteristik atau menggambarkan dan mendeskripsikan variabel penelitian secara spesifik dan terukur.¹²² Adapun konsep identifikasi operasional pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 3.1
Definisi Operasional

No	Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Sumber
1	Daya Tarik (X1)	Sesuatu yang dimiliki objek wisata yang berupa keunikan, keindahan dan nilai keanekaragaman kekayaan alam, budaya dan buatan yang menjadi objek atau tujuan kunjungan wisata. ¹²³	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Attraction</i> 2. <i>Accessibility</i> 3. <i>Ammenity</i> 4. <i>Ancilliary</i> 	Cooper, <i>et al.</i> , <i>Tourism, Principles and Prantice</i> , (London: Logman, 1995) yang digunakan dalam penelitiannya Amanda M Tingginehe, <i>et., al</i>
2	<i>Strategy Positioning</i> (X2)	Langkah untuk merancang produk dan merek sedemikian rupa sehingga memiliki posisi yang berharga	<ol style="list-style-type: none"> 1. Nilai 2. Keunikan 3. Kredibilitas 4. Keberlanjutan 5. Kesesuaian 	AB Susanto & Himawan, <i>Power Branding</i> , (Jakarta: Quantum Manajemen

¹²² Yusnia Lubis, *et al.*, *Manajemen dan Riset*, (Surabaya: Media Sahabat Cendekia, 2019), 202

¹²³ Sariana Hollandita P, “Pengaruh Daya Tarik Wisata, Fasilitas dan Aksesibilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Ke Objek Wisata Pantai Bali Lestari”, *Jurnal Creative Agung*, Vol.12(2), 2022

		di benak konsumen. ¹²⁴		& Bisnis, 2004) yang digunakan dalam penelitiannya Erni Yuningsih dan Erni Kusmiarti.
3	<i>Memorable Tourism Experience (X3)</i>	Pengalaman perjalanan yang memperkuat kenangan menyenangkan dari pengalaman berpariwisata atau pengalaman tujuan. ¹²⁵	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Hedonism</i> 2. <i>Novelty</i> 3. <i>Local culture</i> 4. <i>Refreshment</i> 5. <i>Meaningfullnes</i> 6. <i>Involment</i> 7. <i>Knowledge</i> 	Zhang <i>et al.</i> , "A Model of Perceifed Image, Memorable Tourism Experince and Revisit Intention", <i>Journal of Destination Marketing & Manageme nt</i> , 2018 yang digunakan dalam penelitiannya Sabila N.H, <i>et al.</i> ,
4	Keputusan Berkunj	Sikap akhir yang pasti	1. Adanya kebutuhan atau	Doni Hariadi,

¹²⁴ Erni Yuningsih, Erni Kusmiarti, "Keputusan Berkunjung Berdasarkan Pendekatan Positioning Wisata Edukasi Pada Musium Di Kota Bogor", *Jurnal Visionida*, Vol.5(2), 2019

¹²⁵ Aninda M, Eny E, Adi S, "Pengaruh Memorable Tourism Experience (MTE) Terhadap Affective Commitmen Dan Behavior Storytelling", *Jurnal of Tourism and Creativity*, Vol.5 (1), 2021

	ung (Y)	dilakukan konsumen terkait mengambil tindakan guna memenuhi keinginan dan kebutuhannya. ¹²⁶	keinginan 2. Keputusan berkunjung atas dasar informasi yang berkaitan kebutuhan atau keinginan 3. Keputusan membeli setelah melakukan penilaian dan seleksi terhadap berbagai alternatif.	Pengaruh Produk, Harga, “Promosi dan Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Projector Microvisio n”, <i>Jurnal Ilmu & Riset Manajemen</i> , 2013
--	---------	---	---	--

D. Teknik Pengumpulan Data

Dalam melakukan penelitian ada beberapa metode pengumpulan data, antara lain melalui penyebaran kuesioner (angket), wawancara, dan observasi lapangan secara langsung. Dalam penelitian ini, penulis memperoleh data dari data primer. Data primer merupakan informasi yang diperoleh selama penyebaran kuesioner.¹²⁷

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan angket atau kuesioner. Metode angket merupakan metode pengumpulan data menggunakan daftar pertanyaan yang disusun sistematis kemudian diberikan dan diisi oleh responden. Metode angket dibagi menjadi dua jenis yaitu metode angket terbuka dan metode angket tertutup. Penelitian ini menggunakan jenis metode angket tertutup yang dimana peneliti mengajukan pertanyaan serta menyediakan jawaban terbatas kemudian responden menjawab pertanyaan tersebut hanya memilih jawaban yang sudah tersedia.¹²⁸

¹²⁶ Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen*, (Jakarta: Ghalia, 2003), hlm. 289

¹²⁷ V Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*, (Yogyakarta: Pustaka Baru, 2015) hlm. 156

¹²⁸ Sarmanu, *Dasar Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Statistika*, (Surabaya: Airlangga University Press, 2017) hlm. 5

Metode angket (kuesioner) dalam penelitian ini menggunakan skala likert. Menurut Sugiyono, fungsi digunakannya skala likert untuk mengukur sikap, persepsi, pendapat seseorang atau sekelompok orang terhadap kenyataan fenomena sosial yang secara eksplisit didefinisikan oleh peneliti, kemudian dijadikan sebagai variabel penelitian. Dengan skala likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan.¹²⁹ Untuk mempermudah prosedur pemberian nilai skor pernyataan yang termasuk dalam kategori skala likert adalah sebagai berikut:

Tabel 3 2
Instrument Skala Likert

No.	Pertanyaan	Skor
1.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1
2.	Tidak Setuju (TS)	2
3.	Ragu-Ragu/ Netral	3
4.	Setuju (S)	4
5.	Sangat Setuju (SS)	5

E. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data pada penelitian ini menggunakan teknik kuantitatif. Teknik kuantitatif ini menggunakan analisis *Statistical Package For The Social Science* (SPSS). SPSS adalah program perangkat lunak atau aplikasi yang bisa digunakan untuk mengolah, menghitung, dan menganalisis data untuk keperluan statistik.¹³⁰ Berikut teknik analisis data pada penelitian ini sebagai berikut:

1. Uji Validitas dan Realibilitas

a. Uji Validitas

Uji validitas yaitu suatu pengujian yang mengukur ketelitian dan ketepatan suatu variabel yang berhubungan

¹²⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2013), hlm: 93

¹³⁰ Jubilee Enterprise, *Lancar Menggunakan SPSS Untuk Pemula*, (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2018) hlm. 13

dengan kinerjanya dalam suatu penelitian. Imam Ghazali menyatakan bahwa uji validitas menunjukkan valid atau tidaknya kuesioner dalam penelitian.¹³¹ Untuk menentukan layak atau tidaknya suatu pernyataan, biasanya dilakukan uji signifikansi koefisien korelasi pada taraf signifikan 0,05 artinya suatu butir dianggap valid jika skor total $> 0,05$.

Uji signifikansi dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung yang didefinisikan dengan df (*degree of freedom*) = $n-k$, dimana n = jumlah sampel dan k adalah jumlah konstruk. Jika r_{hitung} (untuk setiap butir yang muncul di kolom korelasi item-total yang dikoreksi) $> r_{tabel}$ dan bernilai positif, jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ sehingga dinyatakan tidak berlaku dan bernilai negatif.¹³²

b. Uji Reliabilitas

Pada dasarnya uji reliabilitas mengukur variabel yang digunakan oleh pertanyaan atau pernyataan yang digunakan. Uji reliabilitas dilakukan dengan membandingkan nilai *Cronbachs Alpha* dengan taraf signifikansi yang digunakan. Jika *Cronbachs Alpha* $> 0,70$ (tingkat signifikan), maka variabel instrumen dapat dikatakan reliabel atau konsisten dalam pengukurannya.¹³³

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi menemukan adanya korelasi antar variabel independen. Model regresi yang baik seharusnya tidak ada korelasi antar variabel independen. Jika variabel independen berkorelasi, maka variabel tersebut tidak ortogonal. Variabel orthogonal adalah variabel independen yang memiliki nilai korelasi nol antara variabel independen¹³⁴

Pengujian apakah model regresi memiliki gejala multikolinieritas, lihat nilai-nilai *tolerance* dan *variance inflation factor* (VIF). Jika ditemukan korelasi yang kuat antara

¹³¹ PROF. DR. Romansyah Sahabuddin, M.Si., *et al.*, *Pengantar Statistika*, (Makassar: Liyan Pustaka Ide, 2021) hlm. 214

¹³² Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*, (Semarang: Badan Penerbit Diponegoro, 2011), hlm. 53

¹³³ Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23*, (Semarang: Badan Penerbit Diponegoro, 2016), hlm. 48

¹³⁴ Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*, 105

variabel independen, maka hubungan antara variabel independen dan variabel dependen terputus dengan nilai $tolerance \geq 0,10$ dan $VIF \leq 10$ menyatakan bahwa tidak terdapat multikolinearitas antar variabel independen dalam model regresi.¹³⁵

b. Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan pengujian untuk mengukur apakah residual atau variabel pengganggu diperoleh memiliki distribusi normal sehingga dapat dipakai dalam statistik. Uji normalitas data bertujuan untuk mengetahui apakah distribusi data yang diperoleh dengan penyebaran angket atau kuesioner kepada responden penelitian yang terdiri dari beberapa unsur yang mewakili beberapa pihak (sub populasi) yang berdistribusi normal atau tidak normal.¹³⁶

Ada dua cara untuk mengidentifikasi apakah residual berdistribusi normal atau tidak, yaitu analisis grafis dan uji statistik.

a. Analisis grafis

Analisis grafis adalah analisis yang digunakan untuk memeriksa plot histogram dan membandingkan data pengamatan dengan distribusi yang mendekati distribusi normal.

b. Analisis statistik

Analisis statistik yang digunakan dalam memprediksi bahwa ada asumsi yang salah dalam hasil pembacaan grafik untuk menentukan tes normal. Pengujian ini dapat dilakukan berdasarkan persyaratan yang digunakan oleh Kolmogrov Smirnov, antara lain:

H_0 = nilai sig > 0,05 (maka terdistribusi normal).

H_a = nilai sig < 0,05 (maka tidak terdistribusi).¹³⁷

c. Uji heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas berguna untuk melihat perbedaan varian dari varian residual dari seluruh observasi dalam regresi linier. Jika asumsi heteroskedastisitas tidak terpenuhi maka model regresi dikatakan tidak valid. Uji

¹³⁵ Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*, 106

¹³⁶ Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*, 160

¹³⁷ Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*, 161

heteroskedastisitas penting dilakukan untuk mengetahui apakah regresi linier menyimpang dari asumsi klasik bahwa model regresi harus memenuhi persyaratan tidak ada heteroskedastisitas. Metode berikut dapat digunakan dalam pengujian ini:¹³⁸

1) Metode scatter plot

Metode ini digunakan untuk memeriksa plot grafis antara variabel independen dan nilai residunya.

2) Uji park

Metode ini digunakan untuk mempelajari nilai sig variabel independen dengan ketentuan sebagai berikut; jika variabel independen memiliki nilai sig lebih kecil dari 0,05 (5%), maka terjadinya heteroskedastisitas, tetapi jika nilai sig variabel bebas \geq 0,05 (5%) maka tidak akan terjadi heteroskedastisitas.

3. Uji Hipotesis

a. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier adalah analisis hubungan antara dua variabel dengan menggunakan data numerik, dengan asumsi hubungan antara dua variabel bersifat linier. Analisis regresi linier berganda meneliti hubungan linier antara beberapa variabel bebas (X_1, X_2, \dots, X_n) dengan satu variabel terikat (Y) sekaligus. Model persamaannya ditulis sebagai berikut:¹³⁹

$$Y = a + (b_1X_1) + (b_2X_2) + (b_3X_3) + \dots (b_nX_n)$$

Dimana dalam penelitian ini yaitu:

Y = keputusan berkunjung

X_1 = daya tarik

X_2 = strategi *positioning*

X_3 = *memorable tourism experience*

b_1 = koefisien daya tarik

b_2 = koefisien strategi *positioning*

b_3 = koefisien *memorable tourism experience*

a = konstanta

¹³⁸ Masrukin, *Statistik Inferensial Aplikasi Program SPSS*, (Kudus: Media Ilmu Press, 2014) hlm. 41

¹³⁹ V Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*, 43

4. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) adalah suatu ukuran yang bertujuan agar mengetahui ketepatan hubungan antara variabel bebas (independen) dan variabel terikat (dependen) dalam persamaan regresi. Dengan kata lain koefisien determinasi menunjukkan kemampuan variabel bebas X ($X_1, X_2, X_3 \dots X$) dalam menjelaskan variabel Y yang merupakan variabel terikat. Semakin tinggi nilai koefisien determinasi maka semakin baik variabel X dapat menjelaskan atau menerangkan variabel Y.¹⁴⁰

5. Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Tujuan dari pengujian hipotesis ini adalah untuk mengetahui bagaimana parameter-parameter tersebut diinterpretasikan secara bersama-sama, yaitu seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara bersama-sama. Pengujian dilakukan dengan uji F-hitung, dimana nilai pada F-tabel dibandingkan dengan nilai F yang dihitung pada tabel analisis variansi. Berikut kriteria pengujian hipotesis ini yaitu:

1. Bila $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak
2. Bila $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_0 diterima¹⁴¹

6. Uji Signifikansi Parameter Parsial (Uji t)

Tujuan uji-t adalah untuk mengetahui apakah variabel independen berpengaruh secara parsial terhadap variabel dependen (sendiri). Uji-t dilakukan dengan membandingkan nilai t-hitung dengan t-tabel. Kriteria evaluasi uji-t adalah sebagai berikut:

- Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka variabel independen yang diuji berpengaruh secara parsial terhadap variabel dependen.
- Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka variabel independen yang diuji tidak berpengaruh secara parsial terhadap variabel dependen.

Jika penelitian yang dilakukan memiliki hipotesis penelitian, maka menurut hipotesis penelitian, variabel bebas secara parsial mempengaruhi variabel terikat jika nilai probabilitas signifikansi kurang dari 0,05 (5%). Hipotesis diterima jika tingkat signifikansi

¹⁴⁰Suharyadi, Purwanto S.K, *STATISTIKA: Untuk Ekonomi dan Keuangan Modern*, (Penerbit Salemba Empat: Jakarta, 2009), hlm. 217

¹⁴¹Slamet Riyanto, S.T., M.M., Dr. Aglis Andhita Hatmawan, S.E., M.M., *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan, dan Eksperimen*, hlm. 142

$< 0,05$ dan hipotesis ditolak jika tingkat signifikansi $> 0,05$. Berikut kriteria yang dilakukan dalam uji t ini yaitu:

- a. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak
- b. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima¹⁴²



¹⁴² Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*, hlm. 98