

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian Yang Digunakan

Penelitian dilakukan karena terdapat masalah dan diperlukannya metode yang digunakan untuk mengetahui bagaimana langkah-langkah yang dilakukan dalam penelitian untuk suatu pemecahan masalah dari objek yang sedang diteliti dengan maksud agar tujuan dapat tercapai. Menurut Sugiyono (2020:2) Metode penelitian merupakan proses kegiatan dalam bentuk pengumpulan data, analisis dan memberikan interpretasi yang terkait dengan tujuan penelitian.

Metode penelitian yang digunakan dalam melakukan penelitian ini adalah metode penelitian yang digunakan dalam metode penelitian kuantitatif dengan pendekatan penelitian deskriptif dan verifikatif, karena terdapat variabel-variabel yang akan ditelaah dari segi hubungan serta tujuannya agar dapat diperoleh dan disajikan gambaran secara terstruktur dan faktual mengenai variabel-variabel yang diteliti.

Menurut Sugiyono (2020:7-8) Metode penelitian kuantitatif merupakan metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme. Metode ini sebagai metode ilmiah karena telah memenuhi kaidah-kaidah ilmiah yaitu konkret, empiris, obyektif, terukur, rasional, dan sistematis. Metode kuantitatif digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan Instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan

untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Menurut Sugiyono (2022:64) Metode deskriptif adalah penelitian yang dalam rumusan masalahnya berkenaan dengan pertanyaan terhadap keberadaan variabel mandiri, baik hanya pada satu variabel atau lebih (variabel yang berdiri sendiri). Berdasarkan pengertian tersebut, maka penggunaan pendekatan deskriptif dalam penelitian ini bertujuan untuk menjawab rumusan masalah:

1. Bagaimana tanggapan wisatawan mengenai Pemasaran Digital di Sari Ater *Hot Springs And Resots*
2. Bagaimana tanggapan wisatawan mengenai Citra Destinasi yang ada di Sari Ater *Hot Springs And Resots*.
3. Tanggapan wisatawan pada minat berkunjung di Sari Ater *Hot Springs And Resots*.
4. Seberapa besar pengaruh Pemasaran Digital dan Citra Destinasi terhadap minat berkunjung wisatawan di Sari Ater *Hot Springs And Resots*.
5. Bagaimana pengaruh Pemasaran Digital terhadap Minat Berkunjung
6. Bagaimana pengaruh Citra Destinasi terhadap Minat Berkunjung
7. Bagaimana pengaruh Pemasaran Digital dan Citra Destinasi Terhadap Minat Berkunjung secara simultan

3.2 Definisi dan Operasionalisasi Variabel Penelitian

Definisi variabel menjelaskan klasifikasi dari tipe-tipe variabel yang digunakan dalam penelitian. Pengklasifikasian ini dibedakan berdasarkan fungsi dalam hubungan antar variabel serta skala pengukuran variabel yang digunakan.

Sedangkan operasionalisasi variabel dibuat untuk menunjukkan

pengoperasian suatu variabel agar dapat memudahkan proses pengukuran variabel. Dengan variabel inilah penelitian bisa diolah sehingga dapat diketahui cara pemecahan masalahnya. Untuk melakukan pengolahan data, diperlukan unsur lain yang berhubungan dengan variabel seperti konsep variabel, sub variabel, indikator, ukuran dan skala yang ada di dalam masing-masing variabel penelitian.

3.2.1 Definisi Variabel Penelitian

Variabel merupakan sesuatu hal yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari, apa yang akan diteliti oleh peneliti sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian dapat ditarik kesimpulannya. Definisi Variabel Menurut Sugiyono (2020:38) Variabel adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya. Secara teoritis variabel dapat didefinisikan sebagai atribut seseorang atau objek, yang mempunyai “variasi” antara satu orang dengan yang lain atau objek dengan objek yang lain.

Menurut Sugiyono (2022:39) variabel independen sering disebut sebagai variabel bebas, variabel bebas adalah merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Pada penelitian ini variabel independen yang diteliti yaitu Pemasaran Digital dan Citra Destinasi. Menurut Sugiyono (2022:39) variabel dependen sering disebut dengan variabel terikat, variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Pada penelitian ini variabel dependen yang diteliti yaitu Minat Berkunjung (Y).

a. Pemasaran Digital

Menurut Chaffey & Chadwik (2022:5) pemasaran digital adalah *the application of digital media, data and technology integrated with traditional marketing communication to achieve marketing objectives.*

b. Citra Destinasi

Menurut Marcus Hansen, Marion Karl, M. P. (2024:107) Menyatakan bahwa citra destinesi adalah *A destination image is an interactive system of thoughts, opinions, feelings, visualizations, and intentions to-ward a destination.*

c. Minat Berkunjung

Menurut Saloomah Tabari, wei C. & N. C. (2024:10).mendefinisikan *interest is a powerful support for deeper learning. The presence of even some interest beneficially affects individuals' attention and memory, as well as their motivation and meaningful engagement.*

3.2.2 Operasionalisasi Variabel Penelitian

Operasionalisasi variabel diperlukan untuk menjabarkan variabel penelitian menjadi konsep, dimensi, indikator, ukuran yang diarahkan untuk memperoleh nilai variabel lainnya sesuai dengan judul penelitian ini. Berikut adalah operasionalisasi variabel dari penelitian ini:

1. Pemasaran Dital sebagai variable bebas, disebut dengan X1.
2. Citra Destinasi sebagai variable bebas, disebut dengan X2.
3. Minat Berkunjung sebagai variable terkait, disebut dengan Y.
4. Oprasionalisasi variable dalam penelitian ini akan di sajikan dalam table 1.3 sebagai berikut.
- 5.

Tabel 3.1 Operasinalisasi Variabel

Variabel & konsep variabel	Dimensi	Indikator	Skala	No Item
Pemasaran Digital (X1) Menurut Chaffey & Chadwik (2022:5) pemasaran digital adalah <i>The application of digital media, data and technology integrated with traditional marketing communication to achieve marketing objectives.</i>	<i>Reach</i>	Jumlah total tayangan konten atau iklan, baik di mesin pencari, media sosial, atau iklan display.	Ordinal	1
		Jumlah pengunjung ke website.	Ordinal	2
		Rasio klik dibandingkan tayangan iklan atau link, menunjukkan seberapa menarik konten bagi audiens.	Ordinal	3
	<i>Act</i>	Klik pada tautan promosi	Ordinal	4
		Interaksi di media sosial	Ordinal	5
		Pencarian informasi di website	Ordinal	6
	<i>Convert</i>	Niat melakukan pemesanan	Ordinal	7
		Keyakinan setelah melihat promosi	Ordinal	8
		Kemudahan melakukan reservasi online	Ordinal	9
	<i>Engage</i>	Mengikuti akun resmi destinasi	Ordinal	10
		Berbagi konten kepada teman	Ordinal	11
		Kesediaan memberi ulasan positif	Ordinal	12
Citra Destinasi (X2) Menurut Pillmayer & Marison Karl (2024:107) Menyatakan bahwa citra destinasi adalah <i>A destination image is an interactive system of thoughts, opinions, feelings, visualizations, and intentions toward a destination</i>	<i>Cognitive destination image</i>	<i>error prevention</i>	Ordinal	13
		<i>interactivity feedback & help</i>	Ordinal	14
		<i>readability</i>	Ordinal	15
		<i>content relevance</i>	Ordinal	16
		<i>consistency</i>	Ordinal	17
	<i>Affective destination image</i>	Keunggulan	Ordinal	18
		Loyal	Ordinal	19
		<i>Comfort</i>	Ordinal	20
		<i>Reliability</i>	Ordinal	21
		<i>Attractiveness</i>	Ordinal	22
	<i>Conative destination image</i>	Membaca Ekolabel	Ordinal	23
		Memilih Produk	Ordinal	24
		Tetap Akan Memilih Produk	Ordinal	25
		Bersedia Membayar Lebih	Ordinal	26
Minat Berkunjung (Y)	<i>Cognitive Visit Intention</i>	Evaluasi rasional terhadap destinasi berdasarkan konten digital	Ordinal	26

Tabel Lanjutan 3.1

Variabel & konsep variabel	Dimensi	Indikator	Skala	No Item
Saloomeh Tabari, Wei Chan, Nazan, (2024: 60-55) <i>interest is a powerful support for deeper learning. The presence of even some interest beneficially affects individuals' attention and memory, as well as their motivation and meaningful engagement.</i>	(Minat Berkunjung Kognitif)	Pertimbangan logis untuk berkunjung	Ordinal	27
		Analisis manfaat dan risiko kunjungan	Ordinal	28
	<i>Emotional Visit Intention</i> (Minat Berkunjung Emosional)	Perasaan positif yang muncul dari paparan digital marketing	Ordinal	29
		Keterikatan emosional dengan citra destinasi	Ordinal	30
		Antusiasme dan keinginan spontan untuk berkunjung	Ordinal	31
	<i>Behavioral Visit Intention</i> (Minat Berkunjung Perilaku)	Kecenderungan untuk melakukan tindakan nyata berkunjung	Ordinal	32
		Kesediaan untuk mencari informasi lebih lanjut	Ordinal	33
		Rencana konkret untuk mengunjungi destinasi	Ordinal	34

Sumber : Data diolah peneliti, 2025.

3.3 Populasi dan Sampel

Penelitian yang dilakukan memerlukan objek atau subjek yang harus diteliti sehingga masalah dapat terpecahkan. Populasi dalam penelitian berlaku sebagai objek penelitian sedangkan sampel adalah sebagian dari populasi yang diteliti. Populasi merupakan segala sesuatu yang dapat dijadikan objek penelitian dalam penelitian dan dengan menentukan populasi maka peneliti akan mampu melakukan pengolahan data dan untuk mempermudah pengelolaan data maka peneliti akan mengambil bagian dari karakteristik yang dimiliki oleh populasi yang disebut sampel atau dengan kata lain sampel merupakan bagian dari populasi. Penelitian dilakukan pada sebuah objek penelitian, tetapi dalam objek tersebut ada yang dinamakan populasi, sebagai jumlah keseluruhan dan sampel yang digunakan untuk penelitian, penjelasannya sebagai berikut:

3.3.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2022:80) Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi pada penelitian ini adalah jumlah wisatwan yang datang ke Sari Ater *Hot Springs and resort* pada tahun 2024 yang berjumlah 109.293.

3.3.2 Sampel dan Teknik Sampel

Menurut Sugiyono (2020:81) Sampel adalah bagian dan karakteristik yang dimiliki populasi tersebut. Bila populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua pada yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka penelitian dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Apa yang dipelajari dari sampel itu, kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk populasi. Untuk itu, sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representative (mewakili).

Sampel yang ditentukan dalam penelitian ini menggunakan rumusan slovin, sebagai alat untuk menghitung ukuran sampel karena jumlah populasi yang diketahui lebih dari 100. Rumusan slovin menghitung ukuran sampel sebagai berikut:

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

n = Ukuran sampel

N = Ukuran Populasi

e² = Tingkat kesalahan dalam memilih sampel ditolerir (tingkat kesalahan dalam sampling ini adalah 10%)

Populasi penelitian ini berjumlah 109.293, dan tingkat batas kesalahan yang telah ditetapkan adalah 10% atau 0,1, berdasarkan penggunaan rumusan slovin dapat diperoleh jumlah sampel (n) sebagai berikut:

$$n = \frac{109.293}{1 + 109.293 (0,1^2)}$$

$$n = \frac{109.293}{1.093}$$

$$n = 100 \text{ responden}$$

Berdasarkan perhitungan yang telah dilakukan dengan menggunakan rumus slovin, disimpulkan bahwa jumlah responden penelitian ini adalah sebanyak 100 responden.

Menurut sugiyono (2020:128) teknik *sampling* adalah teknik pengambilan sampel untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian. Teknik *sampling* memiliki dua jenis teknik *sampling*. Menurut sugiyono (2020:128) pada dasarnya teknik *sampling* dasarnya dapat dikelompokkan menjadi dua yaitu *probability sampling* dan *nonprobability sampling*. *Probability sampling* meliputi *simple random*, *proportionate stratified random*, *disproportionate stratified random*, *area random*. *Non-probability sampling* meliputi, *sampling sistematis*, *sampling kuota*, *sampling insidental*, *puspositive sampling*, dan *snowball sampling*.

Penelitian ini menggunakan teknik *nonprobability sampling*, menurut sugiyono (2020:131) teknik *nonprobability sampling* adalah teknik yang tidak memberi peluang/kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Penelitian ini dilakukan dengan metode *sampling insidental*, menurut sugiyono (2020:133) *sampling insidental* adalah Teknik

penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti i dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.

3.4 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data

Penelitian memerlukan data-data pendukung sebagai salah satu input yang diperlukan. Data-data itu didapatkan dari beberapa sumber dan untuk mengumpulkan data tersebut terdapat beberapa teknik. Akan dijelaskan sebagai berikut:

3.4.1 Sumber Data

Sumber data dibagi menjadi dua yaitu data primer dan data sekunder yaitu sebagai berikut:

a. Data Primer

Data primer adalah pengambilan data dengan instrumen pengamatan, wawancara, catatan lapangan dan penggunaan dokumen. Sumber data primer merupakan data yang diperoleh langsung dengan teknik wawancara informan atau sumber langsung. Sumber primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. (Sugiyono, 2015: 187)

Pada penelitian ini menggunakan data primer, yang menjadi data primer ini adalah Manager Sari Ater *Hot Springs And Resort*.

b. Data Sekunder

Sumber data sekunder adalah data yang digunakan untuk mendukung data primer yaitu melalui studi kepustakaan, dokumentasi, buku,

majalah, koran, arsip tertulis yang berhubungan dengan obyek yang akan diteliti pada penelitian ini. Sumber sekunder merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau dokumen. (Sugiyono, 2015: 187)

Pada penelitian ini menggunakan data sekunder, yaitu berupa laporan kunjungan wisatawan *Sari Ater Hot Springs And Resort* yang diperoleh dari PT Sari Ater Hot Springs And Resort.

3.4.2 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data menurut Sugiyono (2022:137) merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, maka peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar data yang ditetapkan. Prosedur pengumpulan data merupakan cara-cara untuk memperoleh data dan keterangan yang diperlukan dalam penelitian. Untuk menunjang hasil penelitian, maka dilakukan pengumpulan data dengan cara, sebagai berikut:

1. Studi Kepustakaan (*Library Research*)

Studi Kepustakaan (*Library Research*) dilakukan untuk memperoleh data ataupun teori yang digunakan sebagai literatur penunjang guna mendukung penelitian yang dilakukan. Data ini diperoleh dari buku-buku, laporan-laporan serta bahan-bahan lain yang erat hubungannya dengan masalah yang diteliti. Data ini juga merupakan penunjang bagi peneliti untuk mendapatkan input yang diinginkan. Dapat dimanfaatkan sebagai acuan dalam melakukan penelitian.

2. Studi Dokumentasi

Metode penelitian studi dokumentasi yaitu teknik pengumpulan data dengan mencari informasi dari berbagai data atau dokumen yang ada hubungannya dengan objek penelitian yang akan diteliti. Data-data yang digunakan berkaitan dengan objek yang diteliti berasal dari data historis perusahaan yaitu data laporan tahunan atau laporan kunjungan wisatawan Sari Ater *Hot Springs And Resort*. Data tersebut diperoleh dari PT Sari Ater ataupun situs resmi perusahaan.

3. Kuesioner (Angket)

Kuesioner merupakan Teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Kuesioner merupakan Teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tau dengan pasti variabel yang akan diukur dan tau apa yang bisa diharapkan dari responden (Sugiyono, 2017).

5.2 Uji Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian digunakan untuk mengukur nilai variable yang diteliti, jumlah yang digunakan untuk penelitian akan tergantung pada jumlah variabel yang diteliti. Instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan mengukur fenomena yang diamati. Secara spesifik fenomena ini disebut variabel penelitian. Validitas suatu penelitian bergantung pada keakuratan alat pengukur yang digunakan, untuk menguji keakuratan digunakan dua jenis pengujian yaitu uji validitas dan uji reliabilitas.

5.2.1 Uji Validitas

Uji validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrumen penelitian. Validitas mengacu pada sejauh mana suatu

alat ukur benar-benar mengukur apa yang seharusnya diukur. Sugiyono (2020:176) menjelaskan bahwa validitas adalah instrumen yang dapat digunakan untuk mengukur antara data yang terjadi pada objek dengan data yang dapat dikumpulkan oleh peneliti. Uji validitas dilakukan dengan analisis factor yaitu dengan mengkorelasikan antar skor item instrument dalam suatu factor, dan mengkorelasikan skor factor dengan skor total. Pengujian validitas ini dapat dilakukan dengan cara analisis faktor dengan rumus Person Product Moment sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{n\sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{\{(n\sum x^2 - (\sum x)^2)(n\sum y^2 - (\sum y)^2)\}}}$$

Keterangan :

r_{xy} = Koefisien Korelasi

x = Skor yang diperoleh dari setiap item

y = Skor total yang diperoleh dari seluruh item

n = Jumlah Responden

$\sum x$ = Jumlah hasil pengamatan variabel X

$\sum y$ = Jumlah hasil pengamatan variabel Y

$\sum xy$ = Jumlah dari hasil kali pengamatan variabel X dan variabel Y

$\sum x^2$ = Jumlah kuadrat pada masing-masing skor variabel X

$\sum y^2$ = Jumlah kuadrat pada masing-masing skor variabel Y

Uji validitas kuesioner dalam penelitian ini dilakukan dengan bantuan *software* SPSS dengan Langkah-langkah sebagai berikut :

1. Menentukan nilai r_{tabel}

Uji validitas kuesioner dilakukan secara satu arah karena hipotesis yang dirumuskan menunjukkan arah positif.

2. Mencari r_{tabel}
3. Nilai r_{tabel} Mengambil keputusan setiap item kuesioner penelitian ini dapat dilihat pada kolom corrected item – total correlation dalam hasil pengolahan data menggunakan SPSS, nilai-nilai tersebut menunjukkan nilai korelasi butir-butir pernyataan terhadap skor totalnya. Nilai hitung tersebut dibandingkan dengan r_{hasil} .
4. Mengambil keputusan
5. Dasar pengambilan keputusan pengujian hipotesis adalah
 - 1) Jika $r_{hasil} > r_{tabel}$, maka butir variabel dinyatakan valid
 - 2) Jika $r_{hasil} < r_{tabel}$, maka butir variabel dinyatakan tidak valid

Menurut sugiyono (2020:180) analisis factor dilakukan dengan cara mengkorelasikan jumlah skor factor dengan skor total. Bila korelasi tiap factor tersebut positif dan besarnya 0,3 ke atas maka factor tersebut merupakan construct yang kuat. Jaid berdasarkan analisis factor itu dapat disimpulkan ahwa instrument tersebut memiliki validitas kontruksi yang baik.

3.5.2 Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas instrument dapat dilakukan secara *eksternal* maupun *internal*. Secara eksternal pengujian dapat dilakukan dengan *tes-retest (stability)*, *equivalent*, dan gabungan keduanya. Secara internal realibilitas instrument dapat diuji dengan menganalisis konsistensi butir-butir yang ada pada instrument dengan Teknik tertentu. Pengujian tealibilitas instrument dilakukan dengan internal

consistency dengan teknik belah dua (split half) yang dianalisis dengan rumus Spearman Brown, yaitu sebagai berikut :

1. Item pertanyaan dibagi menjadi dua kelompok secara caka, yakni kelompok ganjil dan kelompok genap.
2. Skor untuk masing-masing kelompok dijumlahkan untuk mendapatkan skor total kelompok ganjil dan genap.
3. Korelasi antara skor total kelompok ganjil dan genap dihitung menggunakan rumus yang disajikan berikut:

$$r_b = \frac{N\sum xY - \sum x\sum Y}{\sqrt{\{N\sum x^2 - (\sum x)^2\}\{N(\sum Y^2) - (\sum Y)^2\}}}$$

Keterangan :

r_b = indeks korealisasi antara dua belahan instrument

N = banyaknya responden

X = belahan pertama

Y = belahan kedua

4. Hitung angka realibilitas untuk keseluruhan item dengan menggunakan rumus korelasi spearman brown sebagai berikut:

$$r_i = \frac{2 \cdot r_b}{1 + r_b}$$

Keterangan:

Ri = Nilai reabilitas internal seluruh instrument

Rb = korelasi product moment antara belahan pertaman (ganjil) dan kedua (genap), batas realibilitas minimal 0,7.

Setelah mendapatkan nilai reabilitas instrument (r_{hitung}), kemudian nilai reabilitas instrument (r_{tabel}) tersebut dibandingkan dengan jumlah responden dan taraf nyata sehingga akan memunculkan keputusan sebagai berikut:

1. jika $r_{hitung} \geq r_{tabel}$, maka instrumen atau pernyataan tersebut dinyatakan realibel.
2. Jika $r_{hitung} \leq r_{tabel}$, maka instrument atau pernyataan tersebut dinyatakan tidak realibel.

Berdasarkan pernyataan di atas setelah dinyatakan valid alat ukur tersebut memiliki keandalan atau reabilitas. Keandalan suatu alat ukur dapat dilihat dengan pendekatan secara statistika yaitu melalui koefisien reabilitas yang dapat dilihat apabila koefisien reabilitas penelitian lebih besar dari 0,70 maka secara keseluruhan pernyataan dinyatakan realibel.

3.6 Metode Analisis dan Uji Hipotesis

Metode analisis data merupakan proses paling vital dalam sebuah penelitian. Hal ini berdasarkan argumentasi bahwa dalam analisis inilah data yang diperoleh peneliti bisa diterjemahkan menjadi hasil yang sesuai dengan kaidah ilmiah untuk menjawab rumusan masalah dan hipotesis penelitian.

Menurut Sugiyono (2020:150) Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan akan dipelajari dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain.

3.6.1 Analisis Deskriptif

Masalah yang telah dipetakan dalam rumusan masalah merupakan interpretasi dari tujuan penelitian, oleh karena itu perlu mendapatkan jawaban dari rumusan masalah. Salah satu analisis yang digunakan untuk menjawab rumusan masalah adalah analisis deskriptif. Sugiyono (2022:147) mengemukakan bahwa statistik deskriptif seperti frekuensi, rata-rata dan standar deviasi yang memberikan gambaran informasi mengenai sekumpulan data, penggunaan analisis deskriptif sebagai metode analisis penelitian dikarenakan metode analisis deskriptif dapat memberikan sebuah gambaran dari hasil data yang dianalisis yang telah diteliti untuk diambil kesimpulannya.

Penelitian ini melakukan pengumpulan data dengan melakukan kuesioner dan setiap jawaban responden di beri nilai skala likert. Menurut Sugiyono (2020:152) Skala likert digunakan untuk menyesuaikan sikap, pendapat dan persepsi individu atau kelompok terhadap fenomena sosial. Penggunaan Skala Likert memberikan alat yang efektif dalam mengukur dan menganalisis sikap dan pendapat dari responden, yang diharapkan dapat memberikan rekomendasi berbasis data. Bentuk skala Likert yang digunakan dalam penelitian sebagai berikut:

Tabel 3.2 Skala Likert

No	Jawaban	Bobot Nilai
1.	Sangat Setuju	5
2.	Setuju	4
3.	Kurang setuju	3
4.	Tidak Setuju	2
5.	Sangat Tidak Setuju	1

Sumber : Sugiyono, 2020.

Peneliti menggunakan analisis deskriptif untuk mengukur variabel independen dan dependen. Variabel independen dapat berupa faktor-faktor yang

mempengaruhi minat berkunjung, sedangkan variabel dependen adalah minat berkunjung itu sendiri. Dengan menyusun tabel distribusi frekuensi, peneliti dapat mengelompokkan skor responden ke dalam kategori seperti sangat setuju, setuju, kurang setuju, tidak setuju, dan sangat tidak setuju. Klasifikasi ini membantu dalam memahami persepsi responden terhadap variabel yang diteliti, dan berikut cara perhitungannya

$$\text{Skor Rata – Rata} = \frac{\sum \text{Jawaban Kuesioner}}{\sum \text{Pertanyaan} \times \sum \text{Responden}}$$

Setelah rata-rata skor diketahui maka untuk mengkategorikan mengklasifikasikan kecenderungan jawaban responden ke dalam skala dengan formulasi sebagai berikut:

$$\text{Nilai Jenjang Interval (NJI)} = \frac{\text{Nilai Tertinggi} - \text{Nilai Terendah}}{\text{Jumlah Nilai}}$$

Keterangan :

Nilai Tertinggi : 5

Nilai Terendah : 1

$$\text{Nilai Skor} : \frac{5-1}{1} = 0,8$$

Berdasarkan hasil perhitungan diatas maka dapat diketahui kategori skala tabel pada berikut ini:

Tabel 3.3 Interval

Interval	Kriteria
1,00 – 1,80	Sangat Tidak Baik
1,81 – 2,60	Tidak Baik
2,61 – 3,40	Kurang Baik
3,41 – 4,20	Baik
4,21 – 5,00	Sangat Baik

Sumber: Sugiyo 2020

3.6.2 Analisis Verifikatif

Analisis verifikatif merupakan analisis yang digunakan untuk membahas data kuantitatif. Analisis Penelitian verifikatif diartikan sebagai metode yang menguji apakah variabel menyebabkan variabel lain berubah atau tidak (Sugiyono, 2020:148). Analisis verifikatif digunakan untuk menjawab hipotesis rumusan masalah pengaruh variabel secara langsung maupun pengaruh variabel melalui variabel moderasi. Penelitian verifikatif yang digunakan, yaitu Analisis Regresi Data Panel, Uji Asumsi Klasik, Moderated Regression Analysis (MRA), Uji Hipotesis (Uji t dan Uji F), Koefisien Determinasi (R^2).

3.6.2.1 Method of Successive Interval (MSI)

Method of Successive Interval merupakan proses mengubah data ordinal menjadi interval. Data yang didapatkan dari penyebaran kuesioner dari penelitian ini berupa data yang berskala ordinal, peneliti perlu mengonversi data skala ordinal tersebut menjadi skala interval agar memudahkan dalam pengolahan data. Data yang berskala ordinal perlu diubah menjadi interval dengan teknik Method of Successive Interval.

1. Menentukan frekuensi tiap responden.
2. Menentukan berapa responden yang akan memperoleh skor-skor yang telah ditentukan
Dinyatakan sebagai frekuensi.
3. Setiap frekuensi pada responden dibagi dengan keseluruhan responden, disebut dengan proporsi
4. Menentukan proporsi kuantitatif yang selanjutnya mendekati atribut normal

5. Dengan menggunakan tabel distribusi normal standar kita tentukan nilai Z.
6. Menentukan nilai skala (scale value)

$$SV = \frac{\text{Density Lower Limit} - \text{Density at Upper Limit}}{\text{Area Under Upper Limit} - \text{Area Under Lower Limit}}$$

Keterangan :

SV (Scale Value) = rata – rata interval

Density at Lower Limit = kepadatan batas bawah

Density at Upper Limit = kepadatan batas atas

Area under upper limit = daerah dibawah batas atas

Area under lower limit = daerah bawah batas bawah

7. menghitung skor hasil transformasi untuk setiap pilihan jawaban dengan rumus

$$Y = SV + (\text{Nilai Skala} + 1)$$

Pegolahan data dilakukan peneliti dengan menggunakan aplikasi SPSS untuk mempermudah dalam merubah data skala ordinal ke data skala interval.

3.6.2.2 Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linier berganda dalam penelitian ini digunakan untuk menyatakan hubungan fungsional antara variabel independen dan variabel dependen. Analisis regresi berganda pada penelitian ini digunakan untuk mengetahui pengaruh Pemasaran Digital dan Citra Destinasi terhadap Minat Berkunjung. Guna mengetahui apakah terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel independen terhadap dependen, maka digunakan model persamaan regresi linier ganda dalam penelitian ini menggunakan rumus sebagai berikut Adapun persamaan yang digunakan sebagai berikut:

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

Keterangan :

Y = Minat Berkunjung

a = Konstanta

b = Koefisien variabel X

X₁ = Pemasaran Digital

X₂ = Citra Destinasi

e = Tingkat Kesalahan (Error Term)

3.6.2.3 Analisis Kolarasi Berganda

Analisisi kolerasi Berganda adalah metode yang digunakan untuk mengevaluasi derajat atau kekuatan hubungan antara variabel, dalam penelitian ini variabel Pemasaran Digital(X1) dan Citra Destinasi (X2) terhadap Minat Berkunjung(Y). Koefisien korelasi merupakan besar kecilnya hubungan antara dua variabel yang dinyatakan dalam bilangan yang disebut denga koefisien korelasi. Rumus korelasi berganda sebagai berikut:

$$R = \frac{JK_{regresi}}{\sum Y^2}$$

Keterangan :

R = Koefisien korelasi berganda

$JK_{regresi}$ = Jumlah kuadrat regresi dalam bentuk deviasi

$\sum Y^2$ = Jumlah kuadrat total

Berdasarkan nilai R yang diperoleh maka dapat dihubungkan $-1 < R < 1$ sebagai berikut:

1. Apabila $R = 1$, artinya terdapat hubungan positif antara variabel X₁,X₂ dan y

2. Apabila $R = -1$, artinya terdapat hubungan negatif antara variabel X_1 , X_2 dan y
3. Apabila $R = 0$, maka hubungan antara variabel dikatakan lemah atau tidak terdapat hubungan sama sekali.

Hasil perhitungan korelasi dapat bernilai positif atau negatif. Korelasi berganda atau seberapa besar pengaruh antara variabel *independent* terhadap variabel *dependent* dan juga antar variabel independent akan diolah menggunakan SPSS. Berikut ini tabel pedoman untuk memberikan interpretasi koefisien korelasi mengenai tingkat hubungan dengan rentang nilai interval koefisien korelasi.

Tabel 3.4 Taksiran Besarnya Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,000 - 0,199	Sangat Rendah
0,200 - 0,399	Rendah
0,400 - 0,599	Sedang
0,600 - 0,799	Tinggi
0,800 - 0,999	Sangat Tinggi

Sumber : Sugiyono, (2022).

3.6.2.4 Uji Hipotesis

Untuk memperoleh jawaban dari rumusan masalah, maka di perlukan pengujian hipotesis yang sesuai dengan hipotesis yang telah dirumuskan. Pengujian hipotesis ini diperlukan untuk menentukan apakah terdapat hubungan yang signifikan antar variabel independent dan variabel dependen. Penelitian ini menggunakan uji signifikan dengan penetapan hipotesis nol (H_0) dan hipotesis alternatif (H_a). Hipotesis nol (H_0) adalah hipotesis yang menyatakan bahwa tidak ada pengaruh yang signifikan sedangkan hipotesis (H_a) adalah hipotesis yang menyatakan bahwa adanya pengaruh yang signifikan antara variabel independent dan variabel dependen.

3.6.2.5 Uji Hipotesis Simultan (Uji Kelayakan Model)

Hipotesis simultan atau uji kelayakan model adalah metode statistik yang digunakan untuk mengevaluasi apakah suatu model regresi secara keseluruhan signifikan dan layak digunakan. Hipotesis simultan adalah pengujian yang dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel dependen.

- $H_0 = 0$, tidak terdapat pengaruh pemasaran digital dan citra destinasi terhadap minat berkunjung
- $H_a \neq 0$, terdapat pengaruh pemasaran digital dan citra destinasi terhadap minat berkunjung

1. Statistik Uji F

Uji F digunakan digunakan untuk mengetahui apakah variabel koefisien korelasi signifikan atau tidak, dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

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

Dimana:

- R^2 = koefisien determinasi
- n = jumlah sampel/observasi
- k = jumlah variabel independent
- $F = F_{hitung}$ yang selanjutnya dibandingkan dengan F tabel $(n-k-1)$ = derajat kebebasan.

2. Kriteria Pengujian

- Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $p\text{-value} < \alpha$, maka H_0 ditolak

- Jika $F\text{-hitung} \leq F\text{-tabel}$ atau $p\text{-value} \geq \alpha$, maka H_0 diterima

Jika H_0 ditolak ($F\text{-hitung} > F\text{-tabel}$), artinya model regresi layak digunakan karena variabel independen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Jika H_0 diterima ($F\text{-hitung} \leq F\text{-tabel}$), artinya model regresi tidak layak digunakan karena variabel independen secara simultan tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

3.6.2.6 Uji Hipotesis Parsial

Uji hipotesis parsial merupakan pengujian hubungan antar variabel secara parsial yang bertujuan untuk mengetahui signifikansi pengaruh variabel bebas secara individu terhadap variabel terikat, dengan menganggap variabel lain bersifat konstan. Uji secara parsial dilakukan dengan membandingkan nilai 97 signifikansi p value yang dapat dilihat dari hasil pengolahan data SPSS dengan taraf nyata (misal, $\alpha = 0,05$ atau 5%). Berikut dasar analisis yang digunakan pada uji pengaruh moderasi:

1. Jika nilai signifikansi $>$ taraf nyata (0,05), maka H_0 diterima dan H_a ditolak.
2. Jika nilai signifikansi $<$ taraf nyata (0,05), maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

Berikut adalah langkah-langkah pengujian dengan uji hipotesis secara parsial adalah sebagai berikut:

1. Membuat Formula Uji Hipotesis.

Hipotesis uji t sebagai berikut:

- a. Hipotesis 1

$H_0 : b_1 = 0$, Pemasaran Digital tidak berpengaruh terhadap Minat Berkunjung.

$H_0 : b_1 \neq 0$, Pemasaran Digital berpengaruh terhadap Minat Berkunjung.

b. Hipotesis 2

$H_0 : b_2 = 0$, Citra Destinasi tidak berpengaruh terhadap Minat Berkunjung.

$H_0 : b_2 \neq 0$, Citra Destinasi berpengaruh terhadap Minat Berkunjung.

2. Membandingkan hasil uji

Hasil perhitungan akan dibandingkan taraf nyata, Adapun kriteria yang digunakan antara lain sebagai berikut:

- a. Jika nilai $p \text{ value} > \text{taraf nyata } (0,05)$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak.
- b. Jika nilai $p \text{ value} < \text{taraf nyata } (0,05)$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

Penarikan kesimpulan Penarikan kesimpulan didasarkan pada hasil pengujian hipotesis dan didukung oleh teori-teori yang sesuai dengan objek dan masalah penelitian. Diharapkan setelah melakukan tahapan tersebut dapat menarik kesimpulan yang tepat.

3.6.2.7 Koefisien Determinasi

Analisis koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel independen yang dapat dijelaskan oleh variabel dependen. Koefisien Determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen dengan nilai antara nol sampai satu ($0 < R^2 < 1$).

Langkah perhitungan analisis koefisien determinasi terbagi menjadi 2, yaitu analisis koefisien determinasi simultan dan analisis koefisien determinasi parsial. Mengikuti hipotesis yang disusun, maka pada penelitian ini analisis koefisien determinasi hanya dilakukan secara parsial.

Koefesien determinasi parsial digunakan untuk menentukan besarnya kontribusi yang diberikan masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen secara terpisah (parsial). Untuk mencari besarnya koefisien determinasi secara parsial dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$kd = \beta \times \text{Zero Order} \times 100\%$$

Keterangan:

Kd = Nilai Koefisien Determinasi

β = Beta (nilai Standarized coefficients)

Zero Order = Matriks Kolerasi variabel independent dengan variabel dependen

Dengan kriteria untuk analisis koefisien determinasi yaitu:

1. Jika Kd mendekati nol (0), berarti pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen lemah
2. Jika Kd mendekati angka satu (1), berarti pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen kuat

3.7 Rancangan Kuesioner

Kuesioner adalah alat yang sangat penting dalam penelitian untuk mengumpulkan data dari responden. Dalam penyusunannya, peneliti harus memastikan bahwa setiap item atau pertanyaan yang diajukan relevan dengan variabel yang ingin diteliti. Kuesioner merupakan salah satu instrumen utama dalam pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian. Dengan menyusun kuesioner yang baik, peneliti dapat memperoleh informasi yang relevan dan akurat mengenai variabel-variabel yang ingin diteliti. Proses penyusunan kuesioner tidak hanya

sekedar merangkai pertanyaan, tetapi juga melibatkan pemahaman mendalam tentang tujuan penelitian dan karakteristik responden.

Feby F Holle, Victor D Tutupary, Christine C Warkey

PENGARUH DIGITAL MARKETING TERHADAP MINAT BERKUNJUNG
WISATAWAN DI BANDA NEIRA MALUKU TENGAH (Studi Kasus: Konten
Tiktok)