

## BAB 3

### METODE PENELITIAN

#### 3.1 Jenis Penelitian

Metode kuantitatif dapat diartikan sebagai suatu metode penelitian yang berlandaskan filsafat positivisme. Filsafat positivisme menyatakan bahwa fenomena yang diteliti dapat diklasifikasikan menjadi relatif tetap, dapat diamati secara konkrit, dan dapat diukur, serta hubungan antar gejala bersifat sebab akibat, (Paramita dan Rizal, 2018:5). Penelitian ini menggunakan metodologi penelitian kuantitatif yang bertujuan untuk menganalisis variabel independen yang terdiri dari citra destinasi, fasilitas, dan *electronic word of mouth* (E-WOM) terhadap variabel dependen yaitu minat berkunjung kembali. Pendekatan analisis regresi berganda digunakan dalam penelitian ini, sehingga dapat diuji hipotesis yang menyatakan ada atau tidaknya pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen.

#### 3.2 Objek Penelitian

Apa yang menjadi pokok penelitian atau apa yang sedang diteliti disebut dengan objek penelitian. Dalam penelitian kuantitatif, objek penelitiannya adalah variabel yang diteliti. Subjek penelitian adalah suatu benda atau satuan tertentu yang di dalamnya terdapat objek penelitian (Ansori dan Iswati, 2017:114). Objek dalam penelitian ini untuk X1 atau variabel independen adalah citra destinasi, X2 atau variabel independen adalah fasilitas, X3 atau variabel independen adalah *electronic word of mouth* (E-WOM) dan Y atau variabel dependen adalah minat berkunjung kembali. Pengertian citra destinasi menurut Pitana (2009) dalam

Elvera, (2020:23) citra destinasi seseorang adalah persepsi yang dimilikinya terhadap barang dan jasa yang akan dibelinya. Sedangkan pengertian fasilitas menurut Sulastiyono (2011) dalam Suwitho, (2022:25) penyediaan peralatan berwujud yang dimaksudkan untuk memudahkan pelanggan dalam melakukan aktivitasnya sehingga segala kebutuhannya dapat terpenuhi disebut dengan fasilitas. Variabel ketiga yaitu *electronic word of mouth* (E-WOM), menurut Henning Thureau *et al.* (2004) dalam Priansa, (2017:351) *electronic word of mouth* adalah opini, baik yang positif atau negatif, yang diungkapkan oleh pelanggan saat ini atau mantan pelanggan tentang suatu bisnis atau produk. Orang atau organisasi tersebut kemudian menyebarkan informasi ini secara online sehingga banyak orang dapat mengaksesnya. Variabel keempat yaitu minat berkunjung kembali, menurut Setyo (2016) dalam Suryaningsih *et al.*, (2020:70) minat berkunjung kembali adalah suatu perilaku yang muncul dari pengalaman berkunjung sebelumnya mengenai kualitas pelayanan suatu destinasi dalam negara atau wilayah yang sama. Proses menumbuhkan keinginan pengunjung untuk kembali bergantung pada keberhasilan mereka memuaskan wisatawan, dilihat dari sudut pandang jangka panjang.

Tempat yang menjadi subyek dalam penelitian ini yaitu Pantai Watu Pecak Lumajang. Terdapat banyak wisatawan yang ingin berkunjung kembali di Pantai Watu Pecak Lumajang ini sehingga diperlukan penelitian ilmiah untuk mengetahui pengaruh citra destinasi, fasilitas, dan *electronic word of mouth* (E-WOM) terhadap minat berkunjung kembali di Pantai Watu Pecak Lumajang.

### 3.3 Jenis dan Sumber Data

Jenis dan sumber data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

#### 3.3.1 Jenis Data

a) Data primer

Data primer berasal dari survei lapangan yang menggunakan semua teknik asli untuk mengumpulkan data. (Paramita dan Rizal, 2018:72). Data primer yang digunakan dalam penelitian ini berasal langsung dari tanggapan kuesioner responden yakni pengunjung Pantai Watu Pecak Lumajang. Kuesioner berisi tentang faktor yang dapat mempengaruhi minat berkunjung kembali wisatawan Pantai Watu Pecak Lumajang yang meliputi citra destinasi, fasilitas dan *electronic word of mouth* (E-WOM).

b) Data sekunder

Jenis data sekunder merupakan suatu data yang dikumpulkan oleh organisasi pengumpul data dan tersedia bagi komunitas pengguna data (Paramita dan Rizal, 2018:72). Buku-buku, jurnal, media internet dan literatur lainnya yang berhubungan dengan objek penelitian merupakan data sekunder dalam penelitian ini.

#### 3.3.2 Sumber Data

Sumber data internal adalah yang berasal dari dalam perusahaan, dan sumber data eksternal adalah yang berasal dari luar perusahaan. (Paramita dan Rizal, 2018:72). Data internal yang digunakan dalam penelitian ini dapat diperoleh melalui Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Lumajang. Sedangkan data

eksternal yang dalam penelitian ini diperoleh melalui objek yaitu pengunjung Pantai Watu Pecak Lumajang.

### **3.4 Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling**

Populasi, sampel dan teknik sampling dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

#### **3.4.1 Populasi**

Populasi adalah sekelompok item atau orang yang cukup besar yang memiliki jumlah dan serangkaian karakteristik tertentu yang telah dipilih peneliti untuk dipelajari, dan diambil kesimpulan darinya. Jadi populasi tidak hanya terdiri dari manusia, tetapi juga benda dan alam lainnya. Populasi juga mencakup tidak hanya jumlah objek/mata pelajaran yang diteliti, tetapi juga seluruh ciri-ciri yang dimiliki subjek atau objek tersebut (Sugiyono, 2015:148). Populasi dalam penelitian ini yaitu wisatawan yang telah melakukan kunjungan destinasi wisata ke Pantai Watu Pecak Lumajang.

#### **3.4.2 Sampel**

Sampel adalah sebagian dari populasi dan karakteristiknya. Jika populasi sangat besar dan peneliti tidak dapat menganalisis keseluruhan populasi karena alasan apa pun, misalnya kurangnya staf, dana, atau waktu, mereka dapat menggunakan sampel dari populasi yang ada. Populasi bisa mendapatkan keuntungan dari wawasan yang diperoleh dari sampel. Oleh sebab itu, sampel populasi harus mewakili secara akurat, (Sugiyono, 2015:149).

Untuk menentukan ukuran sampel dalam penelitian ini menggunakan metode yang dikembangkan oleh Roscoe dalam (Sugiyono, 2015:164) yang memberikan saran tentang ukuran sampel untuk penelitian adalah sebagai berikut:

- a. Ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah antara 30 sampai dengan 500.
- b. Bila sampel dibagi dalam kategori (misalnya: pria-wanita, pegawai negeri-swasta, dan lain-lain) maka jumlah anggota sampel setiap kategori minimal 30.
- c. Apabila dalam penelitian akan melakukan analisis dengan multivariate (korelasi atau regresi ganda misalnya), maka jumlah anggota sampel minimal 10 kali dari jumlah variabel diteliti. Misalnya variabel penelitian ada 5 (independen + dependen), maka jumlah anggota sampel yaitu  $10 \times 5 = 50$ .
- d. Dalam penelitian eksperimen sederhana, yang menggunakan kelompok eksperimen dan kelompok kontrol, maka jumlah anggota sampel masing-masing antara 10 sampai dengan 20.

Berdasarkan pendapat Roscoe tersebut maka dalam penelitian ini menggunakan saran tentang ukuran sampel yang ke tiga yaitu apabila dalam penelitian melakukan analisis regresi linier berganda dalam penentuan sampelnya diambil pada jumlah variabel yaitu tiga variabel independen yang terdiri dari citra destinasi, fasilitas dan *electronic word of mouth* (E-WOM), serta satu variabel dependen yaitu minat berkunjung kembali. Sampel yang akan diambil dari masing-masing variabel dalam penelitian ini berjumlah  $4 \text{ variabel} \times 20 \text{ responden} = 80 \text{ sampel responden}$ . 80 orang atau responden tersebut nantinya akan mengisi

semua kuisisioner tentang variabel citra destinasi, fasilitas, *electronic word of mouth* (E-WOM), dan minat berkunjung kembali.

### 3.4.3 Teknik Sampling

Teknik sampling merupakan teknik pengambilan sampel. Sampel yang digunakan untuk penelitian dapat dipilih dengan menggunakan berbagai prosedur pengambilan sampel, (Sugiyono, 2015:150). Dalam teknik sampling terdapat beberapa cara untuk mengidentifikasi sampel dalam penelitian. Dalam penelitian ini teknik sampling yang digunakan adalah *purposive sampling*. *Purposive sampling* merupakan strategi menentukan sampel melalui beberapa standar tertentu (Sugiyono, 2015:156). *Purposive sampling* digunakan karena tidak semua sampel memenuhi persyaratan yang diperlukan untuk menyelidiki fenomena yang diteliti. Oleh sebab itu, penulis memilih pendekatan *purposive sampling*, yang menetapkan faktor atau standar sebagai berikut:

- a. Wisatawan yang telah berkunjung ke Pantai Watu Pecak lebih dari dua kali.
- b. Pengunjung yang telah berusia tidak kurang dari 17 tahun dengan pertimbangan usia 17 tahun dapat memberikan keputusan yang tepat.

### 3.5 Variabel Penelitian, Definisi Konseptual dan Definisi Operasional

Variabel penelitian, definisi konseptual dan definisi operasional dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

#### 3.5.1 Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah karakteristik, sifat, atau nilai suatu subjek, item, organisasi, atau aktivitas yang mengalami perubahan tertentu yang diidentifikasi



oleh peneliti dan dari situlah dapat ditarik kesimpulan, (Sugiyono, 2015:96).

Dalam penelitian ini terdapat dua variabel yang diteliti yaitu:

#### a. Variabel Independen

Berdasarkan pendapat Sugiyono, (2015:96) variabel independen merupakan variabel yang sering disebut dengan variabel stimulus atau variabel prediktor. Dalam bahasa Indonesia sering disebut dengan variabel bebas. Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau menyebabkan berubahnya atau munculnya suatu variabel terikat (dependen). Variabel independen dalam penelitian ini adalah:

##### 1) Citra destinasi

Menurut Pitana (2009) dalam Elvera, (2020:23) citra destinasi seseorang adalah persepsi yang dimilikinya terhadap barang dan jasa yang akan dibelinya.

##### 2) Fasilitas

Menurut Sulastiyono (2011) dalam Suwitho, (2022:25) penyediaan peralatan berwujud yang dimaksudkan untuk memudahkan pelanggan dalam melakukan aktivitasnya sehingga segala kebutuhannya dapat terpuaskan disebut dengan fasilitas.

##### 3) *Electronic word of mouth* (E-WOM)

Menurut Henning Thureau *et al.* (2004) dalam Priansa, (2017:351) *electronic word of mouth* adalah opini, baik yang positif atau negatif, yang diungkapkan oleh pelanggan saat ini atau mantan pelanggan tentang suatu bisnis atau

produk. Orang atau organisasi tersebut kemudian menyebarkan informasi ini secara online sehingga banyak orang dapat mengaksesnya.

#### **b. Variabel Dependen**

Menurut Sugiyono, (2015:97) variabel dependen merupakan variabel yang sering disebut dengan variabel konsekuen, variabel kriteria, atau variabel hasil. Dalam bahasa Indonesia sering disebut dengan variabel terikat. Variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau merupakan akibat dari adanya variabel bebas. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel dependen (Y) adalah minat berkunjung kembali. Menurut Setyo (2016) dalam Suryaningsih *et al.*, (2020:70) minat kunjungan kembali merupakan suatu perilaku yang muncul dari pengalaman berkunjung sebelumnya mengenai kualitas pelayanan suatu destinasi di negara atau wilayah yang sama. Proses terciptanya niat wisatawan untuk kembali didasarkan pada kinerja positif wisatawan dalam bentuk perspektif jangka panjang.

#### **3.5.2 Definisi Konseptual**

Definisi konseptual adalah definisi yang menggunakan pemahaman peneliti untuk menggambarkan suatu gagasan yang ada, (Sholihah, 2020:91). Berikut definisi konseptual dari masing-masing variabel:

- a. Citra destinasi merupakan ekspresi pengetahuan diri, keyakinan, prasangka, atau pemikiran emosional seseorang tentang suatu tempat yang diciptakan dengan memproses data dari berbagai sumber dari waktu ke waktu.



- b. Fasilitas merupakan segala perlengkapan yang diberikan oleh organisasi atau perusahaan untuk memenuhi kebutuhan konsumen yang tinggal sementara atau mengunjungi suatu suatu tempat.
- c. *Electronic word of mouth* (E-WOM) adalah suatu pernyataan yang dibuat oleh seseorang dalam bentuk foto, video, audio maupun teks tentang produk atau layanan baik secara positif maupun negatif yang diunggah melalui media sosial.
- d. Minat berkunjung kembali adalah sebuah perilaku konsumen yang terjadi atas respon positif terhadap suatu objek sehingga menimbulkan niat atau keinginan untuk mengunjungi kembali.

### 3.5.3 Definisi Operasional

Variabel-variabel yang ditetapkan menggunakan beberapa indikator sebagai landasan pengukuran hasil merupakan pengertian dari definisi operasional, (Sholihah, 2020:91). Definisi operasional dalam penelitian ini akan memaparkan indikator dan definisi operasional masing-masing variabel sebagai berikut:

#### a. Citra destinasi

Menurut Pitana (2009) dalam Elvera, (2020:23) citra destinasi seseorang adalah persepsi yang dimilikinya terhadap barang dan jasa yang akan dibelinya. Chi dan Qu (2008) dalam Elvera, (2020:23) mengungkapkan bahwa citra destinasi terdiri dari sembilan dimensi yaitu;

- 1) Lingkungan, yaitu kondisi lingkungan baik dari dalam ataupun di sekitar destinasi wisata.

- 2) Atraksi alam, yaitu daya tarik alam atau indahnya pemandangan suatu objek wisata.
- 3) Hiburan dan *event*, yaitu berbagai acara dan hiburan yang diadakan di lokasi wisata.
- 4) Atraksi sejarah dan budaya, yaitu daya tarik sejarah atau ciri khas budaya di objek wisata.
- 5) Infrastruktur perjalanan, yaitu fasilitas jalan yang sudah beraspal.
- 6) Aksesibilitas, yaitu kemudahan atau kelancaran dalam mengunjungi objek wisata.
- 7) Relaksasi, yaitu situasi dimana objek wisata dapat membantu pengunjung untuk merasa tenang secara mental dan menegarkan tubuhnya.
- 8) Aktivitas luar ruangan, yaitu aktivitas yang dilakukan oleh wisatawan di lingkungan alam terbuka.
- 9) Harga dan nilai, yaitu pengeluaran yang ditanggung oleh wisatawan selama berada di objek wisata.

Berdasarkan indikator citra destinasi dalam penelitian ini, maka disusun kuesioner untuk menampung pendapat responden sebagai berikut:

- 1) Lingkungan sekitar Pantai Watu Pecak masih terjaga kebersihan dan keamanannya
- 2) Daya tarik alam Pantai Watu Pecak indah dan rapi
- 3) Pantai Watu Pecak menyediakan hiburan dan *event* pada waktu tertentu
- 4) Pantai Watu Pecak memiliki daya tarik sejarah tersendiri
- 5) Akses jalan menuju Pantai Watu Pecak sudah beraspal

- 6) Akses jalan menuju Pantai Watu Pecak mudah dijangkau
- 7) Pantai Watu Pecak sangat cocok untuk dijadikan tempat menenangkan pikiran
- 8) Pengunjung merasa nyaman saat melakukan aktivitas di Pantai Watu Pecak
- 9) Harga tiket masuk Pantai Watu Pecak cukup terjangkau

#### **b. Fasilitas**

Menurut Sulastiyono (2011) dalam Suwitho, (2022:25) penyediaan peralatan berwujud yang dimaksudkan untuk memudahkan pelanggan dalam melakukan aktivitasnya sehingga segala kebutuhannya dapat terpenuhi disebut dengan fasilitas. Indikator fasilitas menurut Salim *et al.*, (2023:93) adalah sebagai berikut:

- 1) Kelengkapan, yaitu ketersediaan fasilitas yang cukup lengkap.
- 2) Kebersihan, yaitu kebersihan fasilitas yang disediakan.
- 3) Kerapian, yaitu fasilitas yang disediakan tertata rapi.
- 4) Kemudahan, yaitu fasilitas yang disediakan cukup mudah untuk digunakan.

Berdasarkan indikator fasilitas dalam penelitian ini, maka disusun kuesioner untuk menampung pendapat responden sebagai berikut:

- 1) Fasilitas yang disediakan di area wisata Pantai Watu Pecak cukup lengkap
- 2) Fasilitas yang disediakan di area wisata Pantai Watu Pecak terjaga kebersihannya
- 3) Fasilitas yang disediakan di area wisata Pantai Watu Pecak tertata dengan rapi
- 4) Fasilitas yang disediakan di area wisata Pantai Watu Pecak mudah digunakan sesuai fungsinya

**c. *Electronic word of mouth (E-WOM)***

Henning Thureau *et al.* (2004) dalam Priansa, (2017:351) berpendapat bahwa *electronic word of mouth* adalah opini, baik yang positif atau negatif, yang diungkapkan oleh pelanggan saat ini atau mantan pelanggan tentang suatu bisnis atau produk. Orang atau organisasi tersebut kemudian menyebarkan informasi ini secara online sehingga banyak orang dapat mengaksesnya. Indikator *electronic word of mouth* menurut Hutter *et al.*, (2013) dalam Suryani *et al.*, (2022:17) adalah sebagai berikut:

- 1) Intensitas melihat ulasan: Ini mengacu pada seberapa sering seseorang melihat atau memeriksa ulasan produk atau layanan sebelum membuat keputusan pembelian.
- 2) Memberikan ulasan positif: Ini adalah tindakan memberikan umpan balik yang baik atau mendukung terhadap produk atau layanan setelah menggunakannya atau mengalami pengalaman positif dengan mereka.
- 3) Membaca pengalaman pembeli sebelumnya: Ini berarti menghabiskan waktu untuk membaca atau mempelajari pengalaman yang telah dibagikan oleh pembeli sebelumnya untuk mendapatkan wawasan tentang kualitas produk atau layanan.
- 4) Intensitas komunikasi: Ini merujuk pada tingkat interaksi atau pertukaran informasi antara penjual dan pembeli, yang bisa mempengaruhi pengalaman pembelian dan kepuasan pelanggan

Berdasarkan indikator *electronic word of mouth* (E-WOM) dalam penelitian ini, maka disusun kuesioner untuk menampung pendapat responden sebagai berikut:

- 1) Saya sering mencari informasi melalui media sosial sebelum berkunjung ke Pantai Watu Pecak
- 2) Saya membagikan pengalaman positif kepada orang lain melalui media sosial tentang Pantai Watu Pecak
- 3) Saya mencari informasi dari pengalaman orang lain melalui media sosial tentang Pantai Watu Pecak
- 4) Saya sering bertukar informasi dengan orang lain melalui media sosial tentang Pantai Watu Pecak

**d. Minat berkunjung kembali**

Menurut Setyo (2016) dalam Suryaningsih *et al.*, (2020:70) minat berkunjung kembali adalah suatu perilaku yang muncul dari pengalaman berkunjung sebelumnya mengenai kualitas pelayanan suatu destinasi dalam negara atau wilayah yang sama. Proses menumbuhkan keinginan pengunjung untuk kembali bergantung pada keberhasilan mereka memuaskan wisatawan, dilihat dari sudut pandang jangka panjang. Niat kunjungan ulang menurut Zeithaml *et al.* (2018) dalam Suryaningsih *et al.*, (2020:71) dapat diidentifikasi dengan indikator sebagai berikut:

- 1) Kesiediaan untuk mengunjungi kembali, yaitu konsumen bersedia untuk mengunjungi kembali suatu objek wisata.

- 2) Kesiediaan untuk mengundang atau mengajak, yaitu konsumen akan mengajak atau mengundang orang lain untuk mengunjungi objek wisata yang sama.
- 3) Kesiediaan untuk menceritakan kisah yang positif, yaitu konsumen menceritakan pengalaman positif yang didapat saat melakukan kunjungan ke suatu objek wisata.
- 4) Kesiediaan untuk memprioritaskan tujuan, yaitu konsumen akan memprioritaskan objek wisata untuk dilakukan kunjungan.

Berdasarkan indikator minat berkunjung kembali dalam penelitian ini, maka disusun kuisioner untuk menampung pendapat responden sebagai berikut:

- 1) Saya akan mengunjungi kembali Pantai Watu Pecak di lain hari
- 2) Saya akan merekomendasikan Pantai Watu Pecak kepada orang lain
- 3) Saya akan menceritakan kisah positif dari pengalaman mengunjungi Pantai Watu Pecak
- 4) Saya bersedia untuk menjadikan Pantai Watu Pecak sebagai tujuan utama

### 3.6 Instrumen Penelitian

Menurut Sugiyono, (2015:156), instrumen penelitian merupakan suatu alat yang sering digunakan untuk mengumpulkan data atau mengukur objek dari suatu variabel penelitian dan dirancang untuk digunakan dalam masalah penelitian tertentu. Instrumen dalam penelitian ini, disusun berdasarkan indikator variabel yang telah disajikan diawal dan ditunjukkan dalam tabel 3.1 berikut:

Tabel 3.1 Instrumen Penelitian

No	Variabel	Indikator	Instrumen Penelitian	Skala	Sumber
1	Citra	1) Lingkungan	1) Lingkungan sekitar	Ordinal	Chi dan Qu



No	Variabel	Indikator	Instrumen Penelitian	Skala	Sumber
	destinasi (X1)		Pantai Watu Pecak masih terjaga kebersihan dan keamanannya		(2008) dalam (Elvera, 2020:23)
		2) Atraksi alam	2) Daya tarik alam Pantai Watu Pecak indah dan rapi		
		3) Hiburan dan event	3) Pantai Watu Pecak menyediakan hiburan dan event pada waktu tertentu		
		4) Atraksi sejarah	4) Pantai Watu Pecak memiliki daya tarik sejarah tersendiri		
		5) Infrastruktur perjalanan	5) Akses jalan menuju Pantai Watu Pecak sudah beraspal		
		6) Aksesibilitas	6) Akses jalan menuju Pantai Watu Pecak mudah dijangkau		
		7) Relaksasi	7) Pantai Watu Pecak sangat cocok untuk dijadikan tempat menenangkan pikiran		
		8) Aktivitas luar	8) Pengunjung merasa nyaman saat melakukan aktivitas di Pantai Watu Pecak		
		9) Harga dan nilai	9) Harga tiket masuk Pantai Watu Pecak cukup terjangkau		
2	Fasilitas (X2)	1) Kelengkapan fasilitas yang disediakan	1) Fasilitas yang disediakan di area wisata Pantai Watu Pecak lengkap	Ordinal	Salim <i>et al.</i> , (2023:93)
		2) Kebersihan fasilitas yang disediakan	2) Fasilitas yang disediakan di area wisata Pantai Watu Pecak terjaga kebersihannya		
		3) Kerapian fasilitas yang disediakan	3) Fasilitas yang disediakan di area wisata Pantai Watu Pecak tertata dengan rapi		
		4) Kemudahan fasilitas untuk	4) Fasilitas yang disediakan di area		

No	Variabel	Indikator	Instrumen Penelitian	Skala	Sumber
		digunakan	wisata Pantai Watu Pecak mudah digunakan sesuai fungsinya		
3	<i>Electronic word of mouth</i> (X3)	1) Intensitas melihat ulasan 2) Memberikan ulasan positif 3) Membaca pengalaman pembeli sebelumnya 4) Intensitas komunikasi	1) Saya sering mencari informasi melalui media sosial sebelum berkunjung ke Pantai Watu Pecak 2) Saya membagikan pengalaman positif kepada orang lain melalui media sosial tentang Pantai Watu Pecak 3) Saya mencari informasi dari pengalaman orang lain melalui media sosial tentang Pantai Watu Pecak 4) Saya sering bertukar informasi dengan orang lain melalui media sosial tentang Pantai Watu Pecak	Ordinal	Hutter <i>et al.</i> , (2013:17) dalam (Suryani <i>et al.</i> , 2022)
4	Minat berkunjung kembali (Y)	1) Kesediaan untuk mengunjungi kembali 2) Kesediaan untuk mengundang atau mengajak 3) Kesediaan untuk menceritakan kisah yang positif 4) Kesediaan untuk memprioritaskan tujuan	1) Saya akan mengunjungi kembali Pantai Watu Pecak di lain hari 2) Saya akan merekomendasikan Pantai Watu Pecak kepada orang lain 3) Saya akan menceritakan kisah positif dari pengalaman mengunjungi Pantai Watu Pecak 4) Saya bersedia untuk menjadikan Pantai Watu Pecak sebagai tujuan utama	Ordinal	Zeithaml <i>et. al.</i> (2018) dalam (Suryaning sih <i>et al.</i> , 2020:71)

Sumber: Diolah peneliti tahun 2024

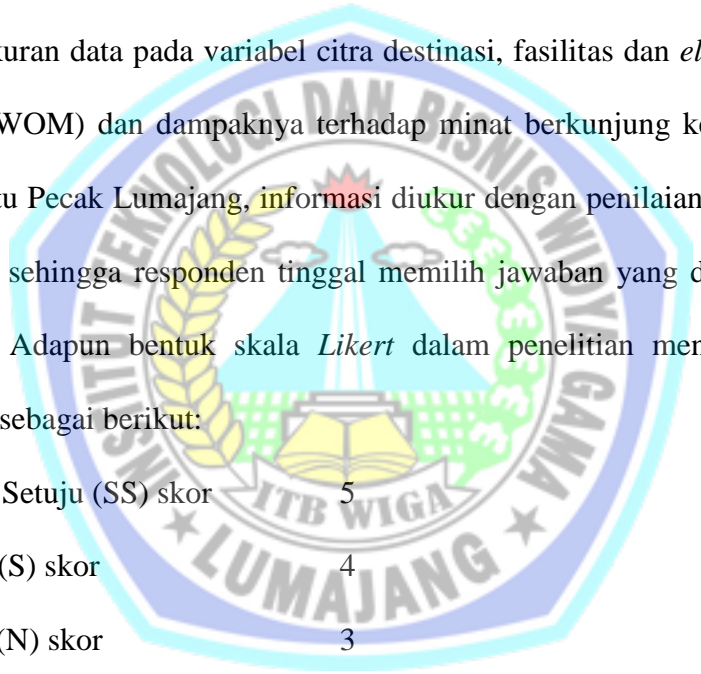
### 3.7 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

#### 3.7.1 Kuesioner

Kuesioner adalah pertanyaan tertulis dari responden yang menyampaikan pendapat atau keterangan faktual yang diketahui dan harus dijawab oleh responden. (Sugiyono, 2015:230). Dalam penelitian ini, kuesioner digunakan untuk mengumpulkan data dari responden yang teridentifikasi.

Pengukuran data pada variabel citra destinasi, fasilitas dan *electronic word of mouth* (E-WOM) dan dampaknya terhadap minat berkunjung kembali di wisata Pantai Watu Pecak Lumajang, informasi diukur dengan penilaian pilihan jawaban disediakan sehingga responden tinggal memilih jawaban yang disediakan dalam kuesioner. Adapun bentuk skala *Likert* dalam penelitian menurut (Sugiyono, 2015:169) sebagai berikut:

- 
- a. Sangat Setuju (SS) skor 5
  - b. Setuju (S) skor 4
  - c. Netral (N) skor 3
  - d. Tidak Setuju (TS) skor 2
  - e. Sangat Tidak Setuju (STS) skor 1

#### 3.7.2 Observasi

Sutrisno Hadi (1986) dalam (Sugiyono, 2015:235) berpendapat bahwa observasi merupakan suatu proses kompleks yang terdiri dari berbagai proses biologis dan psikologis. Dua yang paling penting adalah proses observasi dan

ingatan. Observasi dalam penelitian ini yaitu observasi langsung wisatawan pengunjung Pantai Watu Pecak Lumajang.

### **3.8 Teknik Analisis Data**

Dalam penelitian kuantitatif, analisis data adalah kegiatan setelah mengumpulkan data dari seluruh responden atau sumber data lainnya. Kegiatan analisis data meliputi pengelompokan data berdasarkan variabel dan jenis responden, pengumpulan data berdasarkan variabel pada seluruh responden, penyajian data setiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang diajukan (Sugiyono, 2015:238).

#### **3.8.1 Uji instrumen**

Memastikan kuesioner yang digunakan untuk mengumpulkan data dari responden valid dan dapat diandalkan merupakan langkah penting yang harus diperhatikan sebelum menguji hipotesis. Memastikan validitas dan reliabilitas data yang diperoleh merupakan persyaratan mendasar bagi keberhasilan pelaksanaan pengujian hipotesis pada tahap selanjutnya.

##### **a. Uji validitas**

Uji validitas adalah proses menentukan apakah suatu alat pengukuran, seperti kuesioner, mampu mengukur semua yang seharusnya diukur. Apabila jawaban pertanyaan dapat mengungkapkan sesuatu yang perlu diukur, maka alat ukur (kuesioner) dianggap sah atau valid (Sujarweni, 2019:157). Berdasarkan penjelasan Sugiyono, (2015:430) derajat keakuratan yang ada antara data yang

dikumpulkan atau dilaporkan oleh peneliti dengan data yang terjadi pada objek penelitian disebut validitas..

Menurut Sugiyono, (2015:208) mengkorelasikan skor keseluruhan dengan jumlah skor faktor adalah cara dilakukannya analisis faktor. Suatu faktor dikatakan kuat jika terdapat korelasi positif antara seluruh komponennya dan besarnya minimal 0,3. Oleh karena itu, analisis faktor menghasilkan kesimpulan bahwa instrumen ini mempunyai validitas konstruk yang kuat.

#### **b. Uji reliabilitas**

Uji reliabilitas adalah tes yang menilai konsistensi responden terhadap pertanyaan survei (Ghozali, 2013:147). Setelah suatu pernyataan dianggap valid, uji reliabilitas dilakukan terhadap pernyataan tersebut. Dengan menggunakan kuesioner, tes ini mengukur penanda variabel (Ghozali, 2001) dalam (Sujarweni, 2019:158). Ketika survei responden menunjukkan konsistensi atau stabilitas dalam tanggapan mereka dari waktu ke waktu, survei tersebut dianggap dapat diandalkan atau dapat dipercaya. Menurut Nunally (1981) dalam Siswanto, (2015:70) data dikatakan reliabel jika nilai cronbach's alpha  $> 0,6$ . Kriteria pengujian tes reliabilitas adalah sebagai berikut:

Tabel 3.2 Indeks Kriteria Reliabilitas

<b>Interval</b>	<b>Tingkat Reliabilitas</b>
< 0,200	Kurang Reliabel
0,200 - 0,399	Agak Reliabel
0,400 – 0,599	Cukup Reliabel
0,600 – 0,799	Reliabel
0,800 – 1,000	Sangat Reliabel

Sumber: (Prayadnya & Jayantika, 2018:29)

### 3.8.2 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik yang digunakan dalam penelitian ini meliputi uji normalitas, uji multikolineeritas, dan uji heteroskedastisitas.

#### a. Uji Normalitas

Berdasarkan penjelasan Rianto dan Hatmawan, (2020:137) menentukan apakah variabel residu atau perancu dalam model regresi mempunyai distribusi yang teratur atau tidak merupakan tujuan dari uji normalitas. Berikut cara mengetahui apakah data tersebut terdistribusi secara teratur atau tidak:

- 1) Uji statistik kurtosis non-parametrik *Kolmogorov Smirnov* (K-S) dapat digunakan untuk melakukan uji normalitas pada grafik dalam keadaan berikut:
  - a)  $H_0$  : nilai sig  $> 0,05$  maka data residual terdistribusi normal.
  - b)  $H_a$  : nilai sig  $< 0,05$  maka data residual tidak terdistribusi normal.

#### b. Uji Multikolinearitas

Berdasarkan penjelasan Rianto dan Hatmawan, (2020:139) korelasi yang tinggi antara satu variabel independen dengan variabel independen lainnya adalah uji multikolinearitas. Tujuan dari uji multikolinearitas adalah untuk mengetahui seberapa besar korelasi variabel-variabel independen dalam model regresi linier berganda. Variabel independen dan dependen akan terganggu apabila terdapat korelasi yang tinggi antar variabel independen.

Menurut Rianto dan Hatmawan, (2020:139) kriteria untuk mendeteksi multikolinearitas pada suatu model adalah sebagai berikut :



- 1) Jika nilai Variance Inflation Factor (VIF)  $< 10$  dan nilai tolerance  $> 0,10$  maka model dapat dikatakan terbebas dari multikolinearitas. Semakin tinggi VIF, maka semakin rendah tolerance.

### c. Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan pendapat Ghozali, (2018:134) uji heteroskedastisitas dimaksudkan untuk menguji apakah terdapat ketidaksamaan varians antara residu suatu pengamatan dengan residu pengamatan yang lain dalam suatu model regresi. Jika varians dari residual setiap observasi tetap maka disebut homoskedastisitas, dan jika berbeda maka disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang bersifat homoskedastis atau non-heteroskedastis. Sebagian besar data cross-sectional mengandung situasi heteroskedastisitas karena menangkap data yang mewakili ukuran yang berbeda (kecil, sedang, besar). Dasar analisisnya sebagai berikut:

- 1) Heteroskedastisitas terjadi jika terdapat pola tertentu, misalnya titik-titik yang membentuk pola teratur (bergelombang, melebar lalu menyempit).
- 2) Heteroskedastisitas tidak timbul jika tidak ada pola yang terlihat dan titik-titiknya tersebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y.

### 3.8.3 Analisis Regresi Linier Berganda

Berdasarkan penjelasan Rianto dan Hatmawan, (2020:140) regresi linier berganda melibatkan satu variabel terikat dan dua atau lebih variabel bebas. Rumus berikut biasanya digunakan untuk membuat persamaan regresi linier berganda:

$$MBK = \alpha + \beta_1.CD + \beta_2.F + \beta_3.EWOM + \varepsilon$$

Keterangan:

MBK = Minat berkunjung kembali

$\alpha$  = Konstanta

CD = Citra destinasi

F = Fasilitas

EWOM = *Electronic word of mouth*

$\beta$  = Koefisien regresi variabel independen

$\varepsilon$  = *Error term* (yang tidak terungkap = 5%)

Penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda yang bertujuan untuk mengetahui diantara variabel independen yaitu citra destinasi, fasilitas, dan *electronic word of mouth* (E-WOM) yang berpengaruh terhadap variabel dependen yaitu minat berkunjung kembali di Pantai Watu Pecak Lumajang.

### 3.8.4 Uji Hipotesis

Langkah selanjutnya yang disebut pengujian hipotesis adalah pengujian regresi linier berganda yang diikuti dengan pengujian pengaruh lainnya. Tujuan pengujian ini adalah untuk memastikan bagaimana variabel-variabel independen tersebut, yaitu citra destinasi (X1), fasilitas (X2) dan *electronic word of mouth* (X3) terhadap variabel dependen yaitu minat berkunjung kembali (Y).

#### a. Uji t (Uji Parsial)

Berdasarkan penjelasan Rianto dan Hatmawan, (2020:141) tujuan dari uji t yang disebut juga uji parsial adalah untuk menilai pengaruh signifikan variabel independen terhadap variabel dependen. Uji parsial (uji t) yang dilakukan dalam

penelitian ini untuk menguji pengaruh dari citra destinasi (X1), fasilitas (X2), dan *electronic word of mouth* (X3) terhadap minat berkunjung kembali (Y).

Beberapa langkah dalam menguji secara parsial (uji t) adalah sebagai berikut:

1) Merumuskan Hipotesis

a) Hipotesis Pertama

$H_0$  : Diduga citra destinasi tidak berpengaruh terhadap minat berkunjung kembali di Pantai Watu Pecak Lumajang.

$H_a$  : Diduga citra destinasi berpengaruh terhadap minat berkunjung kembali di Pantai Watu Pecak Lumajang.

b) Hipotesis Kedua

$H_0$  : Diduga fasilitas tidak berpengaruh terhadap minat berkunjung kembali di Pantai Watu Pecak Lumajang.

$H_a$  : Diduga fasilitas berpengaruh terhadap minat berkunjung kembali di Pantai Watu Pecak Lumajang.

c) Hipotesis Ketiga

$H_0$  : Diduga *electronic word of mouth* (E-WOM) tidak berpengaruh terhadap minat berkunjung kembali di Pantai Watu Pecak Lumajang.

$H_a$  : Diduga *electronic word of mouth* (E-WOM) berpengaruh terhadap minat berkunjung kembali di Pantai Watu Pecak Lumajang.

2) Kriteria Pengujian :

- a) Jika  $-t_{hitung} \leq -t_{tabel}$  atau  $t_{hitung} \geq t_{tabel}$  atau  $sig \geq 0,05$  (5%) maka  $H_0$  diterima sedangkan  $H_a$  ditolak.

- b) Jika  $-t_{hitung} > -t_{tabel}$  atau  $t_{hitung} < t_{tabel}$  atau  $sig \leq 0,05$  (5%) maka  $H_a$  diterima sedangkan  $H_o$  ditolak.
- 3) Hitung nilai  $t_{tabel}$  dengan rumus  $df = N-2$
- 4) Buat kesimpulan dengan membandingkan  $t_{hitung}$  dengan  $t_{tabel}$ .

### 3.8.5 Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Menurut Rianto dan Hatmawan, (2020:141) analisis koefisien determinasi ( $R^2$ ) mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) berkisar antara 0-1. Nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) yang kecil menunjukkan kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan variabel terikat sangat terbatas. Sebaliknya, nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) yang besar dan mendekati 1 menunjukkan bahwa variabel bebas memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel terikat.

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) digunakan untuk pengukuran keseluruhan variabel terikat (Y) yang telah dijelaskan oleh variabel bebas (X). Identifikasi koefisien determinasi dalam regresi linier berganda, terutama dengan menggunakan nilai R Square. Koefisien determinasi ( $R^2$ ) nanti akan mendapatkan nilai untuk mengukur besarnya bantuan oleh beberapa variabel bebas (X) yaitu citra destinasi (X1), fasilitas (X2) dan *electonic word of mouth* (X3) terhadap naik turunnya variabel terikat (Y) yaitu minat berkunjung kembali di Pantai Watu Pecak Lumajang yang pada dasarnya dinyatakan dalam persentase (%).