

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Rancangan Penelitian

Penelitian ini berfokus pada pengujian hipotesis sehingga pendekatan yang digunakan yaitu pendekatan kuantitatif. Jenis penelitian menggunakan verifikatif. Penelitian jenis verifikatif digunakan dengan tujuan melakukan pengujian teori atau hasil penelitian terdahulu, sehingga didapatkan hasil apakah mendukung atau tidak mendukung teori atau hasil penelitian terdahulu (Riyanto & Hatmawan, 2020). Pengujian instrumen menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas dalam penelitian ini.

Dalam penelitian ini populasinya adalah wisatawan yang pernah melakukan kunjungan terhadap objek wisata heritage Candi Borobudur/ Candi Prambanan dengan jumlah populasinya tidak diketahui dengan pasti. Pengambilan sampel menggunakan teknik *convenience sampling*. Skala *Bipolar Adjective* digunakan dalam penelitian ini. Pengumpulan data dilakukan dengan teknik menyebarkan angket melalui *Google Form*. SEM-PLS digunakan sebagai metode analisis data, dan melakukan uji hipotesis yang berupa uji t dan uji mediasi.

3.2. Subjek dan Objek Penelitian

Subjek dalam penelitian ini yaitu wisatawan yang sudah melakukan kunjungan di Candi Borobudur/ Candi Prambanan. Sedangkan objek dalam

penelitian ini yaitu pengaruh *perceived authenticity* terhadap *revisit intention* yang dimediasi oleh *involvement*.

3.1. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel

3.3.1 Variabel Penelitian

Tiga variabel digunakan dalam penelitian ini terdiri dari satu variabel Y yaitu *revisit intention*, satu variabel X yaitu *perceived authenticity*, dan satu variabel M yaitu *involvement*.

3.3.2 Definisi Operasional Variabel

Penelitian ini menggunakan variabel antara lain:

a. *Revisit Intention* (Y)

Mengacu pada pendapat Hamid *et al.*, (2021) *revisit intention* didefinisikan sebagai perilaku wisatawan akan kembali melakukan kunjungan pada destinasi wisata heritage yang memiliki *perceived authenticity* terhadap destinasi yang telah dikunjungi sebelumnya pada waktu yang akan datang jika wisatawan memiliki kesempatan. Variabel *revisit intention* diukur menggunakan indikator yang mengadopsi dan adaptasi dari X. Chen *et al.*, (2020) sebagai berikut:

1. Jika ada kesempatan, wisatawan akan datang ke destinasi wisata heritage lagi.
2. Wisatawan akan selalu memperimbangkan destinasi wisata heritage sebagai pilihan tujuan utama.

1. Wisatawan memiliki niat yang kuat untuk mengunjungi destinasi wisata heritage lagi.

a. *Perceived Authenticity (X)*

Menurut dari konsep yang disampaikan Zeng *et al.*, (2012) *perceived authenticity* merupakan identitas yang melekat pada objek wisata *authenticity* tentang hal yang nyata. Pengukuran indikator *perceived authenticity* yang mengadopsi dan adaptasi dari Lu *et al.*, (2015) sebagai berikut:

1. Destinasi wisata *heritage* memiliki arsitektur bersejarah yang terpelihara dengan baik.
2. Destinasi wisata *heritage* merupakan penggambaran otentik kehidupan/ adat-istiadat zaman dahulu.
3. Destinasi wisata *heritage* menyajikan sejarah/ budaya lokal dengan sangat baik.
4. Destinasi wisata *heritage* membangkitkan perasaan sejarah/ budaya yang otentik.

b. *Involvement (M)*

Mengacu dari konsep Havitz & Dimanche (1990) dijelaskan *involvement* sebagai perilaku wisatawan terlibat dalam kegiatan pariwisata *heritage* yang menitik beratkan pada nilai kesenangan, nilai simbolis, resiko profitabilitas dan konsekuensi resiko.

Wisatawan melakukan evaluasi kegiatan berwisata untuk menghindari merasakan rasa kecewa pada saat melakukan perbandingan manfaat yang didapatkan dan biaya yang telah dikeluarkan.

Variabel *involvement* diukur menggunakan indikator yang mengadopsi dan adaptasi dari Suhartanto *et al.*, (2018) sebagai berikut:

1. Wisatawan senang terlibat dalam kegiatan pariwisata.
2. Wisatawan menganggap kegiatan pariwisata sebagai hal yang penting
3. Wisatawan kesal ketika partisipasi dalam kegiatan pariwisata buruk.
4. Wisatawan merasa sedikit bimbang saat menentukan pilihan dari berbagai aktivitas wisata
5. Wisatawan merasakan memilih kegiatan pariwisata agak rumit.

Tabel 3. 1
Kisi-Kisi Instrument Penelitian

Variabel	Indikator	Kisi-Kisi Item Pertanyaan
<i>Revisit Intention</i> cerminan dari (Chen <i>et al.</i> , 2020)	a. Jika ada kesempatan, akan datang lagi ke destinasi wisata	1. Jika ada kesempatan, saya akan datang lagi di Candi Borobudur/ Candi Prambanan
	b. Selalu mempertimbangkan destinasi wisata sebagai pilihan tujuan pertama	2. Saya akan selalu mempertimbangkan Candi Borobudur/ Candi Prambanan sebagai pilihan tujuan pertama berwisata

Lanjutan Tabel 3.1.....

	c. Memiliki niat yang kuat untuk mengunjungi lagi destinasi wisata	3. Saya memiliki niat yang kuat untuk mengunjungi kembali Candi Borobudur/ Candi Prambanan
<i>Perceived Authenticity</i> cerminan dari (Lu <i>et al.</i> , 2015)	d. Arsitektur bersejarah terpelihara dengan baik	4. Arsitektur bersejarah terpelihara dengan baik di Candi Borobudur/ Candi Prambanan
	e. Destinasi wisata adalah penggambaran otentik kehidupan dan adat istiadat kuno	5. Candi Borobudur/ Candi Prambanan adalah penggambaran keaslian kehidupan/ adat istiadat kuno
	f. Destinasi wisata menyajikan sejarah dan budaya lokal dengan sangat baik	6. Candi Borobudur/ Candi Prambanan menyajikan sejarah/ budaya lokal dengan sangat baik
	g. Destinasi wisata membangkitkan perasaan akan sejarah dan budaya yang otentik	7. Candi Borobudur/ Candi Prambanan membangkitkan perasaan akan sejarah/ budaya yang asli
	<i>Involvement</i> cerminan dari (Suhartanto <i>et al.</i> , 2018)	h. Senang terlibat dalam kegiatan pariwisata
i. Menganggap kegiatan pariwisata penting		9. Saya menganggap kegiatan pariwisata di Candi Borobudur/ Candi Prambanan sangat penting
j. Kesal ketika partisipasi dalam kegiatan pariwisata buruk		10. Saya kesal ketika di Candi Borobudur/ Candi Prambanan mendapatkan kegiatan berwisata yang buruk
k. Merasa sedikit tersesat ketika membuat pilihan dari berbagai kegiatan pariwisata		11. Saya merasa sedikit bimbang ketika membuat pilihan kegiatan berwisata di Candi Borobudur/ Candi Prambanan
l. Memilih kegiatan wisata agak rumit.		12. Saya merasa pemilihan kegiatan berwisata di Candi Borobudur/ Candi Prambanan agak rumit

3.1. Skala Pengukuran

Pada penelitian ini, peneliti akan memberikan angket kepada responden yang pernah melakukan kunjungan ke Candi Borobudur/ Candi Prambanan dengan maksud untuk memperoleh data yang akan kemudian di analisis. Pernyataan yang tertera didalam angket diukur menggunakan skala Skala *Bipolar Adjective*. Skala *Bipolar Adjective* menurut Ferdinand (2014) adalah penyempurnaan dari *semantic scale* dengan tujuan memunculkan *respon intervally scaled data*. Skala yang digunakan adalah rentang interval 1-10, angka 1 berarti rendah sampai angka 10 berarti tinggi.

3.2. Populasi dan Sample

3.5.1 Populasi

Abdullah (2015) mendefinisikan populasi adalah keseluruhan sasaran objek yang dijadikan sasaran dalam penelitian. Dalam penelitian ini, jumlah populasinya tidak diketahui dengan pasti. Populasi dalam penelitian ini adalah wisatawan yang pernah melakukan kunjungan minimal satu kali di Candi Borobudur/ Candi Prambanan.

3.5.2 Sampel

Sampel adalah sebagian dari populasi (Fatihudin, 2004). Mengingat dalam penelitian ini jumlah populasi tidak diketahui dengan pasti, sehingga peneliti perlu melakukan pengambilan sample.

Dalam penelitian ini metode pengambilan sampel menggunakan teknik *non probability sampling* dan menggunakan teknik *convenience sampling*. Pengertian *convenience sampling* adalah kumpulan informasi-informasi dari anggota-anggota populasi yang dengan setuju mau memberikan informasi tersebut. Responden siapa saja yang setuju memberikan informasi-informasi yang dibutuhkan dengan peneliti baik bertemu secara langsung maupun secara tidak langsung, dapat digunakan sebagai sampel pada penelitian ini bila responden tersebut cocok sebagai sumber data.

Penyebaran angket menggunakan *Google Form* melalui media sosial Whatsapp dan Telegram. Peneliti menyebarkan angket kepada teman-teman, saudara dan keluarga melalui media sosial Whatsapp serta melalui grup responden di media sosial Telegram. Penyebaran angket dilakukan dengan cara menyebarkan link *Google Form* yang apabila di klik akan terhubung langsung dengan angket, sehingga responden dapat menjawab angket tersebut melalui *smartphone* atau komputer.

Pengambilan jumlah sampel mengacu pada Hair *et al.*, (2009) yang menyatakan bahwa jumlah sampel minimal antara 100 sampai 200 sample. Dengan alasan tersebut, peneliti menetapkan jumlah sampel sebanyak 100 responden karena jumlah 100 sampel responden sudah mewakili sampel dalam penelitian ini.

3.1. Sumber Data

3.6.1 Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh peneliti secara langsung dari objek penelitian. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran angket kepada responden.

3.6.2 Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh peneliti secara tidak langsung atau dikumpulkan dari sumber lain berupa buku, jurnal pendukung, dan website yang berhubungan dengan penelitian yang dilakukan.

3.2. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data angket. Fatihudin (2004) mengartikan angket sebagai urutan daftar pertanyaan untuk memperoleh data atau informasi berupa jawaban yang diberikan kepada responden yang dibuat oleh peneliti secara tertulis. Data yang diperoleh adalah data yang berasal langsung dari sumber pertama sehingga peneliti harus mengolah data mentah dengan proses lebih lanjut.

3.1. Uji Instrumen

3.8.1 Uji Validitas

Uji validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat ketepatan atau kecermatan suatu instrumen (Dewi, 2018). Untuk mengukur valid tidaknya instrument dapat diketahui dengan cara membandingkan indeks korelasi. Kriteria pengambilan keputusan uji validitas untuk setiap item pertanyaan adalah nilai *Corrected Item Total Correlatin* atau nilai r hitung harus berada diatas 0,3, jika nilai r hitung lebih kecil dari 0,3 berarti item tersebut memiliki hubungan yang lebih rendah dengan item-item pertanyaan lainnya dari awal variabel yang diteliti sehingga item tersebut dinyatakan tidak valid (Sugiyono, 2011).

Untuk mengukur uji validitas digunakan teknik korelasi produk momen pearson, rumusnya adalah:

$$r_{xy} = \frac{n(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{nX^2 - (\sum X)^2\}} \sqrt{\{nY^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Keterangan :

r_{xy} = koefisien korelasi antara variabel X dan Y

n = jumlah responden

x = jumlah skor seluruh pertanyaan soal

y = jumlah skor total

Tabel 3. 2
Uji Validitas

Variabel	Indikator	Korelasi (r hitung)	R kritis	Keterangan
<i>Revisit Intention (Y)</i>	Y1.1	0,547	0,3	Valid
	Y1.2	0,475	0,3	Valid
	Y1.3	0,698	0,3	Valid
<i>Perceived Authenticity (X)</i>	X1.1	0,495	0,3	Valid
	X1.2	0,658	0,3	Valid
	X1.3	0,754	0,3	Valid
	X1.4	0,474	0,3	Valid
<i>Involvement (M)</i>	M1.1	0,516	0,3	Valid
	M1.2	0,731	0,3	Valid
	M1.3	0,774	0,3	Valid
	M1.4	0,597	0,3	Valid
	M1.5	0,807	0,3	Valid

Sumber: Data primer diolah, 2022

Berdasarkan tabel 3.2 dapat diketahui bahwa masing-masing item variabel memiliki korelasi (r hitung) lebih dari 0,3. Dengan demikian semua item variabel dikatakan valid dan dapat dilakukan pengujian ke tahap selanjutnya.

3.8.1 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah ukuran yang digunakan untuk mengetahui konsistensi suatu alat ukur, jika data sudah dinyatakan valid maka data tersebut juga harus reliabel (Abdullah, 2015). Dapat dikatakan reliabel jika alat ukur instrument menunjukkan konsistensi hasil pengukuran sehingga alat ukur itu benar-benar terbukti yang dapat dipertanggungjawabkan kebenarannya.

Untuk menguji reliabilitas menggunakan metode *Cronbach's Alpha*, yang sesuai dengan penelitian ini yang bermaksud untuk menguji konsistensi item-item instrumen dalam penelitian. Jika angka *Cronbach's Alpha* memiliki angka $\geq 0,60$ maka dapat dikatakan reliabel (Malhotra dalam Solimun, 2017). Pengukuran uji reliabilitas menggunakan rumus sebagai berikut:

$$r_{tt} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[\frac{\sum \delta_b^2}{\sum \delta_t^2} \right]$$

Keterangan :

r_{tt} = koefisien reabilitas total skor instrumen

k = jumlah item pertanyaan

$\sum \delta_b^2$ = jumlah skor keseluruhan varian

$\sum \delta_t^2$ = jumlah skor masing-masing item instrumen

Tabel 3. 3
Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Kriteria	Keterangan
<i>Revisit Intention (Y)</i>	0,730	<i>Cronbach's Alpha</i> $\geq 0,60$ maka reliabel	Reliabel
<i>Perceived Authenticity (X)</i>	0,778		Reliabel
<i>Involvement (M)</i>	0,848		Reliabel

Sumber: Data primer diolah SPSS, 2022

Berdasarkan tabel 3.3 menunjukkan bahwa semua variabel mempunyai angka *Cronbach's Alpha* $\geq 0,60$. Dengan demikian semua variabel dapat dinyatakan reliabel.

3.1. Teknik Analisis Data

3.9.1 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif adalah teknik pengolahan data untuk mendeskripsikan atau menggambarkan data yang sudah dikumpulkan untuk diambil kesimpulan (Budi, 2003). Untuk menghitung nilai indeks, data yang dikumpulkan dari tanggapan responden akan diinterpretasikan menggunakan rumus Ferdinand (2014):

$$\frac{((\%F1x1)+(\%F2x2)+(\%F3x3)+(\%F4x4)+(\%F5x5)+(\%F6x6)+(\%F7x7)+(\%F8x8)+(F9x9)+(F10x10))/10}$$

Keterangan :

F1 adalah frekuensi responden yang menjawab 1

F2 adalah frekuensi responden yang menjawab 2

F3 adalah frekuensi responden yang menjawab 3

Dan seterusnya F10 untuk yang menjawab 10 dari skor yang digunakan dalam daftar pertanyaan.

Berdasarkan rumus tersebut jawaban responden diawali dari angka 1 sampai 10, angka indeks dimulai dari angka 10 sampai 100 rentang sebesar 90, dengan menggunakan kriteria *three-box method*, maka rentang 90 dibagi tiga sehingga menghasilkan rentang 30 yang digunakan untuk dasar interpretasi nilai indeks sebagai berikut:

10,00 - 40 memiliki arti rendah.

40,01 – 70 memiliki arti sedang.

70,1 - 100 memiliki arti tinggi.

3.9.1 Analisis SEM (*Structural Equation Modeling*)-PLS

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah SEM-PLS. SEM didefinisikan sebagai teknik statistika *multivariate* agar dapat menyelesaikan antara model hubungan dengan variabel secara keseluruhan (Syahrir dkk., 2020). PLS adalah teknik statistika yang dilakukan untuk melakukan perbandingan antara variabel X berganda dan variabel Y berganda (R. S. Hamid & Anwar, 2019). SEM-PLS didefinisikan sebagai metode statistik yang digunakan untuk menjelaskan hubungan antara beberapa variabel secara bersamaan (Hair *et al.*, 2018). Penelitian ini menggunakan tiga variabel yaitu variabel *revisit intention*, *perceived authenticity* dan *involvement*.

3.9.2 Outer Model

Outer model adalah uraian yang berkaitan antara variabel laten dengan item-item pertanyaan penelitian yang meliputi (Solimun, 2017):

a. *Convergent Validity*

Convergent validity merupakan korelasi antara skor indikator refleksi dengan skor variabel latennya, jika mendapatkan nilai 0,5 sampai 0,6 maka dapat dinyatakan nilai *convergent validity* terpenuhi.

a. *Discriminant Validity*

Discriminant validity dapat dilihat dengan melakukan perbandingan nilai *Average Variance Extracted* dengan nilai korelasi variabel laten lainnya. *Discriminant validity* diterima jika nilai korelasi variabel laten lainnya memiliki nilai lebih rendah dari nilai AVE.

b. *Composite Reliability*

Angket dikatakan mempunyai nilai *composite reliability* jika memiliki nilai $\geq 0,7$.

c. *Alpha Cronbach*

Angket dinyatakan reliabel jika memiliki nilai $\alpha > 0,6$.

Keterangan nilai α menurut (Gliem dalam Solimun, 2017) :

1. $< 0,4$ = sangat buruk
2. $> 0,5$ = kurang
3. $> 0,6$ = cukup
4. $> 0,7$ = cukup bagus
5. $> 0,8$ = bagus
6. $> 0,9$ = sangat bagus

3.9.1 Inner Model

Inner model yaitu uraian gambaran antara variabel laten yang berdasarkan pada teori yang digunakan dalam penelitian (Solimun, 2017):

a. *Goodness of Fit*

Goodness of Fit merupakan indeks dan ukuran kebaikan hubungan antar variabel laten yang digunakan untuk mengukur kesamaan input penelitian dengan prediksi model yang diajukan. Indeks yang menggambarkan tingkat kesesuaian model secara keseluruhan yang dihitung dari residu kuadrat dari model yang diprediksi dibandingkan data yang sebenarnya. Pengujian model yang memiliki kesesuaian yang baik diisyaratkan nilai GFI > 0,9.

Tabel 3. 4
Model Fit dan Quality Indices

Model Fit and Quality Indices	Ketentuan Fit
Average path coefficient (APC)	$p < 0,05$
Average R-squared (ARS)	$p < 0,05$
Average adjusted R-squared (AARS)	$p < 0,05$
Average block VIF (AVIF)	Acceptable if ≤ 5 , ideally $\leq 3,3$
Average full collinearity VIF (AFVIF)	Acceptable if ≤ 5 , ideally $\leq 3,3$
Tenenhaus GoF (GoF)	Small $\geq 0,1$, medium $\geq 0,25$, large $\geq 0,36$
Sympson's paradox ratio (SPR)	Acceptable if $\geq 0,7$, ideally = 1

R-squared contribution ratio (RSCR)	Acceptable if $\geq 0,9$, ideally = 1
Statistical suppression ratio (SSR)	Acceptable if $\geq 0,7$
Nonlinear bivariate causality direction ratio (NLBCDR)	Acceptable if $\geq 0,7$

Sumber : (Solimun, 2017)

a. Uji Koefisien Determinasi (*R square*)

Koefisien determinasi dari pada konstruk endogen adalah nilai R square. *R square* memiliki nilai 0,67 (kuat), 0,33 (moderet), dan 0,19 (lemah). Dengan menggunakan proses *bootstrapping*, parameter uji t-statistic diperoleh untuk memprediksi adanya kaitan kasualitas. Evaluasi inner model atau model struktural dilakukan dengan cara melihat presentase varaince yang dijelaskan oleh nilai variabel dependen dengan menggunakan ukuran *Stone-Geisser Q-square test* dan juga melihat besarnya koefisien jalur struktural.

3.9.1 Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan pada tingkat signifikan 0,05 dengan tingkat keyakinan 95%. Untuk mengetahui dalam pengambilan keputusan uji hipotesa, maka digunakan cara dengan membandingkan tingkat signifikan dan alpha (0,05) dengan ketentuan yaitu:

- a. H_0 ditolak dan H_a diterima jika tingkat signifikan $< 0,05$, jadi variabel bebas secara parsial memiliki pengaruh nyata terhadap variabel terikat.
- b. H_0 diterima dan H_a ditolak jika tingkat signifikan $> 0,05$, jadi variabel bebas secara parsial tidak memiliki pengaruh nyata terhadap variabel terikat.

3.9.1 Uji Mediasi

Variabel dapat dikatakan sebagai variabel mediasi jika variabel tersebut memiliki sifat menjadi penghubung antara variabel X dengan Y. Variabel mediasi terdiri dari 2 yaitu *partial mediation* yang menunjukkan terdapat faktor lain yang menjadi pemediasi antara X terhadap Y dan *complete mediation* yaitu hubungan X terhadap Y sepenuhnya berhasil dimediasi (Solimun, 2017).