

BAB 3

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian kuantitatif adalah penelitian dimana pertanyaan dijawab dalam desain terstruktur sesuai dengan sistematika penelitian ilmiah. Rancangan penelitian kuantitatif meliputi fenomena penelitian, masalah penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, tinjauan pustaka, tinjauan penelitian terdahulu, instrument penelitian, populasi dan sampel, sumber dan jenis data, serta teknik analisis yang digunakan (Paramita *et al.*, 2021:10) Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif yang bertujuan untuk menganalisis variable independen yang terdiri dari Citra destinasi, fasilitas, dan *electronic word of mouth* (E-WOM) terhadap variabel dependen yaitu minat berkunjung kembali. Pendekatan analisis regresi linier berganda digunakan dalam penelitian ini, sehingga dapat diuji hipotesis yang menyatakan ada atau tidaknya pengaruh antara variable independen terhadap variable dependen. Data yang diperoleh akan diproses lebih lanjut dan dianalisis dengan pengetahuan dasar teori yang telah dipahami dan analisis dilakukan melalui metode kuantitatif dengan statistik yang relevan untuk menguji hipotesis

3.2 Objek Penelitian

Objek dalam penelitian ini untuk X1 atau variable independen adalah Citra destinasi, X2 atau variable independen adalah Fasilitas, X3 atau variable independen adalah *electronic word of mouth* (E-WOM) dan Y atau variable dependen adalah minat berkunjung kembali. Pengertian citra destinasi menurut

Endrawan, (2024) citra destinasi di definisikan sebagai aktivitas pemasaran untuk mempromosikan citra positif suatu daerah tujuan wisata demi mempengaruhi keputusan konsumen untuk mengunjunginya. Sedangkan pengertian fasilitas menurut Tjiptono, (2014) fasilitas adalah sumberdaya fisik yang harus ada sebelum suatu jasa dapat di tawarkan kepada konsumen. Fasilitas merupakan faktor penting dalam kegiatan kepariwisataan, melalui fasilitas kegiatan kepariwisataan dapat berjalan dengan baik tumbuh dan berkembangnya kegiatan pariwisata karena tersedianya berbagai fasilitas yang di butuhkan. Selanjutnya yaitu *electronic word of mouth*. Menurut Priansi., (2017:351) *Elelctronic word of mouth* adalah sebuah fenomena baru dalam dunia komunikasi, khususnya komunikasi pemasaran saat ini yang setiap individu saling tukar-menukar informasi serta pengalaman positif ataupun negatif mengenai suatu hal yang pernah atau orang lain alami sebelumnya melalui media online. Minat berkunjung kembali (*revisit intention*) di ambil dari teori minat berkunjung kembali terhadap suatu produk sehingga dalam beberapa kategori minat berkunjung dapat di aplikasikan terhadap minat beli. Minat adalah dorongan untuk memotivasi seseorang melakukan tindakan pujiyati dan sukaatmadji., (2019) dalam Z. Pratiwi & Prakosa, (2021) *revisit intention* adalah keinginan untuk mengulangi aktivitas berkunjung ke suatu destinas,minat berkunjung kembali juga dapat di artikan sebagai bentuk prilaku dari pengalaman kunjungan sebelumnya terhadap kualitas jasa layanan destinasi.

Tempat yang menjadi subjek penelitian ini yaitu Pantai Mbah Drajid Desa Wotgalih Kecamatan Yosowilangun Kabupaten Lumajang. Banyak wisatawan

lokal maupun asing yang minat berkunjung kembali di Pantai Mbah Drajid ini sehingga diperlukan penelitian ilmiah untuk mengetahui pengaruh citra destinasi, fasilitas, dan *electronic word of mouth* (E-WOM) terhadap minat berkunjung kembali di Pantai Mbah Drajid Desa Wotgalih Kecamatan Yosowilangun Kabupaten Lumajang.

3.3 Jenis dan Sumber Data

Jenis dan Sumber Data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

3.3.1 Jenis Data

Jenis data merupakan berbagai data yang digunakan dalam sebuah penelitian. Penelitian ini menggunakan data primer sebagai berikut:

a. Data Primer

Data primer adalah informasi yang di peroleh melalui penelitian lapangan dengan menggunakan semua metode pengumpulan data primer (Paramita *et al.*, 2021:72) Data primer yang digunakan dalam penelitian ini berasal langsung dari tanggapan kuesioner responden yakni pengunjung Pantai Mbah Drajid Desa Wotgalih Kecamatan Yosowilangun Kabupaten Lumajang. Kuesioner berisi tentang faktor yang dapat mempengaruhi minat berkunjung kembali wisatawan Pantai Mbah Drajid yang meliputi citra destinasi, fasilitas, dan *electronic word of mouth* (E-WOM)

3.3.2 Sumber Data

Data internal merupakan data yang berasal dari dalam organisasi tersebut, sedangkan data eksternal merupakan data yang berasal dari luar organisasi (Paramita *et al.*, 2021 : 72). Dari penjelasan tersebut dapat disimpulkan data

internal yang digunakan dalam penelitian ini dapat diperoleh melalui Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Lumajang. Sedangkan data eksternal dalam penelitian ini diperoleh melalui objek yaitu pengunjung Pantai Mbah Drajid Desa Wotgalih Kecamatan Yosowilangun Kabupaten 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 gabungan dari seluruh elemen yang berbentuk peristiwa, hal atau orang yang memiliki karakteristik yang serupa yang menjadi pusat perhatian seorang peneliti karena dipandang sebagai sebuah semesta penelitian. Menurut (Sugiyono, 2017:136) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk di pelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. Populasi adalah sekelompok item orang yang cukup besar yang memiliki jumlah dan serangkaian karakteristik tertentu yang telah dipilih untuk dipelajari, dan diambil kesimpulan darinya. Jadi populasi tidak hanya terdiri dari manusia, tetapi juga meliputi karakteristik atau sifat yang dimiliki objek atau subjek tersebut.

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang telah melakukan kunjungan ke destinasi wisata Pantai Mbah Drajid Desa Wotgalih Kecamatan Yosowilangun Kabupaten Lumajang. Menurut data yang diberikan dari pihak pengelola Pantai Mbah Drajid diperoleh data pengunjung pada tahun 2024 sebanyak 2.196 wisatawan. Jadi jumlah populasi dalam penelitian ini sebesar 2.196 wisatawan.

3.4.2 Sampel dan Teknik Sampling

Menurut (Sugiyono, 2017:137) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Jika populasi besar, dan penelitian tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Maka dari sampel itu yang harus betul-betul representative (mewakili), apabila tidak mampu memilih sampel yang *representative* maka dapat disimpulkan yang salah mengenai apa yang diteliti.

Teknik sampling dalam penelitian ini diambil secara *nonprobability sampling* dan teknik yang dipilih yaitu *accidental sampling* (sampling kebetulan). Menurut Sugiyono, (2020) *accidental sampling* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan/insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data. Prinsip pemilihan sampel dalam penelitian ini adalah setiap elemen populasi yang pernah melakukan kunjungan ke Pantai Mbah Drajid Desa Wotgalih Kecamatan Yosowilangun Kabupaten Lumajang.

Untuk menentukan ukuran sampel dalam penelitian ini digunakan rumus *Sampel Slovin* (Sugiyono, 2020), sebagai berikut :

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

Dimana :

n = Sampel

N = Populasi

e = Nilai kritis (batas kesalahan) pengambilan sampel 10%

Berdasarkan rumus diatas besarnya sampel yang harus diambil adalah :

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

$$n = \frac{2.196}{1 + 2.196.(0.01)^2}$$

$$n = \frac{2.196}{1 + 2.196 (0,01)}$$

$$n = \frac{2.196}{1 + 21,96}$$

$$n = \frac{2.196}{22,96}$$

n = 95,65 dibulatkan menjadi 96 responden

Berdasarkan hasil perhitungan tersebut, jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 96 responden. Pemilihan *margin of error* 10% dilakukan untuk memperoleh hasil yang tetap representatif dengan jumlah responden yang lebih efisien, sesuai dengan keterbatasan waktu dan sumber daya penelitian. 96 responden tersebut nantinya akan mengisi semua kuesioner mengenai variabel citra destinasi, fasilitas, *electronic word of mouth* (E-WOM), dan minat berkunjung kembali.

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

Secara teoritis variabel dapat di definisikan sebagai atribut seseorang atau objek, yang mempunyai “variasi” antara satu orang dengan yang lain atau satu objek dengan objek lain (Sugiyono., 2020) dalam penelitian ini, ada dua variabel yang diteliti. Variabel tersebut yaitu :

a. Variabel Independen

Berdasarkan pendapat Sugiyono, (2020) variabel independen biasa disebut dengan variable stimulus atau variable predictor. Dalam bahasa Indonesia sering disebut variable bebas. Variabel bebas adalah variable yang mempengaruhi atau menyebabkan berubahnya atau munculnya suatu variable terikat (dependen). Dalam penelitian ini yang menjadi variabel independen Citra destinasi (X1), Fasilitas (X2), dan *Electronic word of mouth* (E-WOM) (X3). Variabel independen dalam penelitian ini adalah:

1. Citra Destinasi

Citra destinasi menurut Ali Hasan., (2015:139) adalah kumpulan dari sejumlah keyakinan, ide dan kesan bahwa seseorang merasa memiliki destinasi itu. Citra akan di persepsikan bervariasi oleh orang yang berbeda. Setiap kota atau tempat tertentu dapat dilihat sebagai kampung masa kanak-

kanak, sebuah tempat yang ramai, pusat belanja, pusat hiburan, budaya atau destinasi liburan akhir pekan yang hebat.

2. Fasilitas

Menurut Tjiptono., (2014) fasilitas adalah sumberdaya fisik yang harus ada sebelum jasa ditawarkan kepada konsumen. Fasilitas merupakan suatu yang sangat penting dalam usaha jasa, oleh karena itu fasilitas yang ada yaitu kondisi fasilitas, kelengkapan desain interior dan eksterior serta kebersihan fasilitas harus di pertimbangkan terutama yang berkaitan erat dengan apa yang dirasakan konsumen secara langsung.

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

Pada buku Priansi., (2017:351) *Electronic word of mouth* adalah sebuah fenomena baru dalam dunia komunikasi, khususnya komunikasi pemasaran saat ini yang setiap individu saling tukar-menukar informasi serta pengalaman positif ataupun negative mengenai suatu hal yang pernah atau orang lain alami sebelumnya melalui media online.

b. Variabel Dependen

Menurut Sugiyono, (2020) variabel dependen merupakan variable yang sering disebut dengan variable konsekuen, variabel kriteria, atau variabel hasil. Dalam bahasa Indonesia sering disebut dengan variabel terikat. Variabel terikat adalah variabel yang di pengaruhi atau merupakan akibat dari adanya variabel bebas. Dalam penelitian ini yang menjadi variable dependen (Y) adalah Minat Berkunjung Kembali. Minat berkunjung kembali (*reviit intention*) di ambil dari teori minat berkunjung kembali terhadap suatu produk sehingga dalam beberapa

kategori minat berkunjung dapat di aplikasikan terhadap minat beli. Minat adalah dorongan untuk memotivasi seseorang melakukan tindakan pujiyati dan sukaatmadji, dalam Z. Pratiwi & Prakosa, (2021) revisit intention adalah keinginan untuk mengulangi aktivitas berkunjung ke suatu destinas,minat berkunjung kembali juga dapat di artikan sebagai bentuk prilaku dari pengalaman kunjungan sebelumnya terhadap kualitas jasa layanan destinasi.

3.5.2 Definisi Konseptual

Definisi konseptual adalah pengertian dari beberapa variable yang nantinya akan dijadikan pedoman dalam penelitian untuk memudahkan tindakan dilapangan, berikut ini beberapa definidi konseptual yang berhubungan dengan yang akan diteliti yakni:

- a. Citra Destinasi didefinisikan tidak hanya sebagai atribut destinasi tetapi juga kesan menyeluruh yang ditampilkan oleh destinasi. Citra destinasi yang baik dan positif dari para wisatawan akan membuat mereka berkeinginan untuk berkunjung kembali.
- b. Fasilitas merupakan salah satu sarana prasarana yang dapat menunjang suatu keberhasilan dalam suatu usaha. Aspek ini sangat berpengaruh dalam prioritas wisatawan yang akan melakukan kunjungan. Pentingnya fasilitas bagi perusahaan jasa sangat mempengaruhi minat berkunjung kembali.
- c. *Electronic word of mouth* (E-WOM) adalah 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 keinginan untuk melakukan kunjungan perjalanan dimasa depan yang dipengaruhi oleh sikap terhadap pengalaman masa lalunya. Wisatawan yang minat berkunjung kembali karena pengalaman masa lalunya yang membuat mereka teingat untuk mengunjungi wisata itu kembali.

3.5.3 Definisi Operasional

Definsi Operasional masing masing variable akan memaparkan apa saja menjadi indicator dari variable yang diteliti, devinisi operasional penelitian ini sebagai berikut:

a. Citra Destinasi

Menurut elvera., (2020) adalah persepsi individu terhadap karakteristik destinasi yang dapat dipengaruhi oleh informasi promosi, media massa, serta banyak faktor lainnya. elvera., (2020) mengungkapkan bahwa citra destinasi terdiri dari sembilan dimensi yaitu:

1. Lingkungan, yaitu kondisi lingkungan baik dari dalam maupun di sekitar destinasi wisata.
2. Atraksi alam, yaitu daya tarik alam atauu 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 situasi dimana objek wisata dapat membantu pengunjung untuk merasa tenang secara mental dan menegarkan tubuhnya.
7. Aktivitas luar ruangan, yaitu aktivitas yang dilakukan oleh wisatawan di lingkungan alam terbuka.
8. Harga dan nilai, yaitu pengeluaran yang ditanggung oleh wisatawan selama berada di objek wisata.
9. Relaksasi, yaitu situasi dimana objek wisata dapat membantu pengunjung untuk merasa tenang secara mental dan menegarkan tubuhnya.

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

1. Lingkungan sekitar Pantai Mbah Drajid Wotgalih masih terjaga kebersihan dan keamanannya.
2. Daya tarik alam di Pantai Mbah Drajid Wotgalih, pemandangan alam yang menawan.
3. Pura Pantai Mbah Drajid Wotgalih menyediakan hiburan dan event pada waktu tertentu seperti hari resik pantai.
4. Pantai Mbah Drajid Wotgalih memiliki daya tarik sejarah yang kuat seperti keberadaan makam Mbah Drajid di sekitar area pantai.
5. Akses jalan menuju Pantai Mbah Drajid Wotgalih sudah beraspal.
6. Akses jalan menuju Pantai Mbah Drajid Wotgalih mudah dijangkau.
7. Pengunjung merasa nyaman saat melakukan aktivitas di Pantai Mbah Drajid Wotgalih

8. Harga makanan di sekitar wisata Pantai Mbah Drajid Wotgalih cukup terjangkau.
9. Pantai Mbah Drajid Wotgalih sangat cocok untuk dijadikan tempat menenangkan pikiran.

b. Fasilitas

Menurut Ali Hasan., (2015) menjelaskan bahwa ada tujuh indikator fasilitas, yaitu: Ketersediaan fasilitas, Kualitas fasilitas, Aksesibilitas, Keamanan, Ketersediaan informasi, Kenyamanan, dan Layanan pendukung.

1. Ketersediaan Fasilitas

Ini mencakup berbagai sarana yang ada ditempat wisata seperti transportasi, akomodasi (hotel, Penginapan), tempat makan, toilet, dan tempat istirahat yang memadai.

2. Kualitas Fasilitas

Fasilitas yang tersedia harus memiliki kualitas yang baik, terawat, dan memenuhi standar kenyamanan serta keamanan untuk pengunjung.

3. Aksesibilitas

Fasilitas wisata harus mudah dijangkau oleh pengunjung baik itu akses jalan, transportasi publik, maupun sarana untuk penyandang disabilitas.

4. Keamanan

Fasilitas yang ada harus memastikan keselamatan pengunjung, seperti penyediaan alat pemadam kebakaran, petugas keamanan, dan sistem pengawasan yang memadai

5. Ketersediaan Informasi

Fasilitas informasi yang cukup untuk wisatawan, seperti peta petunjuk arah dan layanan informasi wisata yang jelas dan mudah.

6. Kenyamanan

Fasilitas wisata harus memberikan kenyamanan bagi pengunjung, seperti suhu ruang, yang sesuai, kebersihan dan tempat yang tidak terlalu ramai dan bising.

7. Layanan Pendukung

Layanan seperti pemandu wisata, fasilitas medis, tempat sampah dan fasilitas parkir.

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

1. Fasilitas yang ada di Pantai Mbah Drajid Wotgalih sangat lengkap mulai dari tempat makan, toilet, musholla dan ruang istirahat.
2. Fasilitas yang tersedia sangat terawat dan aman untuk digunakan pengunjung.
3. Fasilitas di Pantai Mbah Drajid Wotgalih sangat mudah dijangkau seperti akses jalan yang baik untuk menuju pantai.
4. Fasilitas di Pantai Mbah Drajid Wotgalih sangat aman untuk keselamatan pengunjung mulai dari pengawasan timsar, alat pemadam kebakaran, dan petugas keamanan di area pantai.
5. Fasilitas informasi cukup lengkap mulai dari peta petunjuk arah, layanan informasi, arah evakuasi dan larangan membawa barang terlarang seperti (narkoba dan minuman keras).

6. Fasilitas untuk bersantai dibawah pohon cemara sangat bersih dan tidak terlalu ramai.
7. Fasilitas layanan pendukung seperti pemandu wisata yang setiap *weekend*, tempat medis, tempat sampah yang tersedia di setiap area pantai, dan tempat parkir yang luas.

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

Pada buku Priansi, (2017:351) *Electronic word of mouth* adalah sebuah fenomena baru dalam dunia komunikasi, khususnya komunikasi pemasaran saat ini yang setiap individu saling tukar-menukar informasi serta pengalaman positif ataupun negatif mengenai suatu hal yang pernah atau orang lain alami sebelumnya melalui media online.

Terdapat dimensi *electronic word of mouth* menurut Priansa (2017) dalam buku I nyoman, gede bayu rahanata, (2022: 17) sebagai berikut :

1. Intensitas (*intensity*)

Intensitas dalam *electronic word of mouth* berkenan dengan banyaknya pendapat yang di tulis oleh konsumen dalam sebuah situs jaringan sosial.

Indikator *intensity* meliputi :

- a. Frekuensi mengakses informasi dari situs jejaring social
- b. Frekuensi interaksi dengan pengguna situs jejaring social
- c. Banyaknya ulasan yang di tulis oleh pengguna situs jejaring social

2. *Valence of opinion*

valence of opinion adalah pendapat konsumen baik positif atau negatif mengenai produk. Jasa dan brand. *Valence of opinion* memiliki dua sifat yaitu negatif dan positif. *Valence of opinion* meliputi:

- a. Komentar positif dari pengguna situs jejaring social
- b. Komentar negatif dari pengguna situs jejaring social
- c. Rekomendasi dari pengguna situs jejaring sosial

3. *Content*

Content adalah isi informasi dari situs jejaring sosial berkaitan dengan produk dan jasa. Indikator dari content meliputi:

- d. Informasi variasi
- e. Informasi kualitas
- f. Informasi mengenai harga yang ditawarkan

Berdasarkan indikator tentang *electronic word of mouth* (E-WOM) maka, di susun kuisisioner untuk menjangkau pendapat responden sebagai berikut:

1. Saya sering mencari informasi melalui media sosial sebelum berkunjung ke Pantai Mbah Drajid Wotgalih
2. Saya membagikan pengalaman positif kepada orang lain melalui media sosial tentang Pantai Mbah Drajid Wotgalih
3. Saya sering bertukar informasi dengan orang lain melalui media sosial tentang Pantai Mbah Drajid Wotgalih

f. Minat Berkunjung Kembali

Teori minat berkunjung kembali di ambil dari teori minat beli ulang terhadap suatu produk sehingga dalam beberapa kategori minat berkunjung dapat di

aplikasikan terhadap minat beli. Menurut petrick morais dan norman dalam Rahmat Fajrin *et al.*, (2021) keinginan untuk melakukan perjalanan di masa depan di pengaruhi oleh sikap mereka terhadap pengalaman masalalunya.

Indikator minat berkunjung kembali menurut huang dan hsu (2014:72) dalam Aris *et al.*, (2023)mengemukakan terdapat empat hal yang dapat menimbulkan minat berkunjung kembali yaitu:

1. *Trevel Motivation*

Menyelidiki dampak dari berbagai faktor motifasi pada sikap wisatawan selama berkunjung ulang suatu destinasi dan dalam niat ingin berkunjung ulang.

2. *Past Experience*

Untuk menguji pengaruh pengalaman wisata masalalu pada sikap wisatawan selama berkunjung ulang suatu destinasi dan dalam niat ingin berkunjung kembali.

3. *Perceived Contstraint*

Untuk menyelidiki pengaruh atau kendala yang di rasakan pada niat wisatawan untuk berkunjung ulang.

4. *Atitude*

Untuk mengukur sejauh mana sikap wisatawan dalam memediasi dampak dari faktor-faktor tertentu pada niat untuk berkunjung kembali.

Berdasarkan indikator tentang minat berkunjung kembali maka, di susun kuisisioner untuk menjaring pendapat responden sebagai berikut:

1. Saya lebih memilih untuk bepergian ke tempat-tempat yang sudah saya kunjungi sebelumnya
2. Saya lebih memilih destinasi yang saya kenal dengan baik berdasarkan pengalaman saya sebelumnya
3. Saya memilih berkunjung kembali karena merasa aman berdasarkan pengalaman saya sebelumnya
4. Saya merasa nyaman ketika berkunjung di pantai Mbah Drajid Desa Wotgalih Kecamatan Yosowilangun Kabupaten Lumajang

3.6 Instrumen Penelitian

Menurut Sugiyono., (2017:156) menyatakan instrument penelitian adalah alat yang sering digunakan untuk mengumpulkan data atau mengukur objek dari suatu variable penelitian dan dirancang untuk digunakan dalam masalah penelitian tertentu. Instrument penelitian ini disusun berdasarkan variable, setelah itu disajikan instrument penelitian dan skala pengukurannya pada tabel berikut:

Tabel 3.2 Instrumen Penelitian

NO	Variabel	Indikator	Instrumen Penelitian	Skala	Sumber
1	Citra destinasi (X1)	1. Lingkungan	1. Lingkungan sekitar Pantai Mbah Drajid Wotgalih masih terjaga kebersihan dan keamanannya.	Ordinal	Elvera., (2020)
		2. Atraksi alam	2. Daya tarik alam Pantai Mbah Drajid Wotgalih indah dan rapi		
		3. Hiburan event	3. Pura Mandara Pantai Mbah Drajid Wotgalih menyediakan hiburan dan event pada waktu tertentu seperti hari resik		
		4. Atraksi sejarah			

NO	Variabel	Indikator	Instrumen Penelitian	Skala	Sumber
			pantai.		
		4. Pantai Mbah Drajid	Wotgalih memiliki		
		5. Infrastruktur perjalanan	daya tarik sejarah yang kuat seperti keberadaan makam		
		6. Aksesibilitas	Mbah Drajid di sekitar area pantai.		
		5. Akses jalan menuju Pantai Mbah Drajid	Wotgalih sudah beraspal		
		7. Relaksasi	6. Akses jalan menuju Pantai Mbah Drajid		
		8. Aktivitas luar	Wotgalih mudah dijangkau		
		9. Harga dan nilai	7. Pantai Mbah Drajid Wotgalih sangat cocok untuk dijadikan tempat menenangkan		
			8. Pengunjung merasa nyaman saat melakukan aktivitas di Pantai Mbah Drajid Wotgalih.		
			9. Harga makanan disekitar Pantai Mbah Drajid Wotgalih cukup terjangkau		
2	Fasilitas (X2)	1. Ketersediaan fasilitas	1. Fasilitas yang ada di Pantai Mbah Drajid sangat lengkap mulai dari tempat makan, toilet, musholla, dan ruang istirahat	Likert	Ali Hasan, (2015)
		2. Kualitas Fasilitas	2. Fasilitas yang disediakan sangat terawat dan aman untuk digunakan pengunjung		
		3. Aksesibilitas	3. Fasilitas di Pantai Mbah Drajid Wotgalih sangat mudah di jangkau seperti akses jalan yang baik untuk		
		4. Keamanan			

NO	Variabel	Indikator	Instrumen Penelitian	Skala	Sumber
			menuju pantai		
			4. Fasilitas di Pantai Mbah Drajid Wotgalih sangat aman untuk		
		5. Ketersediaan Informasi	keselamatan pengunjung mulai dari pengawasan timsar, alat pemadam kebakaran, dan petugas keamanan di area pantai		
		6. Kenyamanan	5. Fasilitas informasi cukup lengkap mulai dari peta petunjuk arah, layanan informasi arah evakuasi dan larangan membawa barang terlarang seperti narkoba		
		7. Layanan Pendukung	6. Fasilitas untuk bersantai dibawah pohon cemara sangat bersih dan tidak terlalu ramai		
			7. Fasilitas layanan pendukung seperti pemandu wisata setiap weekend, tempat medis, tempat sampah yang tersedia, parkir yang sangat luas		

NO	Variabel	Indikator	Instrumen Penelitian	Skala	Sumber
3	<i>Electronic Word Of Mouth</i> (E-WOM)	1. <i>intensitas</i> 2. <i>valence of opinion</i> 3. <i>content</i>	1. saya sering mencari informasi melalui media sosial sebelum berkunjung ke Pantai Mbah Drajid Wotgalih 2. Saya membagikan pengalaman positif kepada orang lain melalui medi sosial tentang pantai mbah Drajid Wotgalih 3. Saya sering bertukar informasi Dengan Orang lain melalui media sosial tetang Pantai Mbah Drajid Wotgalih.	liker	I nyoman, gede bayu rahanata, (2022: 17)
4	Minat Berkunjung Kembali	1. <i>Trevel motivation</i> 2. <i>Past experience</i> 3. <i>Perceived Contrastrait</i> 4. <i>Attitude</i>	1. Saya lebih memilih untuk bepergian ke tempat-tempat yang sudah saya kunjungi sebelumnya. 2. Saya lebih memilih destinasi yang saya kenal dengan baik berdasarkan pengalaman saya sebelumnya 3. Saya memilih berkunjung kembali karena merasa aman berdasarkan pengalaman saya sebelumnya 4. Saya merasa nyaman ketika berkunjung di pantai Mbah Drajid Desa Wotgalih Kecamatan yosowilangun Kabupaten Lumajang	likert	Aris <i>et al.</i> , (2023)

Sumber : Diolah peneliti tahun 2025

3.7 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

3.7.1 Kuesioner

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah penyebaran kuesioner. Kuesioner adalah pertanyaan tertulis dari reponden yang menyampaikan pendapat atau keterangan factual yang di ketahui dan harus dijawab oleh reponden. (Sugiyono, 2017:230) dalam penelitian ini, kuesioner digunakan untuk mengumpulkan data dari responden yang teridentifikasi.

Pengukuran data pada variable citra destinasi, fasilitas dan *electronic word of mouth* (E-WOM) dan dampaknya terhadap minat berkunjung kembali di Pantai Mbah Drajid Desa Wotgalih Kecamatan Yosowilangun Kabupaten Lumajang, informasi diukur dengan penilaian jawaban disediakan sehingga responden tinggal memilih jawaban yang disediakan dalam kuisisioner. Adapun bentuk skala *likert* dalam penelitian ini menurut (Sugiyono, 2017:166) sebagai berikut:

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

3.7.2 Observasi

Observasi dalam penelitian ini yaitu observasi langsung wisatawan pengunjung panati Mbah Drajid Desa Wotgalih Kecamatan Yosowilangun Kabupaten Lumajang.

3.8 Teknik Analisis Data

Penelitian ini dengan menggunakan teknik analisis regresi linier berganda. Sebelum dilakukan analisis dan uji pengaruh terhadap kuisioner, maka perlu dilakukan uji validitas dan reliabilitas. Selanjutnya akan dilakukan analisis dan uji pengaruh yang menggunakan asumsi dan regresi linier berganda dikarenakan data harus berdistribusi normal terbatas dari multikolieritas dan heterokedastisitas.

3.8.1 Pnegajuan Instrumen

Sebelum dilakukan pengujian hipotesis, terlebih dahulu dilakukan pnegujian validitas dan reliabilitas kuesioner yang digunakan untuk mengumpulkan data dari reponden, dimana data tersebut harus valid dan reliable agar dapat dilakukan pengujian hipotesis tahap selanjutnya.

a. Uji Validitas

Menurut Paramita *et al.*, (2021) Uji validitas atau kesalahan dilakukan untuk mengetahui sampai sejauh mana suatu kuesioner yang diajukan dapat menggali data atau informasi yang di perlukan. Tujuan uji validitas untuk mengetahui apakah pertanyaan kuesioner penelitian mampu mengukur hasil yang diinginkan. Korelasi antar masing-masing indikator skor dengan indikator skor faktor dengan skor total dilakukan untuk melakukan uji validitas dalam penelitian ini.

Analisis faktor bisa dilakukan dengan cara mengkorelasi antara skor faktor dan skor total. Jika korelasi setiap faktor positif dan besarnya 0,03 ke atas, maka faktor tersebut merupakan contrnstuct yang kuat. Dalam penelitian ini apabila korelasi antara skor faktor dengan skor total kurang dari 0,3 maka butir-butir dalam

instrumen tersebut bisa dinyatakan tidak valid.

b. Pengujian Reliabilitas

Menurut Ghozali., (2006) dalam Veronica., (2017) suatu kuesioner disebut memiliki reliabilitas atau dapat dipercaya, jika kuesioner itu stabil dan dapat diandalkan karena penggunaan kuesioner tersebut berkali-kali akan memberikan hasil yang serupa. Kriteria suatu instrumen penelitian dikatakan *reliable* dengan menggunakan teknik *Alpha Cronchbach* bila koefisien reliabilitas (r_{11}) $> 0,6$. Indeks kriteria reliabilitas dapat dilihat pada tabel.

Tabel 3.3 Indeks Kriteria Reliabilitas

No.	Interval <i>Cronbach Alpha</i> (α)	Tingkat Reliabilitas
1.	0,000 - 0,20	Kurang Reliabel
2.	0,201 - 0,40	Agak Reliabel
3.	0,401 - 0,60	Cukup Reliabel
4.	0,601 - 0,80	Reliabel
5.	0,801 - 1,00	Sangat Reliabel

Sumber: (Dyah dan agustin 2018:211)

3.8.2 Uji Asumsi Klasik

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

a. Uji Normalitas

Menurut Hermawan., (2021) mengatakan uji normalitas adalah untuk melihat apakah nilai residual terdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas untuk

mengetahui apakah variable dependen, independen atau keduanya berdistribusi normal mendekati normal atau tidak. Model regresi yang baik harus didistribusikan normal atau mendekati normal.

Menurut Fernanda., (2021) uji normalitas data dapat diuji dengan berbagai metode, antara lain menggunakan metode uji *one sample kolmogrov smimov*, untuk mengetahui distribusi data, apakah mengikuti distribusi normal, *possession*, *uniform*, atau *exponential*. Residual berdistribusi normal jika nilai signifikan lebih dari 0,05 ($\text{sig} > 0,05$)

b. Uji Multikolinieritas

Multikolinieritas merupakan terjadinya korelasi atau hubungan yang hampir sempurna diantara variable independen. Pada model yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variable independen. Multikolinieritas menjadi penyebab suatu model regresi memiliki varian yang besar sehingga sulit mendapatkan estimasi yang tepat. Multikolinieritas dapat diketahui dengan melihat nilai VIF (*variance inflation factor*), dimana jika nilai VIF dibawah 10 maka bisa dikatakan multikolinieritas yang terjadi tidak berbahaya atau lolos dari uji multikolinieritas Paramita *et al* ., (2021)

Menurut ghozali dalam Azizah., (2021) cara untuk mengetahui ada atau tidaknya gejala multikolinieritas yaitu dengan cara melihat nilai VIF dan *tolerance* dengan ketentuan jika nilai VIF dibawah nilai 10 dan mendekati 1, maka dinyatakan tidak terjadi multikolinieritas. Uji multikolinieritas dengan SPSS yang dilakukan dengan uji regresi linier berganda, dengan patokan VIF (*variance inflacttion factor*) dan koefisien korelasi antara variable bebas. Apabila koefisien

korelasi antara variable independen kurang dari 0,05, maka tidak terdapat masalah multikolinieritas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2013:139) dalam Christine et al., (2019) uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidak samaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika *variance* dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lain tetap maka disebut *homoskedastisitas*. Dan jika berbeda disebut *heteroskedastisitas*. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi *heteroskedastisitas*. Uji heteroskedastisitas dapat diuji dengan menggunakan *scatterplot* dan juga metode glejser. Metode *scatterplot* adalah metode yang dilakukan dengan melihat persebaran titik pada grafik *scatterplot* sedangkan pada uji glejser terjadi masalah heteroskedastisitas apabila nilai signifikan lebih kecil dari 0,05.

3.8.3 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda adalah suatu hubungan secara linier antara dua variabel atau lebih variabel bebas. Analisis ini digunakan untuk mengetahui hubungan antara variabel dependen dan variabel independen apakah hubungan positif atau negative (Wulandari & Iskandar, 2018) Dengan menggunakan aplikasi SPSS (*statistical package for the sosial*). Untuk memastikan apakah pengaruh antara variabel independen dalam persamaan regresi yaitu rumus sebagai berikut

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

Keterangan :

Y : Minat Berkunjung Kembali

A : Nilai Konstanta

X1 : Citra Destinasi

X2 : Fasilitas

X3 : *Electronic Word Of Mouth* (E-WOM)

b1 : Nilai koefisien regresi Citra Destinasi

b2 : Nilai koefisien regresi Fasilitas

b3 : Nilai koefisien regresi *Electronic Word Of Mouth* (E-WOM)

e : Tingkat kesalahan (estimated of error 10%)

Analisis regresi linier berganda dalam penelitian ini bertujuan untuk mengukur intensitas hubungan dan membuat perkiraan nilai antara variable dependen yaitu minat berkunjung kembali terhadap variable independen yaitu citra destinasi, fasilitas dan *electronic word of mouth* (E-WOM)

3.8.4 Uji Hipotesis

Uji hipotesis dilakukan setelah melakukan analisis regresi linier berganda, ini bertujuan untuk seberapa banyak pengaruh parsial dari variable independen terhadap variabel dependen.

a. Uji t (Uji Parsial)

Menurut Ghazali., (2011) dalam Etik Setyorini & Hanifah Noviandari, (2022) uji t digunakan untuk menunjukkan berapa besarnya pengaruh satu variabel

independen terhadap variabel dependen dengan menganggap variabel independen lainnya sebagai konstanta. Adapun langkah-langkah pengujian hipotesis

1. Merumuskan hipotesis

a. Hipotesis pertama

H1 : Diduga faktor citra destinasi berpengaruh terhadap minat berkunjung kembali di Pantai Mbah Drajid Desa Wotgalih Kecamatan Yosowilangun Kabupaten Lumajang.

b. Hipotesis kedua

H2 : Diduga faktor fasilitas berpengaruh terhadap minat berkunjung kembali di Pantai Mbah Drajid Desa Wotgalih Kecamatan Yosowilangun Kabupaten Lumajang.

c. Hipotesis ketiga

H3: Diduga faktor *electronic word of mouth* (E-WOM) berpengaruh terhadap minat berkunjung kembali di Pantai Mbah Drajid Desa Wotgalih Kecamatan Yosowilangun Kabupaten Lumajang.

2. Menentukan *level of signifikan* dengan $\alpha = 5\%$

3. Menentukan kriteria pengujian: Jika $-t_{\text{tabel}} > t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$, maka H_0 ditolak dan

H_a diterima Jika $-t_{\text{tabel}} \leq t_{\text{hitung}} \leq t_{\text{tabel}}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak

4. Menentukan Nilai t_{hitung}

5. Membuat kesimpulan dengan membandingkan hasil t_{hitung} dengan t_{tabel} .

b. Uji F (Uji Simultan)

Menurut Syarifuddin, (2022) Uji F adalah pengujian terhadap koefisien secara simultan yang digunakan untuk mengetahui pengaruh semua variabel dependen, Uji F dilakukan untuk melihat pengaruh dari seluruh variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Uji F dalam penelitian ini menguji pengaruh simultan antara variabel independen yakni citra destinasi, fasilitas, dan *electronic word of mouth* (E-WOM) terhadap variabel dependen yakni loyalitas wisatawan di Pura Mandara Giri Semeru Agung. Adapun tahapan dalam Uji F adalah sebagai berikut :

1. Merumuskan hipotesis. Hipotesis pada penelitian ini adalah sebagai berikut :
 H4 : Terdapat pengaruh citra destinasi, fasilitas dan *electronic word of mouth* (E-WOM) secara simultan terhadap minat berkunjung kembali terhadap minat berkunjung kembali di Pantai Mbah Drajid Wotgalih.
2. Menentukan tingkat signifikansi dan derajat kebebasan
 Tingkat signifikansi yang digunakan pada penelitian ini adalah sebesar 0,05 untuk df pembilang = k, dan df penyebut = n – k – 1. Jika nilai signifikan <0,05, maka hipotesis ditolak dan artinya variabel independen tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
3. Kriteria pengujian :
 Jika $F_{hitung} \geq F_{tabel}$ atau $sig \leq 0,05$ maka hipotesis diterima.
 Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ atau $sig > 0,05$ maka hipotesis ditolak.
4. Menghitung Uji statistik

$$\underline{R^2}$$

$$F_{hitung} = \frac{\frac{k}{(1-R^2)}}{n-k-1}$$

Keterangan :

F_{hitung} : Nilai Uji F

R : Koefisien korelasi ganda

K : Banyaknya variabel independen

n : Banyaknya anggota sampel

5. Kesimpulan

Penarikan kesimpulan dilakukan dengan membandingkan antara F_{hitung} dengan F_{tabel} .

3.8.5 Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) dilakukan dengan melihat (R^2 square) dan dibentuk prosentase total variasi dari variable dependen yang dijelaskan oleh variable independen dalam model regresi. Nilai koefisien determinasi atau nilai R^2 adalah antara 0 (nol) dan 1. Dengan kriteria menurut Paramita *et al.*, (2021:82) yaitu model regresi yang baik menghasilkan nilai R^2 yang tinggi, nilai R^2 diatas 80% dianggap baik. Dari koefisien determinasi (R^2) ini dapat diperoleh suatu nilai untuk mengukur besarnya sumbangan dari beberapa variable X terhadap variasi naik turunnya variable Y yang biasanya dinyatakan dalam persentase.