

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

1. Pendekatan Penelitian

Pada penelitian ini peneliti menggunakan jenis dan pendekatan penelitian kuantitatif, artinya pendekatan ini digunakan untuk menggambarkan atau menjelaskan suatu kejadian dengan menggunakan data kuantitatif. Yang bertujuan untuk menentukan hubungan antar variable dalam sebuah populasi. Pendekatan kuantitatif merupakan salah satu pendekatan yang disusun secara sistematis, terencana, dan terstruktur dengan jelas sejak awal hingga pembuatan desain penelitian, tujuan penelitian, subyek penelitian, obyek penelitian, sampel, sumber data, maupun metodologinya mulai dari pengumpulan data hingga analisis data.¹

Pendekatan yang dilakukan pada penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif yang berfokus pada pengaruh faktor *destination image*, fasilitas wisata, kualitas pelayanan, dan persepsi harga terhadap keputusan berkunjung ke Splash Waterpark Sumbergempol.

2. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini menggunakan penelitian asosiatif, yaitu suatu penelitian yang dilakukan untuk mencari hubungan antara satu variabel

¹ Suryana, *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*, (Jakarta: Gema Insani, 2002), hlm. 74.

dengan variabel lainnya. Dalam hal ini bentuk hubungannya bersifat sebab akibat yaitu dimana hubungannya bersifat memengaruhi dua variabel atau lebih. Terdapat tiga hubungan pada jenis penelitian asosiatif yaitu hubungan simetris, hubungan kausal, dan hubungan interaktif. Kemudian hubungan yang digunakan yaitu hubungan kausal. Dimana hubungan kausal tersebut merupakan hubungan sebab akibat, bila X maka Y.²

Pada penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh faktor *destination image*, fasilitas wisata, kualitas pelayanan, dan persepsi harga terhadap keputusan berkunjung ke Splash Waterpark Sumbergempol.

B. Populasi, Sampling, dan Sampel Penelitian

1. Populasi

Populasi dapat di artikan sebagai keseluruhan (*universum*) dari obyek penelitian yang dapat berupa manusia, hewan tumbuh-tumbuhan, nilai, gejala dan lain-lain sehingga obyek-obyek ini dapat menjadi sumber data penelitian. Jadi populasi bukan hanya orang, tetapi juga obyek dan benda-benda alam yang lain.³ Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada obyek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh obyek tersebut, sehingga obyek ini dapat menjadi sumber data penelitian.

² Suryana, *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif....*, hlm. 11.

³ Burhan Bungin, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: Kencana, 2005), hlm. 109.

Populasi penelitian ini adalah pengunjung Splash Waterpark Sumbergempol baik itu pengunjung individu, kelompok, maupun keluarga yaitu sebanyak 3,920 pengunjung (dalam setahun).

2. Sampling

Menurut Sugiono, teknik sampling merupakan teknik pengambilan sampel. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini adalah *non probability sampling* dengan menggunakan teknik *accidental sampling*. *Non probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel.⁴

Jenis tehnik sampel yang digunakan adalah tehnik aksidental (*accidental sampling*) adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang kebetulan bertemu dengan peneliti yang dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.

3. Sampel

Sampel yaitu bagian dari anggota populasi yang di teliti. Rumus yang digunakan untuk menentukan besar jumlah sampel dengan menggunakan rumus Slovin yaitu:⁵

$$n = \frac{N}{1 + N (\frac{e}{100})^2}$$

⁴ Suryana, *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*...., hlm.74.

⁵ Indra Jaya, *Penerapan Statistik untuk Penelitian Pendidikan*, (Jakarta: Prenagamedia Group, 2019), hlm. 30.

Keterangan:

n = Ukuran sampel/Jumlah responden

N = Ukuran Populasi

e = Batas toleransi kesalahan (*error tolerance*) (10%)

Dalam penelitian ini peneliti mengambil sampel dari populasi pengunjung yang melakukan kunjungan di Splash Waterpark Sumbergempol yang mana populasi pengunjungnya sebanyak 3,920 pengunjung selama tahun 2019-2020. Rumus yang digunakan untuk menentukan besar jumlah sampel dengan menggunakan rumus Slovin yaitu:

$$\begin{aligned} n &= \frac{3920}{1+3920(0,1)^2} \\ &= \frac{3920}{1+3920(0,01)} \\ &= \frac{3920}{1+39,2} \\ &= \frac{3920}{40,2} \\ &= 97,51 \text{ responden.} \end{aligned}$$

Dalam penelitian ini, presentase yang digunakan sebesar 10% sebagai batas kesalahan pengamatan sampel, sehingga berdasarkan rumus tersebut jumlah perhitungan dari jumlah populasi 3,920 pengunjung maka sampel dalam penelitian ini berjumlah (n) 98 responden.

C. Sumber Data, Variabel, dan Skala Pengukuran

1. Sumber Data

Jenis dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer ini diperoleh secara langsung dari sumbernya dengan cara diamati dan di catat. yaitu data yang diperoleh dari pengunjung atau konsumen Splash Waterpark Sumbergempol. Penelitian ini didesain untuk melihat pengaruh faktor *destination image*, fasilitas wisata, kualitas pelayanan, dan persepsi harga terhadap keputusan berkunjung ke Splash Waterpark Sumbergempol.⁶

2. Variabel Penelitian

Variabel adalah gejala yang bervariasi, yang menjadi objek penelitian. Dalam penelitian ini terdapat tiga variabel bebas/*dependent* (X) yang terdiri dari *destination image*, harga, kualitas pelayanan, dan fasilitas wisata. Sedangkan, satu variabel terikat atau *independent* (Y) yaitu keputusan berkunjung. Berikut ini penjelasannya:

a. Keputusan Berkunjung

Keputusan berkunjung adalah keputusan berkunjung adalah perilaku seseorang atau konsumen dalam hal menentukan suatu pilihan tempat wisata agar mencapai kepuasan sesuai dengan kebutuhan dan keinginan yang akan dicapai konsumen tersebut. Indikator dari keputusan berkunjung (Y) adalah (1) Pengenalan kebutuhan, (2)

⁶ Ahmad Tanzeh, *Pengantar Metodologi Penelitian*, (Yogyakarta: Teras, 2009), hlm. 101.

Pencarian informasi, (3) Evaluasi alternative, (4) Pembelian, dan (5) Perilaku pasca pembelian.

- b. Citra destinasi atau biasa disebut *destination image* merupakan kesan yang diberikan konsumen terhadap suatu obyek wisata yang telah dikunjungi. Indikator dari *destination image* (X1) adalah (1) *Cognitive Image*, (2) *Unique Image*, dan (3) *Affective Image*.⁷
- c. Fasilitas itu adalah perlengkapan fisik atau perlengkapan yang berwujud atau berbentuk yang disediakan oleh pengelola jasa agar dapat di manfaatkan oleh konsumen/pengunjung saat beraktivitas di tempat tersebut. Indikator dari fasilitas (X2) adalah (1) Kelengkapan, Kebersihan, dan Fasilitas, (2) Kondisi & Fungsi Fasilitas, dan (3) Kemudahan Menggunakan Fasilitas.⁸
- d. Kualitas Pelayanan adalah Kualitas pelayanan adalah suatu upaya dalam memenuhi kebutuhan serta keinginan wisatawan atau konsusmen sesuai dengan apa yang diharapkan oleh wisatawan atau konsusmen tersebut. Indikator dari kualitas pelayanan (X4) terdiri dari (1) Kehandalan, (2) Daya Tanggap, (3) Jaminan, (4) Empati, dan (5) Produk-produk Fisik.⁹

⁷ Danang Sunyoto, *Perilaku Konsumen (Panduan Riset Sederhana Untuk Mengenal Konsumen)*...., hlm. 129.

⁸ Okta A Yoeti, *Pariwisata Budaya Masalah dan Solusinya*...., hlm. 56.

⁹ Edwin Baharta, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Berkunjung Kembali (Revisit Intention) Wisatawan Ke Pesona Alam Puncak*...., hlm. 228.

- e. Harga adalah sejumlah uang yang digunakan untuk mendapatkan suatu barang atau jasa. Indikator dari harga (X3) meliputi (1) penetapan harga, (2) cara pembayaran, dan (3) potongan harga.¹⁰

3. Skala Pengukuran

Skala Pengukuran yang digunakan adalah *skala likert*. *Skala Likert* ialah skala yang dapat dipergunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang suatu gejala atau fenomena pendidikan. *Skala Likert* adalah suatu skala psikometrik yang umum digunakan dalam kuesioner.

D. Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian

1. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti sebagai berikut:

- a. Kuesioner adalah cara pengumpulan data dengan memberikan seperangkat pertanyaan ataupun pernyataan secara tertulis kepada responden untuk dijawab guna memperoleh informasi. Dalam penelitian ini, daftar pernyataan tertulis yang akan diisi oleh responden terdiri dari berbagai pernyataan yang berkaitan dengan *destination image*, fasilitas wisata, dan persepsi harga untuk mengetahui sejauh mana pengaruh variable tersebut terhadap keputusan berkunjung. Instrumen pertanyaan atau pernyataan ini

¹⁰ Husein Umar, *Metode Riset Bisnis Panduan Mahasiswa untuk Melaksanakan Riset*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2003), hlm. 95.

akan menghasilkan total skor bagi tiap anggota sampel yang diwakili oleh setiap nilai skor seperti instrumen dibawah ini: ¹¹

SS = Sangat setuju: diberi skor 5

S = Setuju: diberi skor 4

KS = Kurang setuju : diberi skor 3

TS = Tidak setuju : diberi skor 2

STS = Sangat tidak setuju : diberi skor 1

2. Instrumen Penelitian

Instrumen Penelitian merupakan suatu alat atau fasilitas yang digunakan oleh peneliti dalam mengumpulkan data agar pekerjaannya menjadi lebih mudah dan hasilnya menjadi lebih baik, dalam arti lebih cermat, lengkap dan juga sistematis sehingga lebih mudah untuk diolah. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan instrument berupa kuesioner atau angket. Pada prinsipnya meneliti adalah melakukan pengukuran terhadap fenomena social yang terjadi di masyarakat.¹²

Instrumen penelitian adalah segala peralatan yang akan digunakan untuk memperoleh, mengolah maupun menginterpretasikan informasi dari para responden dengan pola pengukuran yang sama. Instrumen yang digunakan untuk mengukur variabel penelitian harus memenuhi syarat reabilitas dan validitas.

¹¹ Husein Umar, *Metode Riset Bisnis Panduan Mahasiswa untuk Melaksanakan Riset....*, hlm. 92-93.

¹² *Ibid*, hlm. 99.

Pada penelitian ini menggunakan instrumen berupa kuesioner dengan menggunakan Skala Likert dengan menggunakan 5 opsi jawaban. Skala Likert merupakan skala yang paling terkenal dan sering digunakan dalam penelitian karena pembuatannya yang relatif lebih mudah dan tingkat reliabilitasnya yang tinggi. Berikut ini kisi-kisi untuk instrument penelitiannya:

Tabel 3.1
Kisi-Kisi Instrumen Penelitian

Variabel	Indikator	Pernyataan
Destination Image (I Gusti Bagus Rai Utama, 2016)	Cognitive Image	Konsumen mendapatkan pengalaman yang menarik sesudah berkunjung ke Obyek Wisata Spalash Waterpark Sumbergempol
		Konsumen merasa berkesan melihat atraksi yang ditampilkan di Obyek Wisata Spalash Waterpark Sumbergempol
	Unique Image	Obyek Wisata Spalash Waterpark Sumbergempol merupakan wahana wisata yang menarik
		Lingkungan sekitar Obyek Wisata Spalash Waterpark Sumbergempol baik dan unik
	Affective Image	Konsumen merasa senang dan nyaman ketika berkunjung ke Obyek Wisata Spalash Waterpark Sumbergempol
		Obyek Wisata Spalash Waterpark Sumbergempol merupakan wahana yang menghibur
Fasilitas Wisata (Sumayang, 2003)	Kelengkapan, Kebersihan, dan Fasilitas	Obyek Wisata Spalash Waterpark Sumbergempol memiliki fasilitas permainan anak, kolam renang, dan wahana wisata lain yang lengkap
		Kondisi fasilitas permainan anak, kolam renang, dan wahana wisata lainnya di Spalash Waterpark Sumbergempol bersih dan tertata rapi
	Kondisi dan Fungsi Fasilitas	Kondisi fasilitas permainan anak, kolam renang, dan wahana wisata lainnya di Spalash Waterpark Sumbergempol baik
		Semua fasilitas yang ada di Spalash Waterpark Sumbergempol berfungsi dengan baik
		Penggunaan fasilitas yang ada di Spalash

	Kemudahan Menggunakan Fasilitas	Waterpark Sumbergempol mudah Letak fasilitas yang ada di Spalash Waterpark Sumbergempol mudah ditemukan
Persepsi Harga (Santri Zulaicha, 2016)	Penetapan Harga	Tarif Obyek Wisata Spalash Waterpark Sumbergempol terjangkau oleh konsumen
		Tarif Obyek Wisata Spalash Waterpark Sumbergempol sudah sesuai dengan fasilitas yang diberikan
		Tarif Obyek Wisata Spalash Waterpark Sumbergempol lebih murah dibandingkan dengan obyek wisata lainnya
	Cara pembayaran	Proses pembayaran saat masuk ke Obyek Wisata Spalash Waterpark Sumbergempol sangat mudah
		Karyawan memberikan pelayanan yang cepat saat proses pembayaran
Potongan Harga	Obyek Wisata Spalash Waterpark Sumbergempol memberikan potongan harga khusus untuk yang datang secara berkelompok misal: dari anggota grup sekolah dll	
Kualitas Pelayanan (Parasuraman, 2002)	Kehandalan (<i>Reliability</i>)	Petugas Obyek Wisata Spalash Waterpark Sumbergempol memberikan pelayanan yang memuaskan
	Daya Tanggap (<i>Responsiveness</i>)	Petugas Obyek Wisata Spalash Waterpark Sumbergempol membantu memberikan informasi yang dibutuhkan konsumen dengan jelas
	Jaminan (<i>Assurance</i>)	Petugas Obyek Wisata Spalash Waterpark Sumbergempol memiliki ketrampilan dan pengetahuan yang baik
	Empati (<i>Empathy</i>)	Petugas Obyek Wisata Spalash Waterpark Sumbergempol mampu menjalin hubungan yang baik dengan konsumen
		Petugas Obyek Wisata Spalash Waterpark Sumbergempol mampu memahami kebutuhan dan keluhan konsumen dengan baik
Produk-produk Fisik (<i>Tangibles</i>)	Keberadaan petugas pemandu di Obyek Wisata Spalash Waterpark Sumbergempol dapat membantu konsumen ketika membutuhkan informasi	
	Pengenalan Kebutuhan	Saya membutuhkan jasa pariwisata Obyek Wisata Spalash Waterpark Sumbergempol untuk mengisi waktu libur dan berekreasi
	Pencarian Informasi	Saya mengetahui Obyek Wisata Spalash Waterpark Sumbergempol setelah melihat di media social dan dari teman
		Saya memutuskan memilih Obyek Wisata

Keputusan Berkunjung (Ujang Sumarwan, 2003)	Evaluasi Alternatif	Spalash Waterpark Sumbergempol setelah mengetahui kelebihan dari segi harga, permainan anak, kolam renang, dan wahana wisata lainnya yang lengkap dibanding dengan obyek wisata lain di Tulungagung
	Pembelian	Saya merasa yakin untuk berkunjung ke Obyek Wisata Spalash Waterpark Sumbergempol sebagai pilihan yang tepat dan sesuai dengan kebutuhan wisata saya
	Perilaku Pasca Pembelian	Saya merasa puas dan akan melakukan kunjungan ulang ke Obyek Wisata Spalash Waterpark Sumbergempol
		Saya akan merekomendasikan kepada kerabat, teman, dan orang lain tentang keunggulan Obyek Wisata Spalash Waterpark Sumbergempol

E. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data merupakan kegiatan yang dilakukan setelah data dari seluruh responden terkumpul. Dalam penelitian ini yang digunakan adalah analisis data kuantitatif yaitu bentuk analisa yang menggunakan angka-angka dan perhitungan dengan metode statistik untuk menguji kebenaran hipotesis penelitian yang telah diajukan sebelumnya.

1. Uji Instrumen Data

Sebelum melakukan atau menguji analisis data maka variable yang ada perlu untuk dipilih dan di seleksi terlebih dahulu. Setelah itu dilakukan pengujian kelayakan variable dengan melakukan pengujian validitas, reliabilitas, dan normalitas terhadap variable-variabel yang ada. Adapun instrument penelitian yang digunakan penulis dalam penlitian ini adalah:¹³

a. Uji Validitas

¹³ Husein Umar, *Metode Riset Bisnis Panduan Mahasiswa untuk Melaksanakan Riset....*, hlm. 93-94.

Yaitu pengujian yang dilakukan guna mengetahui kevalidan data dari kuesioner. Uji validitas dilakukan pada setiap butir pertanyaan. Hasil r hitung dibandingkan dengan r tabel dimana $df = n - 2$ dengan sig sebesar 5% (0,05). Uji validitas mempunyai 2 kriteria, yaitu:

- Apabila nilai r hitung $>$ r table, maka kuisisioner tersebut dinyatakan sah/valid.
- Apabila nilai dari r hitung $<$ r table, maka dapat dikatakan kuisisioner tersebut tidak sah/tidak valid.

b. Uji Reabilitas

Merupakan pengujian yang digunakan untuk mengetahui apakah hasil pengujian tetap konsisten apabila pengujian tersebut dilakukan dua kali atau lebih dengan menggunakan alat penguji/pengukur yang sama. Dalam pengujian ini menggunakan metode *Alpha Cronbach*.¹⁴ Dalam penelitian ini instrumen yang akan dicari reliabilitasnya adalah berbentuk angket atau kuesioner dan mempunyai skala 1-5. Reliabilitas suatu variabel dapat dikatakan baik apabila memiliki nilai *Alpha Cronbach* lebih dari 0,60. Metode *Alpha Cronbach* ini memiliki beberapa kriteria yaitu:

- Nilai *Alpha Cronbach* 0,00 s.d 0,20 berarti kurang reliabel
- Nilai *Alpha Cronbach* 0,21 s.d 0,40 berarti agak reliabel
- Nilai *Alpha Cronbach* 0,42 s.d 0,60 berarti cukup reliabel
- Nilai *Alpha Cronbach* 0,61 s.d 0,80 berarti reliabel

¹⁴ *Ibid*, hlm. 65.

- Nilai *Alpha Cronbach* 0,81 s.d 1,00 berarti sangat reliabel

c. Uji Normalitas

Uji tersebut bermaksud untuk menguji apakah dalam modal regresi tersebut variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi yang normal atau tidak. Model regresi yang baik memiliki distribusi data normal ataupun mendekati normal.¹⁵

2. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik ini dilakukan agar data yang digunakan dalam penelitian terhindar dari penyimpangan data. Uji ini terdiri dari beberapa pengujian, sebagai berikut:¹⁶

a. Uji Multikolonieritas

Pengujian ini bertujuan untuk melihat hubungan antara variable *independent* satu dengan variable *independent* lainnya. Apakah saling berhubungan secara sempurna atau hanya mendekati sempurna. Apabila terdapat hubungan maka di anggap terdapat masalah multikolonieritas.

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas memiliki tujuan untuk memeriksa apakah dalam sebuah model regresi tersebut terjadi ketidaksamaan variant dari residual dari satu pengamatan satu ke pengamatan yang lainnya.

Jika variant dari residu tersebut terjadi kesamaan maka disebut

¹⁵ H. Djaali, *Statistika Terapan: Konsep, Contoh, dan Analisis Data dengan Program SPSS/Lisrel*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2017), hlm. 143.

¹⁶ Husein Umar, *Metode Riset Bisnis Panduan Mahasiswa untuk Melaksanakan Riset....*, hlm. 173.

homokedastisitas. Dan jika variant tersebut tidak sama maka disebut heteroskedastisitas

3. Analisis Faktor

Analisis faktor adalah metode yang digunakan untuk menganalisis sejumlah observasi yang dipandang dari segi interkorelasinya, untuk menetapkan apakah variasi-variasi yang nampak dalam observasi itu mungkin berdasar atas sejumlah kategori dasar yang jumlahnya lebih sedikit daripada yang nampak dalam observasi itu. Analisis faktor juga dapat diartikan sebagai metode yang digunakan untuk menemukan hubungan (*interrelationship*) antar sejumlah variabel-variabel yang saling independen satu dengan yang lain, sehingga bisa dibuat satu atau beberapa kumpulan variabel yang lebih sedikit dari jumlah variabel awal.

17

Analisis faktor dapat digunakan untuk menyederhanakan hubungan yang beragam dan kompleks pada data atau variabel pengamatan dengan menyatukan faktor atau dimensi yang saling berhubungan atau mempunyai korelasi pada suatu struktur data. Kegunaan utama dari analisis faktor ini adalah untuk melakukan pengurangan data atau melakukan peringkasan sejumlah variabel yang akan diteliti menjadi kecil jumlahnya. Pengurangan dilakukan dengan cara menggunakan interdependensi beberapa variabel yang dapat dijadikan satu yang disebut dengan faktor. Sehingga ditemukan variabel-variabel atau faktor yang

¹⁷ Singgih Santoso, *Mahir Statistik Multivariat Dengan SPSS*, (Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2018), hlm. 69-70.

dominan atau penting untuk dianalisis lebih lanjut, sedangkan untuk yang jumlah yang kecil ditiadakan.¹⁸

Tujuan utama dari analisis faktor adalah untuk mendefinisikan struktur pada suatu data matrik dan menganalisis struktur yang saling berhubungan (korelasi) antar sejumlah besar variabel dengan cara mendefinisikan satu set kesamaan variabel atau dimensi dan sering disebut dengan faktor atau komponen. Dengan analisis faktor atau komponen, peneliti mengidentifikasi dimensi suatu struktur dan kemudian menentukan sampai seberapa jauh setiap variabel dapat dijelaskan oleh setiap dimensi. Tujuan umum dari analisis factor tersebut adalah untuk meringkas kandungan informasi variable-variable dalam jumlah yang besar menjadi sejumlah faktor yang lebih kecil. Tujuan statistik dari analisis faktor ini adalah untuk menentukan kombinasi linier dari beberapa variabel yang akan membantu dalam meneliti hubungan saling keterkaitannya. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis faktor. Analisis faktor merupakan analisis yang digunakan untuk menyederhanakan faktor yang beragam dan juga kompleks dengan cara menyatukan faktor yang saling berhubungan pada suatu struktur data yang baru yang mempunyai faktor yang lebih kecil.¹⁹ Tujuan analisis faktor dalam penelitian ini adalah untuk mengkonfirmasi bahwa indikator yang dibuat sudah tepat atau indikator tersebut dapat

¹⁸ *Ibid*, hlm. 71.

¹⁹ Getut Pramesti, *Kupas Tuntas Data Penelitian dengan SPSS 22*, (Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2014), hlm. 162.

menjelaskan variasi dari faktor yang terbentuk. Korelasi antar variabel dapat juga dianalisis dengan menghitung *partial correlation* antar variabel yaitu korelasi antar variabel dengan asumsi bahwa variabel lainnya dianggap konstan. SPSS memberikan nilai *partial correlation* ini lewat *anti-image correlation matrix* yang berisi nilai negatif dari *partial correlation*.

Jadi analisis faktor merupakan suatu cara meringkas (*summarize*) informasi yang ada dalam variabel asli (awal) menjadi satu set dimensi baru atau *variate* (*factor* atau *component*). Hal ini dilakukan dengan cara menentukan struktur lewat data *summarization* atau lewat data *reduction* (pengurangan data). Analisis faktor mengidentifikasi struktur hubungan antar variabel atau responden dengan cara melihat korelasi antar variabel atau korelasi antar responden. Terdapat dua pendekatan utama yang digunakan dalam analisis faktor yaitu:

- a. *Exploratory Factor Analysis* (EFA), yaitu banyaknya faktor yang akan terbentuk tidak ditentukan terlebih dahulu, justru dicari sampai dapat menjawab kebutuhan dalam menerangkan keragaman data variabel-variabel asal.
- b. *Principle Component Analysis* (PCA), yaitu analisis faktor yang bertujuan untuk memperkecil jumlah variabel asli (variabel awal).

Dalam penelitian ini menggunakan metode *principle component analysis* (PCA), karena tujuan dalam analisis faktor ini untuk menentukan banyaknya faktor yang diekstraksi minimum (sedikit mungkin) tetapi

menyerap sebagian besar informasi yang terkandung pada semua variabel asli.

Proses Utama dalam Analisis Faktor

- a. Menentukan faktor apa saja yang akan dianalisis *Bartlett Test of Sphericity* yaitu suatu uji statistik yang dipergunakan untuk menguji hipotesis bahwa variabel tidak saling berkorelasi (*uncorrelated*) dalam populasi. Dengan kata lain matrik korelasi populasi merupakan matriks identitas (*identity matrix*), dimana setiap variabel berkorelasi dengan dirinya sendiri secara sempurna dengan $r = 1$ akan tetapi sama sekali tidak berkorelasi dengan lainnya $r = 0$, jadi elemen pada diagonal utama matrik semua nilainya 1, sedangkan di luar diagonal utama nilainya nol ($r_{ij} = 1$ kalau $i = j$ dan $= 0$ kalau $i \neq j$).²⁰
- b. Nilai *Keiser-Meyer-Oklin* (KMO)

Nilai KMO ini merupakan test statistik yang merupakan indikator tepat tidaknya penggunaan metode analisis faktor dalam suatu penelitian. Nilai KMO merupakan sebuah indeks perbandingan jarak antara koefisien korelasi dengan korelasi persialnya. Nilai KMO dianggap mencukupi bila $> 0,5$, dimana nilai ini akan memberikan bahwa analisis yang paling layak digunakan adalah analisis faktor. Jika nilai KMO sama dengan 1 maka ini menunjukkan bahwa analisis faktor merupakan analisis yang sangat sesuai, tetapi jika KMO kurang dari 0,5 akan menunjukkan bahwa analisa faktor bukan suatu alat analisa yang tepat untuk alternatif faktor *egien value* > 1 , dengan presentse varian 5% dan presentase kumulatif

²⁰ Singgih Santoso, *Mahir Statistik Multivariat Dengan SPSS....*, hlm. 71.

60%. Dalam penelitian ini, meskipun pada mulanya variabel-variabel yang dianalisis telah dikelompokkan secara teoritis kedalam sejumlah tertentu faktor, namun untuk penentuan jumlah faktor yang dianalisis dan diinterpretasi selanjutnya akan didasarkan pada hasil analisis tahap ini.²¹

$$KMO = \frac{\sum \sum r_{2ij}^2}{\sum \sum r_{2ij}^2 + \sum \sum \alpha_{2ij}^2} \text{ untuk } i \neq j$$

Keterangan:

- r_{2ij} = koefisien korelasi antara variabel i dan variabel j
- α_{2ij} = koefisien korelasi parsial antara variabel i dan variabel j
- Ukuran KMO ini merupakan indeks untuk membandingkan besarnya koefisien korelasi dengan besarnya koefisien korelasi parsial, skala nilai antara lain:

- a) $KMO \leq 0,9$ = menyatakan sangat memuaskan
- b) $0,8 \leq KMO < 0,9$ = menyatakan sangat baik
- c) $0,7 \leq KMO < 0,8$ = menyatakan baik
- d) $0,6 \leq KMO < 0,7$ = menyatakan cukup memuaskan
- e) $0,5 \leq KMO < 0,6$ = menyatakan jelek
- f) $KMO \leq 0,5$ = menyatakan ditolak

c. Uji Kecukupan Sampling/*Measures of Sampling Adequacy* (MSA)

Measures of sampling adequacy (MSA), merupakan indeks yang dimiliki setiap variabel yang menjelaskan apakah sampel yang diambil dalam penelitian cukup untuk membuat variabel-variabel yang ada saling terkait secara persial. Nilai MSA berkisar antara 0 sampai 1, dengan syarat-syarat sebagai berikut:

²¹ Rochmat Aldy Purnomo, *Analisis Statistik Ekonomi dan Bisnis dengan SPSS*, (Ponorogo: WADE Group, 2017), Hlm. 75.

$$MSA = \frac{\sum r^2_{ij}}{\sum r^2_{ij} + \sum \bar{r}^2_{ij}}$$

- MSA = 1, variabel tersebut dapat diprediksi tanpa kesalahan oleh variabel lain.
- MSA > 0,5, variabel masih bisa diprediksi dan bisa dianalisis lebih lanjut.
- MSA < 0,5, variabel tidak bisa diprediksi dan tidak bisa dianalisa lebih lanjut, atau bisa juga dikeluarkan dari variabel lain.

Hanya variabel yang memiliki ukuran kecukupan sampling (MSA) diatas (0,5) yang akan diterima dan dimasukkan ke dalam analisis.²²

- d. Setelah diperoleh sejumlah variabel yang memenuhi syarat, kegiatan berlanjut ke proses inti pada analisis faktor, yakni *factoring*, proses ini akan mengekstrak satu atau lebih faktor dari variabel-variabel yang telah lolos pada uji variabel sebelumnya.²³
- e. Melakukan proses *factor rotation* atau rotasi terhadap faktor yang telah terbentuk. Tujuan rotasi faktor untuk memperjelas variabel yang masuk kedalam faktor tertentu. Setelah satu atau lebih dari faktor terbentuk, dengan sebuah faktor berisi sejumlah variabel, mungkin saja sebuah variabel *sulit untuk ditentukan akan masuk ke dalam faktor yang mana*. Atau, jika yang terbentuk dari proses *factoring* hanya satu faktor, bisa saja sebuah variabel diragukan apakah layak dimasukkan dalam faktor yang terbentuk atau tidak. Untuk mengatasi hal tersebut, bisa dilakukan proses rotasi (*Rotation*) pada faktor yang terbentuk, sehingga memperjelas posisi sebuah variabel, akankah pada faktor yang satu

²² Singgih Santoso, *Mahir Statistik Multivariat Dengan SPSS....*, hlm. 71.

²³ Getut Pramesti, *Kupas Tuntas Data Penelitian dengan SPSS 22....*, hlm. 163.

ataukah ke faktor yang lain. Sama dengan proses *factoring*, proses rotasi juga ada berbagai macam cara. Beberapa metode Rotasi yang populer dilakukan:²⁴

- *Orthogonal Rotation*, yakni memutas sumbu 90 Derajat. Proses rotasi dengan metode Orthogonal masih bisa dibedakan menjadi: Quartimax, Varimax, dan Equimax.
- *Oblique Rotation*, yakni memutar sumbu ke kanan, namun tiga harus 90 Derajat. Proses rotasi dengan metode Oblique masih bisa dibedakan menjadi Oblimin, Promax, Orthoblique, dan lainnya.

f. Interpretasi Faktor merupakan kelanjutan dari rotasi faktor. Dimana interpretasi merupakan pendefisian variabel yang mempunyai bobot yang besar pada matrik faktor. Dimana koefisien (*factor loading*) yang signifikan adalah yang memiliki nilai koefisien terbesar pada setiap model faktor, hal tersebut bisa mewakili faktor yang terbentuk. Interpretasi faktor dilakukan dengan cara mengelompokkan variabel yang mempunyai *factor loading* yang tinggi ke dalam faktor tersebut. Bila salah satu indikator memiliki *factor loading* $< 0,5$ maka item tersebut tidak disertakan dalam uji analisis berikutnya. Faktor tersebut kemudian diinterpretasikan dengan kata-kata, dimana tahapan interpretasi faktor dapat dilakukan sebagai berikut:²⁵

²⁴ Singgih Santoso, *Mahir Statistik Multivariat Dengan SPSS....*, hlm. 74.

²⁵ Singgih Santoso, *Mahir Statistik Multivariat Dengan SPSS....*, hlm. 72.

- Perhitungan Skor

Interpretasi dimulai dari total varian dari faktor yang terbentuk pada urutan pertama, dan jika dilihat dari *screen plot* maka interpretasi akan bergerak dari faktor paling kiri ke faktor yang paling kanan untuk mencari nilai yang paling besar dalam baris tertentu.

- Memilih variabel pengganti

Dengan memeriksa matrik faktor (*component rotasi*), dimana dipilih variabel yang mempunyai bilangan yang paling besar yang menunjukkan dalam faktor mana setiap variabel tersebut berada, dengan demikian dapat diketahui variabel mana saja yang masuk ke dalam faktor.

4. Uji Hipotesis

a. Uji t

Uji t ini dilakukan guna mengetahui apakah terdapat hubungan secara parsial antara variable *independent* X1 (*destination image*), X2 (fasilitas wisata), X3 (persepsi harga) terhadap *variable dependent* Y (keputusan berkunjung). Uji t dilakukan dengan menyusun hipotesis yaitu H_0 dan H_1 .²⁶

b. Uji F

Uji F digunakan untuk mengetahui tingkat signifikansi dari pengaruh antara variable-variable independent secara simultan atau bersama-sama terhadap variable dependent. Maka dari itu dilakukan uji F dengan cara membandingkan antara F hitung dengan F table.

²⁶ Husein Umar, *Metode Riset Bisnis Panduan Mahasiswa untuk Melaksanakan Riset....*, hlm. 173-174.

c. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien Determinasi (R^2) dilakukan untuk mengetahui tingkat ketepatan yang paling baik dari analisis regresi yang dilakukan. Ditunjukkan dengan nilai Koefisien Determinasi (R^2) sebesar 0 sampai dengan 1.

5. Regresi Linier Berganda

Pengujian regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan fungsi atau tidak antara dua variable bebas atau lebih dengan variable terikat. Terdapat rumus penghitungan analisis regresi linier berganda ini, yaitu:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + b_4 X_4$$

Penjelasan:

Y : Keputusan Berkunjung,

a : Konstanta

b : Koefisien

X1: *Destination Image*

X2 : Fasilitas Wisata

X3 : Harga

X4 : Kualitas Pelayanan