

BAB 3

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini menerapkan pendekatan kuantitatif dengan tujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisis hubungan sebab-akibat antara variabel-variabel yang diteliti. Menurut (Sugiyono, 2017:23), pendekatan ini didasarkan pada paradigma positivistik dan digunakan pada populasi atau sampel yang telah ditentukan. Data dikumpulkan menggunakan instrumen penelitian dan dianalisis secara statistik untuk menguji hipotesis yang dirumuskan.

Guna menelisik keterkaitan antara variabel bebas *digital marketing* (X1), daya tarik (X2), dan fasilitas (X3) dengan keputusan seseorang untuk berkunjung (Y), penelitian ini mengadopsi pendekatan regresi linier berganda. Melalui pendekatan ini, bukan hanya keterpengaruhannya secara terpisah yang disoroti, namun juga koeksistensi pengaruhnya secara serempak terhadap keputusan berkunjung.

3.2 Objek Penelitian

Dalam penelitian ini, perhatian difokuskan pada tiga variabel bebas, yaitu *digital marketing*, daya tarik, dan fasilitas yang merepresentasikan komponen utama Wisata Hutan Bambu. Lokasi kajian terletak di Desa Sumbermujur, Kecamatan Candipuro, Kabupaten Lumajang, dengan subjek penelitian yang terdiri dari individu-individu yang secara aktif melakukan kunjungan ke lokasi wisata tersebut.

3.3 Jenis dan Sumber Data

3.3.1 Jenis Data

Penelitian ini memanfaatkan dua kategori data, yaitu primer dan sekunder. Sebagaimana dijelaskan oleh Sugiyono (2017:10) data primer merujuk pada informasi yang dikumpulkan secara langsung dari pihak pertama tanpa keterlibatan pihak ketiga, dengan tujuan utama untuk memberikan jawaban terhadap permasalahan yang dikaji. Dalam konteks penelitian ini, data primer diperoleh melalui penyebaran kuesioner dan pelaksanaan wawancara kepada responden, yaitu para pengunjung Wisata Hutan Bambu Sumbermujur, baik yang telah berkunjung maupun yang memiliki niat untuk berkunjung.

- a. (Sugiyono, 2017:10) data sekunder juga dikenal sebagai data dokumentasi, merupakan jenis data yang diperoleh secara tidak langsung melalui pihak ketiga, biasanya berupa informasi yang telah dikumpulkan, dicatat, dan disajikan oleh sumber lain. Dalam penelitian ini, data sekunder mencakup gambaran umum mengenai objek penelitian yang diperoleh dari dokumen-dokumen, sumber media daring (internet), serta buku-buku yang memuat informasi terkait kunjungan wisatawan ke Wisata Hutan Bambu Sumbermujur.

3.3.2 Sumber Data

Penelitian ini memanfaatkan dua jenis sumber data, yakni data internal dan data eksternal, yang dijelaskan sebagai berikut:

- a. Data Internal

Data internal merupakan informasi yang diperoleh dari hasil penelitian dan bersumber diperoleh langsung dari pihak instansi yang bersangkutan.

informasi ini mencerminkan kondisi nyata dari lembaga tersebut, baik secara operasional maupun administratif (Sugiyono, 2017:10). Data internal dalam penelitian ini bersumber dari para wisatawan yang mengunjungi objek wisata Hutan Bambu Sumbermujur yang terletak di Kabupaten Lumajang.

b. Data Eksternal

Data eksternal adalah data yang diperoleh dari sumber di luar organisasi atau lembaga yang menjadi objek penelitian (Sugiyono, 2017:10). Penelitian ini memanfaatkan data eksternal berupa informasi yang relevan dan hasil kajian sebelumnya yang memiliki keterkaitan dengan destinasi wisata Hutan Bambu yang berlokasi di Desa Sumbermujur, Kabupaten Lumajang.

3.4 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

3.4.1 Populasi

populasi adalah himpunan dari objek atau subjek yang memiliki ciri khas tertentu dalam suatu wilayah generalisasi, yang dijadikan fokus penelitian guna memperoleh kesimpulan yang dapat digeneralisasikan (Sugiyono, 2017:136). Dalam konteks penelitian ini, populasi yang menjadi sasaran adalah seluruh pengunjung Wisata Hutan Bambu Sumbermujur selama tahun 2024, yang jumlahnya mencapai 70.000 pengunjung.

3.4.2 Sampel

Riyanto (2020:12), Sampel penelitian diartikan sebagai bagian dari populasi yang dipilih untuk mewakili ciri-ciri keseluruhan populasi secara umum. Sampel memiliki sifat atau ciri yang hampir identik dengan populasi, sehingga digunakan sebagai perwakilan dalam proses penelitian.

Pada penelitian ini, metode penentuan sampel menggunakan rumus Slovin, yaitu:

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

Keterangan :

N = Jumlah populasi

n = sampel penelitian

e = tingkat kesalahan / persentase kesalahan 10%

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

$$n = \frac{70.000}{1 + 70.000 \cdot (0,1)^2}$$

$$n = \frac{70.000}{1 + (70.000 \cdot (0,01))}$$

$$n = \frac{70.000}{1 + 700}$$

$$n = \frac{70.000}{701}$$

$$n = 99,86/100$$

Dengan mengimplementasikan rumus Slovin serta menetapkan taraf kesalahan sebesar 10%, maka jumlah responden yang diperlukan setelah melalui proses pembulatan—berjumlah 100 orang.

Sampel merupakan bagian dari populasi yang diyakini dapat mewakili jumlah serta karakteristik tertentu. (Sugiyono, 2017:137) sampel dipahami sebagai bagian dari keseluruhan populasi yang memiliki atribut atau karakteristik yang sepadan. Apabila jumlah populasi terlampaui besar sehingga tidak memungkinkan untuk

dilakukan penelitian secara menyeluruh, maka pengambilan sampel dilakukan sebagai cerminan dari keseluruhan populasi. Meskipun demikian, pemilihan sampel harus dilakukan dengan kehati-hatian tinggi agar mampu merepresentasikan populasi secara utuh, sehingga kesimpulan yang dihasilkan terbebas dari kecenderungan bias atau penyimpangan interpretatif. Menurut (Sugiyono, 2017:139) teknik sampling merupakan suatu pendekatan metodologis dalam menyeleksi sebagian elemen dari populasi yang diteliti. Secara garis besar, metode ini terbagi menjadi dua kelompok utama, yakni *probability sampling* dan *non-probability sampling*.

3.4.3 Teknik Sampling

Penelitian ini mengadopsi teknik *nonprobability sampling* dengan pendekatan *accidental sampling*, yaitu suatu metode pemilihan responden berdasarkan kebetulan, di mana individu yang secara tak disengaja ditemui dan dianggap relevan, dijadikan sebagai sampel penelitian. Menurut (Sugiyono, 2017:67), *accidental sampling* diartikan sebagai suatu metode pengambilan sampel yang dilakukan secara insidental, di mana individu yang ditemui oleh peneliti secara tidak disengaja dapat dijadikan responden, asalkan memenuhi kriteria seleksi yang telah ditetapkan. Dalam studi ini, pemilihan responden mengikuti prinsip tersebut yaitu individu yang secara kebetulan sedang berada atau berencana mengunjungi Wisata Hutan Bambu Sumbermujur.

3.5 Variabel Penelitian, Devinisi Konseptual dan Definisi Oprasional

3.5.1 Variabel Penelitian

Menurut (Sugiyono, 2017:66) variabel penelitian merujuk pada unsur atau aspek tertentu yang secara sadar dipilih oleh peneliti guna ditelaah secara mendalam, dengan maksud memperoleh data empiris sebagai landasan dalam menarik kesimpulan. Sementara itu, Crewell dalam (Sugiyono, 2017:67) menyebutkan bahwa variabel merupakan atribut atau ciri khas yang dimiliki oleh individu maupun entitas organisasi, yang dapat diidentifikasi, diukur, dan menunjukkan perbedaan antar objek penelitian.

Penelitian ini mengadopsi struktur variabel yang terdiri atas empat unsur, yakni tiga sebagai variabel bebas dan satu sebagai variabel terikat.

a. Variabel Independen

Variabel independen, atau variabel bebas, merupakan unsur penentu yang memainkan peran penting dalam memengaruhi arah pergerakan variabel dependen (Sugiyono, 2017:68). Dengan simbolisasi (X), mencerminkan kekuatan penyebab dalam suatu hubungan kausal. Dalam penelitian ini, variabel bebas terbagi atas tiga dimensi utama: *digital marketing* (X1), daya tarik (X2), dan fasilitas (X3).

b. Variabel Dependen

Berdasarkan pendapat Sugiyono. (2017:68) variabel dependen, yang dalam terminologi lain disebut variabel keluaran, kriteria, atau akibat, dikenal pula sebagai variabel terikat dalam bahasa Indonesia. Variabel ini merupakan entitas yang mengalami pengaruh dari variabel independen. Dalam konteks

penelitian ini, variabel dependen (Y) yang diamati adalah keputusan untuk berkunjung.

3.5.2 Definisi Konseptual

a. *Digital Marketing*

Pemasaran digital adalah suatu proses promosi yang dilakukan dengan memanfaatkan *teknologi digital*.

b. Daya Tarik

Daya tarik wisata merujuk pada berbagai elemen yang memiliki nilai intrinsik maupun ekstrinsik yang berpotensi mengundang minat wisatawan untuk melakukan kunjungan. Daya tarik tersebut bisa berasal dari keindahan alam maupun buatan manusia.

c. Fasilitas

Fasilitas merupakan layanan atau sarana yang disediakan oleh suatu organisasi atau pelaku usaha guna memenuhi kebutuhan pengunjung selama berada atau tinggal sementara di suatu tempat.

d. Keputusan Berkunjung

Keputusan berkunjung menandai fase determinatif dalam perilaku konsumen, saat individu menetapkan alternatif yang dipilih serta menunjukkan kesiapan untuk melakukan transaksi finansial baik dalam bentuk pembayaran langsung maupun perjanjian kompensasi guna memperoleh akses atau hak atas suatu jasa atau objek tertentu.

3.5.3 Definisi Operasional

Berdasarkan pendapat Paramita *et al.* (2021:42), definisi operasional merujuk pada penjabaran teknis mengenai metode pengukuran atau identifikasi suatu variabel dalam ranah penelitian, sehingga variabel tersebut dapat diwujudkan dalam bentuk indikator yang eksplisit dan kuantifikabel. Adapun rincian mengenai variabel bebas dan terikat dalam studi ini dijelaskan sebagai berikut:

a. *Digital Marketing*

Satyo (2009), menjelaskan jenis *digital marketing* yang digunakan dengan teknis distribusi digital agar usaha lebih relevan, individual, serta hemat biaya disebut *digital marketing*.

Namun, Chaffey dan Smth (2008) mengatakan *digital marketing* adalah menggunakan teknik pemasaran tersebut untuk memudahkan pengusaha dalam pemasaran dengan tujuan menambah pengetahuan konsumen.

Ded Purwana E.S. *et al.* (2017) mengemukakan bahwa terdapat berbagai parameter yang dapat dijadikan acuan dalam mengevaluasi efektivitas *digital marketing*. Adapun indikator-indikator tersebut diuraikan sebagai berikut:

1. *Interactivity*. Keahlian peralatan teknis yang memungkinkan orang untuk berkomunikasi seolah-olah mereka sedang berbicara satu sama lain secara langsung. Komunikasi berjalan dengan sangat baik sehingga para peserta dapat berkomunikasi dengan cara yang lebih menyeluruh, efisien, dan memberikan kepuasan.

2. *Demassification*, mengacu pada kemampuan untuk menyebarkan pesan secara luas kepada banyak individu sekaligus, memungkinkan partisipasi dari khalayak dalam jumlah besar.
3. *Asynchronous*. Teknologi komunikasi yang sangat efisien yang memungkinkan pesan dikirim dan diterima dalam jangka waktu apa pun yang diminta oleh pelanggan.

Mengacu pada indikator-indikator tersebut, kemudian disusun kuisisioner *digital marketing* sebagai berikut :

1. Saya dapat berinteraksi langsung dengan pengelola wisata Hutan Bambu melalui platform digital.
2. Wisata Hutan Bambu sering memberikan informasi atau promosi melalui platform digital.
3. Respons yang diberikan pengelola wisata Hutan Bambu melalui platform digital sangat cepat.

b. Daya Tarik

Zaenuri. (2012) mengemukakan bahwa sistem pariwisata bertumpu pada empat indikator esensial yang saling berinteraksi secara integral dalam membentuk daya dukung tujuan wisata. Indikator-indikator tersebut mencakup:

1. *Attractions* (daya tarik wisata) mencakup kategori atraksi alamiah, komponen kebudayaan, dan fasilitas buatan yang masing-masing berperan dalam meningkatkan minat kunjungan wisatawan.
2. *Amenities* (fasilitas) merupakan layanan pendukung kegiatan wisata, seperti persewaan perlengkapan dan berbagai jasa rekreasi lainnya.

3. Access (aksebilitas) mencerminkan ketersediaan dan kualitas infrastruktur transportasi yang memungkinkan wisatawan menjangkau lokasi tujuan serta menavigasi ruang-ruang internal secara efisien dan nyaman.
4. *Ancillary services* (layanan penunjang) mencakup aktivitas seperti pemasaran, pengembangan destinasi, serta koordinasi antar pihak terkait.

Indikator yang telah dijelaskan menjadi dasar dalam penyusunan kuesioner terkait daya tarik wisata, sebagaimana tercantum di bawah ini:

1. Wisata Hutan Bambu memiliki daya tarik alam yang unik dan memikat.
2. Saya merasa fasilitas yang tersedia di wisata Hutan Bambu ini mendukung kenyamanan selama berwisata.
3. Akses menuju wisata Hutan Bambu mudah dijangkau dengan kendaraan pribadi atau umum.
4. Informasi tentang wisata Hutan Bambu mudah ditemukan di media sosial atau internet.

c. Fasilitas

Menurut Tjiptono dalam Nila (2019), terdapat tiga indikator utama dalam menilai fasilitas, yaitu:

1. Perencanaan spasial (*spatial planning*)

Aspek ini mencakup pertimbangan terhadap proporsi, kenyamanan, dan elemen-elemen lainnya yang dirancang secara terpadu guna membangkitkan respons emosional maupun intelektual dari pengguna atau pengamat fasilitas.

2. Tata ruang (*space planning*)

Komponen ini mencakup aspek penataan interior serta konstruksi arsitektural, yang meliputi pengaturan furnitur, instalasi peralatan, perancangan tata ruang, serta pola sirkulasi yang menunjang efisiensi fungsi dan kenyamanan lingkungan.

3. Perlengkapan dan perabot

Komponen ini berfungsi sebagai sarana yang mendukung kenyamanan pengguna, dapat berperan sebagai elemen dekoratif, maupun sebagai bagian dari infrastruktur yang mendukung layanan jasa.

Merujuk pada indikator-indikator tersebut, maka perancangan instrumen kuesioner terkait fasilitas disusun sebagaimana berikut.

1. Tempat wisata Huatan Bambu ini memancing rasa tenang, kagum, atau emosi positif lainnya.
2. Tata letak ruang yang berada di wisata Hutan Bambu memudahkan pengunjung berpindah dari satu titik ke titik lainnya.
3. Perlengkapan dan fasilitas umum (toilet, tempat sampah, dll) di wisata Hutan Bambu berfungsi dengan baik.

d. Keputusan Berkunjung

Keputusan untuk berkunjung merupakan fase ketika seorang konsumen telah menetapkan pilihannya secara final dan bersiap untuk melaksanakan proses pertukaran, baik berupa pembayaran langsung maupun bentuk komitmen finansial lainnya, guna memperoleh hak atas pemanfaatan atau kepemilikan suatu produk atau layanan (Kotler, 2005:202 dalam A.C. Setyawan, 2019). Menurut Soekarjo

(2013), terdapat serangkaian unsur yang dijadikan ukuran dalam menganalisis proses pengambilan keputusan wisatawan, yaitu:

1. Dorongan internal berupa kebutuhan maupun hasrat individu untuk melaksanakan kegiatan wisata.
2. Aktivitas pencarian serta penelaahan terhadap berbagai informasi yang dipandang relevan dan mendukung keputusan perjalanan.
3. Tindakan final dalam menentukan pilihan untuk melangsungkan aktivitas wisata.
4. persiapan serta pemaknaan terhadap pengalaman yang diperoleh selama menjalani kegiatan wisata.

Indikator-indikator yang telah dijelaskan sebelumnya menjadi dasar dalam penyusunan kuesioner mengenai keputusan berkunjung, yang dirinci sebagai berikut:

1. Saya berkunjung ke wisata Hutan Bambu karena jalan mudah untuk dikunjungi.
2. Wisata Hutan Bambu merupakan salah satu wisata yang viral dan banyak dikunjungi wisatawan.
3. Saya berkunjung ke wisata Hutan Bambu karena tempatnya yang indah dan masih alami.
4. Setelah berkunjung ke wisata Hutan bambu saya jadikan tempat favorit untuk berwisata.

3.6 Instrumen Penelitian

Guna mengestimasi nilai dari suatu variabel yang menjadi fokus kajian, diperlukan suatu perangkat instrumen penelitian yang dirancang untuk menghasilkan data dengan tingkat akurasi yang tinggi, oleh karena itu, setiap instrumen harus disertai dengan skala pengukuran yang sesuai (Sugiyono 2014:92). Nilai numerik yang merepresentasikan variabel yang diukur akan ditampilkan bersamaan dengan skala pengukurannya. Skala ini merupakan bentuk kesepakatan yang menentukan sejauh mana interval atau satuan ukur yang digunakan oleh instrumen tersebut dalam menghasilkan data kuantitatif (Sugiyono, 2014:92)

Inikator-indikator variabel menjadi dasar pembuatan instrumen penelitian. Skala pengukuran dan Perangkat instrumen dalam penelitian ini diuraikan pada bagian berikut.

Tabel 3. 1 Instrumen Penelitian

Variabel	Indikator	Instrumen		Skala	Sumber
<i>Digital Marketing</i>	Interactivity	Saya berinteraksi langsung dengan pengelola Hutan melalui platform digital	dapat dengan wisata Bambu platform	Ordinal	Ded purwana ES. <i>Et al.</i> , (2017)
	Demassification	Wisata Bambu memberikan informasi atau promosi melalui platform digital	Hutan sering		

	Asynchronous	Respons yang berikan pengelola wisata Hutan Bambu melalui platform digital sangat cepat		
	Attractions atau daya tarik wisata	Saya dapat menikmati keindahan wisata Hutan Bambu yang menyejukkan mata		
	Amenities atau fasilitas	Saya merasa puas dengan bangunan yang berada di sekitar Hutan Bambu		
Daya Tarik	Access atau pencapaian	Saya merasa puas dengan kebersihan dan keasrian lingkungan wisata Hutan Bambu	Ordinal	Zaenuri. (2012)
	Ancillary servies, yang meliputi kegiatan pemasaran,	Wisata ini terkenal dengan wisata yang memiliki sumber mata airnya yang sangat jernih		
Fasilitas	Kelengkapan, kebersihan, dan kerapian	Fasilitas yang ada di wisata Hutan Bambu memiliki kebersihan, kelengkapan dan kerapian	Oidinal	Ongky Eka Prayogi (2019)

	Kondisi dan fungsi akan fasilitas yang di tawarkan	Fasilitaas yang ada di wisata Hutan Bambu memiliki fungsi dengan baik dan tidak mengalami kerusakan
	Kemudahan menggunakan fasilitas	Fasilitas yang ada di wisata Hutan bambu mudah di gunakan oleh pengunjung
Keputusan berkunjung	Kebutuhan dan keinginan mereka untuk melakukan perjalanan	Saya berkunjung ke wisata Hutan Bambu karena jalan mudah untuk dikunjungi
	Pencarian dan penilaian informasi	Wisata Hutan Bambu merupakan salah satu wisata yang viral dan banyak dikunjungi wisatawan
	Keputusan melakukan perjalanan wisata	Saya berkunjung ke wisata Hutan Bambu karena tempatnya yang indah dan masih alami
	Persiapan perjalanan dan pengalaman wisata	Setelah berkunjung ke wisata Hutan bambu saya jadikan tempat favorit untuk berwisata

Ordinal

Soekarjo
(2013)

Sumber : Ded purwana ES. *Et al.*, (2017), Zaenuri. (2012), Zakia Dradjat (2012;230), Kotler, 2005:202 dalam AC Setyawan, 2019)

3.7 Metode Pengumpulan Data

3.7.1 Kuesioner

Sugiyono (2017:255) kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dijalankan dengan menyajikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada partisipan untuk direspons. Pendekatan ini dinilai efisien ketika peneliti telah menetapkan secara eksplisit variabel yang hendak diukur beserta jenis data yang diharapkan. Pada penelitian ini, instrumen kuesioner diformulasikan menggunakan skala Likert. Sugiyono. (2015:168), menegaskan bahwa skala Likert dirancang sebagai perangkat untuk mengkaji struktur persepsi, konstelasi sikap, dan konfigurasi pendapat yang muncul dari individu maupun komunitas terhadap dinamika sosial. Adapun format skala yang diaplikasikan dalam studi ini ialah sebagai berikut:

- | | |
|---|---|
| a. Setuju atau selalu atau sangat positif diberi skor | 5 |
| b. Setuju atau sering atau positif diberi skor | 4 |
| c. Ragu-ragu atau kadang-kadang atau netral diberi skor | 3 |
| d. Tidak setuju atau hampir tidak pernah atau negative diberi skor | 2 |
| e. Sangat tidak setuju atau tidak pernah atau sangat negative diberi skor | 1 |

3.8 Teknik Analisis Data

Menurut Sugiyono. (2015:331) dalam ranah penelitian kuantitatif, pengolahan data dilakukan guna menguji hipotesis ataupun menjawab permasalahan utama penelitian. Studi ini mengaplikasikan regresi linier berganda dengan dukungan perangkat lunak SPSS, di mana variabel bebasnya mencakup digital marketing,

daya tarik, dan fasilitas, sedangkan keputusan untuk berkunjung dijadikan sebagai variabel terikat.

3.8.1 Uji Instrumen

Sebelum hipotesis diuji, instrumen kuesioner harus terlebih dahulu divalidasi dan diuji reliabilitasnya, yang dilakukan melalui pengumpulan data dari responden sebagai bagian dari tahap verifikasi instrumen.

a. Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif didefinisikan sebagai teknik analisis yang digunakan untuk menyusun dan menyajikan data secara sistematis tanpa membuat inferensi populatif. Parameter yang digunakan meliputi nilai rata-rata, nilai tengah, nilai ekstrim, serta simpangan standar sebagai ukuran penyebaran (Sugiyono, 2014)

b. Uji Validitas

Pengujian validitas bertujuan untuk menilai sejauh mana instrumen penelitian mampu merepresentasikan konstruk yang dimaksud. Melalui pengukuran ini, peneliti dapat mengidentifikasi sejauh mana butir instrumen menunjukkan validitasnya. Dalam studi ini, uji validitas dilakukan dengan bantuan perangkat lunak SPSS, menggunakan perbandingan antara nilai R_{hitung} dan R_{tabel} pada tingkat signifikansi 0,05.

c. Uji Reabilitas

Uji reabilitas adalah teknik yang digunakan untuk mengukur mengenai instrumen penelitian agar konsisten dalam memberikan hasil dalam setiap pengukuran. Reliabilitas merupakan aspek krusial dalam suatu penelitian serta pengukuran. Jika, suatu penelitian tidak konsisten pada saat dilakukan pengukuran

maka dapat dipastikan bahwa data tersebut tidak valid atau tidak dapat diandalkan. (Cmommite,2023).

Darma. (2021:17) menjelaskan bahwa uji reabilitas menilai variabel-variabel yang digunakan melalui penggunaan pertanyaan. Penelitian reabilitas dilakukan dengan membandingkan tingkat / level signifikan yang digunakan dengan nilai *crombach's alpha*. Tergantung pada pernyataan penelitian, tingkat signifikasi dapat berupa 0.5, 0.6, atau 0.7. kriteria pengujian adalah sebagai berikut.

1. Suatu instrumen dinyatakan reliabel apabila nilai *Cronbach's Alpha* yang dihasilkan melebihi batas signifikansi, yaitu lebih dari 0,6.
2. Sebaliknya, jika nilai *Cronbach's Alpha* berada di bawah batas tersebut, maka instrumen dinilai tidak reliabel.

3.8.2 Uji Asumsi Klasik

Yanti & Sukotjo (2016:10) menjelaskan agar estimasi yang diperoleh akurat, model regresi yang baik perlu memenuhi asumsi klasik, yaitu bebas dari masalah heteroskedastisitas dan multikolinearitas, serta didukung oleh data yang berdistribusi normal.

a. Uji Normalitas

Uji normalitas menguji apakah data model regresi terdistribusi secara normal. Cara alternatif untuk melakukan uji normalitas adalah dengan melihat kurva normal probability yang terdapat pada output SPSS. jika nilai distribusi data berada di sekitar garis lurus diagonal, maka persyaratan normalitas terpenuhi.

Sanjaya Ronny & Hidayat. (2018:7) menjelaskan ada dua metode yang dapat digunakan untuk menentukan distribusinya suatu data secara normal yaitu:

1. Metode kolmogorov-smirnov menjadi dasar pengambilan

Pengujian normalitas dengan pendekatan Kolmogorov-Smirnov dilakukan untuk mengetahui apakah distribusi data sesuai dengan distribusi normal. Jika hasil pengujian menunjukkan nilai signifikansi di atas 0,05, maka data dianggap mengikuti distribusi normal. Sebaliknya, nilai di bawah angka tersebut menandakan penyimpangan dari distribusi normal.

2. Pendekatan grafik dengan dasar pengambilan.

Melalui pendekatan visual, normalitas data dapat dievaluasi dengan melihat pola persebaran titik-titik pada grafik. Jika titik-titik tersebut membentuk garis yang menyerupai diagonal, maka dapat disimpulkan bahwa data terdistribusi secara normal dan asumsi regresi telah terpenuhi.

b. Uji Multikolinieritas

Salah satu permasalahan dalam asumsi regresi klasik adalah adanya hubungan antar variabel independen. Multikolinearitas terjadi ketika dua atau lebih variabel bebas dalam model regresi memiliki hubungan linear yang sangat kuat. Jika nilai korelasi antara sesama variabel independen ($r_{X_i X_j}$) lebih tinggi dibandingkan nilai korelasi antara variabel independen dengan variabel dependen ($r_{X_i Y}$), maka dapat dikatakan terjadi korelasi linear yang kuat antar variabel bebas.

Uji multikolinearitas bertujuan untuk mengidentifikasi apakah terdapat hubungan antar variabel independen dalam model regresi. Model regresi yang baik seharusnya menunjukkan bahwa antar variabel bebas tidak saling berkorelasi.

Namun, pada kenyataannya, terkadang hubungan tersebut tetap muncul. Variabel yang tidak saling berkorelasi atau memiliki nilai korelasi nol disebut sebagai variabel ortogonal.

Untuk mendeteksi adanya multikolinearitas, digunakan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) atau faktor inflasi varians. Suatu model dinyatakan bebas dari gejala multikolinearitas apabila nilai VIF kurang dari 10 dan nilai tolerance di atas 0,10. Sebaliknya, jika VIF melebihi 10 dan tolerance di bawah 0,10, maka model tersebut mengalami multikolinearitas (Irwan & Siti, 2018).

c. Uji Heteroskedastisitas

Irwan & Siti. (2018:140), heteroskedastisitas adalah kondisi di mana varians dari error (nilai sisa) berbeda antara satu pengamatan dengan pengamatan lainnya. Ketika varians tidak konsisten, maka model regresi dianggap mengalami heteroskedastisitas. Model regresi yang ideal seharusnya memiliki varians residual yang stabil dan tidak menunjukkan gejala tersebut.

Salah satu cara yang dapat digunakan untuk mendeteksi keberadaan heteroskedastisitas adalah melalui uji scatterplot. Uji ini bertujuan untuk mengamati apakah varians residual antar pengamatan menunjukkan kestabilan atau tidak. Ketidakteraturan varians menjadi indikasi adanya heteroskedastisitas dalam model regresi (Sanjaya Ronny & Hidayat, 2018), Sebuah model regresi dinilai baik apabila tidak terdapat indikasi gejala ini. Adapun dasar dalam melakukan analisis scatterplot adalah sebagai berikut:

- a. Jika titik-titik membentuk pola tertentu seperti gelombang, menyempit, atau melebar secara teratur, maka terdapat indikasi heteroskedastisitas.

- b. Jika titik-titik tersebar secara acak tanpa membentuk pola tertentu, baik di atas maupun di bawah garis horizontal nol pada sumbu Y, maka dapat disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas.

3.8.3 Analisis Regresi Linier Berganda

Regresi linier berganda digunakan untuk mengukur sejauh mana beberapa variabel independen memengaruhi satu variabel dependen. Dalam penelitian ini, metode regresi linier berganda dipilih sebagai alat analisis data. Menurut Yuliara. (2016) menjelaskan rumus regresi linier berganda sebagai berikut :

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + \dots + b_nX_n + e$$

Keterangan :

Y= variabel tak bebas (nilai variabel yang akan diprediksi)

α = konstanta

b_1, b_2, \dots, b_n = nilai koefisien regresi

X_1, X_2, \dots, X_n = variabel bebas

e = error

Adapun bentuk persamaan regresi linier berganda yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$KB = \alpha + b_1DM + b_2DT + b_3F + e$$

Keterangan :

KB = Keputusan Berkunjung

α = konstanta

b_1, b_2, b_3 = koefisien regresi dari variabel independen

DM = *digital marketing*

DT = daya tarik

F = fasilitas

e = error

3.8.4 Pengujian Hipotesis

Setelah dilakukan analisis regresi linier berganda, langkah selanjutnya adalah melakukan uji hipotesis untuk mengetahui apakah variabel independen, yaitu *digital marketing*, daya tarik, dan fasilitas, berpengaruh baik secara parsial maupun simultan terhadap variabel dependen. Melalui uji ini, peneliti juga dapat menentukan variabel mana yang memberikan pengaruh paling dominan terhadap keputusan berkunjung.

a. Uji t (Uji parsial)

Laili & Dewi (2017) pengujian hipotesis mengenai pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) dapat dilakukan melalui uji parsial atau uji koefisien regresi. Dalam penelitian ini, pengujian dilakukan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel independen, yaitu *digital marketing* (X1), daya tarik (X2), dan fasilitas (X3), memberikan pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen, yaitu keputusan berkunjung (Y) pada objek wisata Hutan Bambu Sumbermujur.

Langkah untuk menguji penelitian secara parsial (Uji t) yaitu :

1. Rumusan Hipotesis.

- a. Hipotesis pertama (H1): *Digital marketing* berpengaruh terhadap keputusan berkunjung (Y) pada objek wisata Hutan Bambu Sumbermujur.

- b. Hipotesis kedua (H2): Daya tarik memiliki pengaruh terhadap keputusan berkunjung (Y) pada objek wisata Hutan Bambu Sumbermujur.
 - c. Hipotesis ketiga (H3): Fasilitas memberikan pengaruh terhadap keputusan berkunjung (Y) pada objek wisata Hutan Bambu Sumbermujur.
2. Tentukan nilai kritis pengukuran menggunakan tabel distribusi normal dengan mempertimbangkan tingkat signifikan (α) bersama jumlah sampel yang akan digunakan. Asumsinya bahwa signifikannya $\alpha = 5\%$.
2. Tentukan Kriteria Pengujian.
- a. Apabila - $t_{\text{tabel}} > t_{\text{hitung}}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.
 - b. Apabila - $t_{\text{tabel}} < t_{\text{hitung}}$, maka H_0 diterima dan H_a di tolak.
3. Tentukan Nilai t Hitung.
4. Menyimpulkan perbandingan t_{hitung} dengan t tabel.
- b. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dapat diukur melalui nilai koefisien determinasi (R^2), yang nilainya berada dalam rentang 0 hingga 1. Jika nilai R^2 mendekati 0, maka variabel independen dianggap memiliki pengaruh yang sangat lemah atau tidak signifikan terhadap variabel dependen. Sebaliknya, semakin mendekati angka 1, maka semakin kuat pula pengaruhnya (Yuliara, 2016).

Dalam penelitian ini, koefisien determinasi (R^2) dimanfaatkan untuk mengukur sejauh mana variabel independen memengaruhi variabel dependen, yaitu keputusan wisatawan dalam berkunjung ke Wisata Hutan Bambu Sumbermujur.