

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### A. Desain Penelitian

Penelitian ini bersifat eksplanatori, yang bertujuan untuk mengidentifikasi hubungan sebab-akibat antara berbagai variabel yang diteliti melalui uji hipotesis. Pada penelitian ini, hipotesis yang telah disusun akan diuji secara empiris untuk mengukur sejauh mana hubungan dan pengaruh antarvariabel yang diteliti. Variabel utama dalam penelitian ini meliputi citra destinasi, aksesibilitas, minat berkunjung, dan keputusan berkunjung. Fokus utama penelitian ini adalah menganalisis peran minat berkunjung sebagai variabel intervening dalam hubungan antara citra destinasi dan aksesibilitas terhadap keputusan berkunjung ke HeHa Ocean View.

Penelitian ini mengadopsi pendekatan kuantitatif yang berlandaskan pada filsafat *positivisme*. Pendekatan ini memungkinkan penelitian dilakukan dengan cara yang sistematis dan objektif, dengan pengumpulan data berupa angka-angka yang dapat diproses dan dianalisis secara statistik. Metode kuantitatif dipilih karena sejalan dengan tujuan penelitian yang bertujuan menguji hubungan antarvariabel secara empiris. Melalui pendekatan kuantitatif ini, penelitian bertujuan untuk memahami bagaimana citra destinasi dan aksesibilitas mempengaruhi keputusan wisatawan dalam mengunjungi HeHa Ocean View, serta bagaimana minat berkunjung berperan sebagai variabel yang memediasi hubungan tersebut. Dengan demikian, hasil penelitian ini

diharapkan dapat memberikan kontribusi baik dari sisi akademik maupun praktis dalam memahami berbagai faktor yang mempengaruhi keputusan wisatawan dalam memilih suatu destinasi wisata.

Penelitian ini mengumpulkan dua jenis sumber data yaitu data primer yang diperoleh dari responden dan data sekunder yang didapatkan dari jurnal, buku dan literatur ilmiah lainnya. Unit analisis dalam penelitian ini melibatkan individu yang telah mengunjungi Heha Ocean View yang memiliki indikasi akan mempengaruhi variabel terkait.

## B. Tempat Dan Waktu Penelitian

Penelitian ini di laksanakan di destinasi wisata Heha Ocean View yang terletak di dusun Bolang, Girikarto, Kec. Panggang, Kabupaten Gunung Kidul, Daerah Istimewa Yogyakarta 55872. Penelitian ini di mulai pada bulan Mei sampai dengan selesai dengan dimensi waktu *cross sectional*.

## C. Definisi Operasional Variabel Penelitian

Tabel 3. 1 Definisi Operasional

Variabel	Indikator	Item Pernyataan	Skala Pengukuran
Citra Destinasi	Citra kognitif	CK1: Harga akomodasi dan produk yang ditawarkan pada Heha Ocean View sesuai dengan kemampuan wisatawan	Skala <i>Likert</i> 1-5
		CK2: Harga tiket masuk Heha Ocean View terjangkau	

Variabel	Indikator	Item Pernyataan	Skala Pengukuran
		CK3: Lingkungan disekitar Heha Ocean View aman dan nyaman bagi wisatawan	
		CK4: Ketersediaan berbagai jenis akomodasi/tempat penginapan dan fasilitas perbelanjaan di sekitar Heha Ocean View	
		CK5: Lingkungan sekitar Heha Ocean View menyuguhkan pemandangan yang mempesona dan alami	
	Citra Afektif	CA1: Heha Ocean View berada dikawasan padat penduduk	
		CA2: Akses menuju lokasi Heha Ocean View ramai	
		CA3: Lokasi Heha Ocean View mudah dijangkau	
		CA4: Lokasi Heha Ocean View tetap mempertahankan ciri khas, nilai kelayakan, dan kearifan lokal dari daerah setempat.	
		CA5: Lokasi Heha Ocean View menyenangkan	

Variabel	Indikator	Item Pernyataan	Skala Pengukuran
		CA6: Lokasi Heha Ocean View cocok untuk dijadikan sebagai tempat <i>refreshing</i>	
Akseibilitas	Akses informasi	AI1: Saya dengan mudah mendapatkan informasi mengenai Heha Ocean View sebelum berkunjung	Skala <i>Likert</i> 1-5
		AI2: Informasi tentang lokasi, rute, dan fasilitas destinasi ini tersedia secara lengkap dan jelas	
		AI3: Heha Ocean View memiliki media informasi yang memadai (website, media sosial, brosur, dll.)	
	AI4: Saya merasa informasi yang diberikan tentang Heha Ocean View akurat dan dapat dipercaya		
Akses kondisi jalan menuju obyek wisata		AK1: Jalan menuju Heha Ocean View dalam kondisi baik dan nyaman dilalui	Skala <i>Likert</i> 1-5
		AK2: Petunjuk arah menuju Heha Ocean View jelas dan mudah ditemukan	

Variabel	Indikator	Item Pernyataan	Skala Pengukuran
		AK3: Saya merasa perjalanan menuju Heha Ocean View aman dan tidak berisiko	
		AK4: Kondisi jalan menuju Heha Ocean View sesuai dengan ekspektasi saya sebagai wisatawan	
	Akses akhir perjalanan	AP1: Saya mudah menemukan tempat parkir saat tiba di Heha Ocean View	Skala <i>Likert</i> 1-5
		AP2: Fasilitas di titik akhir perjalanan, seperti area <i>drop-off</i> dan terminal, memadai	
		AP3: Jarak dari tempat parkir atau titik kedatangan ke lokasi utama destinasi tidak terlalu jauh	
		AP4: Saya tidak mengalami kesulitan saat mencapai area utama Heha Ocean View setelah tiba	
Minat Berkunjung	Tertarik untuk mencari informasi	MT1: Saya berminat untuk menggali informasi lebih lanjut mengenai Heha Ocean View.	Skala <i>Likert</i> 1-5

Variabel	Indikator	Item Pernyataan	Skala Pengukuran
		MT2: Saya sering mencari ulasan atau review mengenai Heha Ocean View	
	Mempertimbangkan untuk berkunjung	MM1: Saya mempertimbangkan Heha Ocean View sebagai tujuan wisata saya berikutnya	Skala <i>Likert</i> 1-5
		MM2: Heha Ocean View termasuk dalam daftar destinasi yang ingin saya kunjungi	
	Tertarik untuk berkunjung	MK1: Saya merasa tertarik untuk mengunjungi Heha Ocean View	Skala <i>Likert</i> 1-5
		MK2: Heha Ocean View menarik minat saya untuk berkunjung	
	Ingin berkunjung	MI1: Saya memiliki keinginan kuat untuk berkunjung ke Heha Ocean View	Skala <i>Likert</i> 1-5
		MI2: Saya berencana untuk mengunjungi Heha Ocean View dalam waktu dekat	
Keputusan Berkunjung	<i>Destination Area</i> (Tempat tujuan)	KD1: HeHa Ocean View menawarkan daya tarik wisata yang sesuai dengan keinginan saya	Skala <i>Likert</i> 1-5
		KD2: Saya memilih HeHa Ocean View karena informasi yang	

Variabel	Indikator	Item Pernyataan	Skala Pengukuran
		tersedia tentang destinasi ini lengkap dan jelas	
		KD3: HeHa Ocean View memenuhi kebutuhan rekreasi saya sebagai wisatawan	
	<i>Traveling Mode</i> (Tipe perjalanan)	KT1: Akses transportasi menuju HeHa Ocean View mudah dan nyaman	Skala <i>Likert</i> 1-5
		KT2: Tersedia berbagai alternatif moda transportasi untuk mencapai HeHa Ocean View	
		KT3: Perjalanan menuju HeHa Ocean View memberikan pengalaman yang menyenangkan	
	<i>Time and Cost</i> (Waktu dan Biaya)	KC1: Waktu yang dibutuhkan untuk berkunjung ke HeHa Ocean View sesuai dengan jadwal saya	Skala <i>Likert</i> 1-5
		KC2: Biaya yang diperlukan untuk mengunjungi HeHa Ocean View terjangkau bagi saya	
		KC3: Saya merasa waktu dan biaya yang saya keluarkan untuk mengunjungi HeHa Ocean View sebanding dengan pengalaman yang didapat	

Variabel	Indikator	Item Pernyataan	Skala Pengukuran
	<i>Travel Agent</i> (Agen Perjalanan)	KA1: Saya menggunakan jasa agen perjalanan untuk merencanakan kunjungan ke HeHa Ocean View	Skala <i>Likert</i> 1-5
		KA2: Agen perjalanan memberikan informasi yang lengkap tentang HeHa Ocean View	
		KA3: Layanan agen perjalanan memudahkan saya dalam mengatur kunjungan ke HeHa Ocean View	
	<i>Service Source</i> (Sumber Jasa)	KS1: Fasilitas yang disediakan di HeHa Ocean View memenuhi kebutuhan saya selama berkunjung	Skala <i>Likert</i> 1-5
		KS2: Layanan yang diberikan oleh staf HeHa Ocean View memuaskan	
		KS3: Sumber informasi dan layanan di HeHa Ocean View mudah diakses dan membantu berkunjung	

#### D. Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini meliputi seluruh individu yang pernah mengunjungi destinasi wisata HeHa Ocean View, baik wisatawan lokal maupun domestik dari luar daerah. Pemilihan populasi ini dilandasi oleh kebutuhan untuk memperoleh data dari subjek yang memiliki pengalaman langsung terhadap kondisi aktual destinasi, sehingga mampu memberikan penilaian objektif terhadap citra destinasi, aksesibilitas, serta keputusan berkunjung yang diambil. Karakteristik utama populasi ini meliputi individu yang telah mengunjungi HeHa Ocean View Yogyakarta serta. Hal ini penting karena persepsi calon wisatawan terhadap destinasi banyak dipengaruhi oleh konten dan ulasan di media digital. Penerapan kriteria ini bertujuan untuk menjamin bahwa data yang terkumpul berasal dari subjek yang sesuai dengan fokus penelitian dan mampu menggambarkan fenomena yang sedang diteliti secara akurat.

Metode pemilihan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *non-probability sampling* dengan pendekatan *purposive sampling*, yang berarti pemilihan sampel dilakukan dengan mempertimbangkan karakteristik tertentu dari populasi yang menjadi objek penelitian (Sugiyono, 2021). Meskipun teknik pengambilan sampel ini tidak dilakukan secara acak sepenuhnya, pemilihannya tetap memperhatikan karakteristik tertentu pada responden yang dianggap paling relevan dengan tujuan penelitian. Karakteristik yang digunakan dalam pemilihan sampel adalah sebagai berikut:

1. Individu dengan minimal usia 17 tahun dikarenakan dianggap sudah dapat memahami isi kuisisioner
2. Individu yang telah berkunjung ke HeHa Ocean View minimal 1 kali dalam 2 tahun terakhir

Teknik ini dipilih karena tidak semua individu dalam populasi target memiliki pengalaman langsung dengan HeHa Ocean View, dan hanya mereka yang memenuhi kriteria tertentu yang relevan untuk menjawab instrumen penelitian. Dengan *purposive sampling*, diharapkan sampel yang diperoleh lebih representatif terhadap fenomena yang diteliti, terutama terkait pengaruh citra destinasi dan aksesibilitas terhadap keputusan berkunjung dengan minat berkunjung sebagai variabel *intervening*.

Ukuran sampel dalam penelitian ini ditentukan berdasarkan rumus yang diusulkan oleh (Hair et al, 2017), yang menyatakan bahwa jumlah responden sebaiknya minimal 100 orang. Penelitian ini menargetkan pengumpulan data dari sekitar 150 - 200 responden untuk menjaga validitas dan reliabilitas data, serta tetap mempertimbangkan efisiensi waktu dan sumber daya yang tersedia.

#### **E. Teknik Pengumpulan Data**

Penelitian ini mengimplementasikan metode pengumpulan data kuantitatif melalui teknik survei dengan kuesioner tertutup. Teknik ini dipilih karena sesuai dengan tujuan penelitian yang bertujuan untuk menganalisis hubungan antar variabel secara statistik, yaitu pengaruh citra destinasi dan aksesibilitas terhadap keputusan berkunjung dengan minat berkunjung sebagai variabel *intervening*. Survei adalah metode yang efisien untuk mengumpulkan data dari banyak

responden dalam waktu yang cukup singkat, serta mampu menangkap data numerik yang dapat diolah secara kuantitatif menggunakan alat analisis statistik inferensial.

Penelitian ini mengumpulkan data kuantitatif primer, yang didapatkan langsung dari responden melalui pengisian kuesioner. Kuesioner disusun menggunakan skala *Likert* lima poin, di mana responden diminta untuk mengindikasikan tingkat persetujuan mereka terhadap pernyataan yang diajukan, mulai dari “sangat tidak setuju” hingga “sangat setuju”. Skala yang diterapkan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1 = Sangat Tidak Setuju (STS)

2 = Tidak Setuju (TS)

3 = Netral (N)

4 = Setuju (S)

5 = Sangat Setuju (SS)

Setiap item dalam kuesioner mengacu pada indikator-indikator dari masing-masing variabel, yang dirumuskan berdasarkan teori dan hasil penelitian sebelumnya. Variabel yang diteliti meliputi: citra destinasi, aksesibilitas, minat berkunjung, dan keputusan berkunjung.

Untuk menjamin bahwa data yang terkumpul valid dan reliabel, dilakukan serangkaian prosedur pengujian instrumen. Sebelum kuesioner disebarluaskan secara luas, akan dilakukan uji validitas dan reliabilitas pada pra-survey dengan jumlah responden minimal 30 orang. Uji validitas bertujuan untuk menilai sejauh mana item dalam kuesioner mampu mengukur konstruk yang dimaksud,

sedangkan uji reliabilitas dilakukan untuk memastikan bahwa kuesioner menghasilkan jawaban yang konsisten jika digunakan dalam kondisi yang serupa. Instrumen dianggap valid jika nilai korelasi item lebih dari 0,3 dan reliabel apabila nilai *Cronbach's Alpha* melebihi 0,7.

Proses pengumpulan data akan dilakukan secara daring (*online*) melalui penyebaran tautan kuesioner digital menggunakan *Google Form*. Metode ini dipilih karena lebih efisien, menjangkau lebih luas secara geografis, dan sesuai dengan karakteristik responden yang merupakan pengguna aktif media digital. Kuesioner akan disebarluaskan melalui platform seperti WhatsApp, Instagram, serta komunitas daring yang relevan dengan dunia pariwisata, terutama yang berkaitan dengan pengalaman kunjungan ke HeHa Ocean View. Peneliti juga akan menyertakan keterangan singkat tentang tujuan penelitian dan menegaskan bahwa data yang terkumpul akan dijaga kerahasiaannya dan hanya akan di gunakan untuk tujuan akademik.

## **F. Teknik Analisis Data**

### **1. Analisis Deskriptif**

Penelitian ini menerapkan teknik analisis data kuantitatif menggunakan pendekatan *Structural Equation Modeling* berbasis *Partial Least Squares* (SEM-PLS). Pendekatan ini dipilih karena sesuai dengan kompleksitas model penelitian yang melibatkan berbagai variabel laten, termasuk variabel intervening yaitu minat berkunjung, yang berperan dalam menjembatani pengaruh citra destinasi dan aksesibilitas terhadap keputusan berkunjung. SEM-PLS merupakan metode pemodelan

persamaan struktural yang digunakan untuk menganalisis hubungan kausal antar konstruk (variabel laten) secara simultan (Hair et al, 2017). Dalam penelitian ini, analisis dilakukan dalam dua tahap, yaitu *outer model* dan *inner model*. Penelitian ini menggunakan SEM - PLS dengan *software Smart PLS* versi 4.0.

## 2. Outer Model

*Outer model* atau disebut juga sebagai model pengukuran digunakan untuk menilai kualitas indikator dalam mengukur konstruk laten (Ghozali, 2023). Dalam pendekatan *Partial Least Squares Structural Equation Modeling* (PLS-SEM), terdapat tiga aspek utama yang harus dipenuhi agar model pengukuran dinyatakan valid dan reliabel, yaitu: validitas konvergen, validitas diskriminan, dan reliabilitas konstruk.

### a. Uji Validitas

Validitas konvergen mengacu pada tingkat keterikatan yang tinggi antar indikator dalam satu konstruk yang mencirikan bahwa indikator-indikator tersebut mampu merepresentasikan konstruk yang sama secara konsisten. Evaluasi terhadap validitas konvergen dilakukan dengan meninjau nilai *outer loading* dari setiap indikator serta nilai *Average Variance Extracted* (AVE). Indikator dinyatakan memenuhi validitas konvergen apabila nilai *loading* nya melebihi 0,70, dan AVE lebih besar dari 0,50.

Validitas diskriminan bertujuan untuk menilai sejauh mana suatu konstruk memiliki perbedaan yang jelas dibandingkan dengan

konstruk lainnya dalam model. Pengujian validitas ini dapat dilakukan dengan membandingkan nilai akar kuadrat dari *Average Variance Extracted* (AVE) setiap konstruk terhadap nilai korelasi antar konstruk lainnya, sesuai dengan kriteria *Fornell-Larcker*, atau melalui analisis nilai *cross-loading* antar indikator.

b. Uji Reliabilitas

Pengukuran reliabilitas konstruk dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan dua ukuran statistik, yaitu *Composite Reliability* (CR) dan *Cronbach's Alpha*. Suatu konstruk dianggap memiliki realibilitas yang memadai apabila nilai *Composite Reliability* dan *Cronbach's Alpha* masing-masing berada di atas 0,70. CR digunakan karena dianggap lebih akurat dalam konteks SEM-PLS dibandingkan *Cronbach's Alpha* karena memperhitungkan bobot indikator.

### 3. *Inner Model*

*Inner model* atau model struktural digunakan untuk mengetahui sejauh mana konstruk eksogen memiliki kemampuan dalam menjelaskan konstruk endogen (Ghozali, 2023). Dalam pendekatan *Partial Least Squares Structural Equation Modeling* (PLS-SEM), salah satu indikator utama yang digunakan untuk menilai kualitas *inner model* adalah nilai R-Square ( $R^2$ ) atau koefisien determinasi. *Koefisien determinasi* ( $R^2$ ) menunjukkan seberapa besar proporsi varians pada konstruk endogen yang dapat dijelaskan oleh konstruk eksogen dalam model penelitian.

Dalam penelitian ini, konstruk minat berkunjung dan keputusan berkunjung merupakan konstruk endogen, sedangkan citra destinasi dan aksesibilitas berperan sebagai konstruk eksogen.

Menurut Hair et al. (2019) menyatakan bahwa nilai  $R^2$  sebesar 0,75 dikategorikan sebagai tinggi (substansial), nilai 0,50 sebagai sedang (moderat), dan 0,25 sebagai rendah. Oleh karena itu, semakin besar nilai  $R^2$  yang dihasilkan, maka semakin tinggi pula daya jelas konstruk eksogen terhadap variabilitas konstruk endogen. Penilaian  $R^2$  dilakukan menggunakan software SmartPLS versi 4.0, yang secara otomatis memberikan nilai  $R^2$  untuk masing-masing konstruk endogen setelah pemodelan selesai dilakukan.

Selain menggunakan  $R^2$ , evaluasi inner model juga dapat diperkuat dengan mengukur *Standardized Root Mean Square Residual* (SRMR) sebagai indikator *goodness of fit model* secara keseluruhan. SRMR merepresentasikan rata-rata selisih standar antara nilai korelasi actual yang teramati dengan korelasi yang diprediksi oleh model. Menurut Hu dan Bentler (1999), model dikatakan memiliki kecocokan (fit) yang baik apabila nilai SRMR berada di bawah 0,08. Dalam konteks SEM-PLS, SRMR digunakan untuk menilai seberapa baik model struktural yang dibangun dapat merepresentasikan data aktual. Sehingga apabila model memiliki nilai  $R^2$  yang kuat dan SRMR yang rendah ( $< 0,08$ ), maka model struktural dapat dinyatakan memiliki kualitas yang baik dalam menjelaskan hubungan antar konstruk laten.

#### 4. Uji Hipotesis

Uji hipotesis dalam penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi baik pengaruh langsung maupun pengaruh tidak langsung antar konstruk laten yang terdapat dalam model konseptual. Pengujian ini dilakukan dengan metode *bootstrapping* sebanyak 5.000 *resampling*, sebagaimana disarankan oleh Hair et al. (2019), guna memperoleh *path coefficient* dan *p-value* untuk setiap jalur hubungan antar konstruk.

Pengujian hipotesis bertujuan untuk menguji sejauh mana pengaruh yang ditimbulkan oleh satu variabel terhadap variabel lainnya memiliki signifikan secara statistik. Hipotesis dikatakan signifikan apabila nilai *p-value*  $< 0,05$  pada tingkat signifikansi 5%. Hipotesis dalam penelitian ini terdiri atas pengaruh langsung antara citra destinasi dan aksesibilitas terhadap minat berkunjung dan keputusan berkunjung, serta pengaruh minat berkunjung terhadap keputusan berkunjung. Selain itu, juga diuji pengaruh tidak langsung melalui mekanisme mediasi minat berkunjung terhadap hubungan antara citra destinasi dan aksesibilitas terhadap keputusan berkunjung

#### 5. Uji Mediasi

Pengujian efek mediasi merupakan bagian penting dalam model struktural, terutama ketika terdapat dugaan bahwa pengaruh suatu variabel independen terhadap variabel dependen tidak bersifat langsung, melainkan melalui variabel perantara atau *intervening*. Dalam konteks penelitian ini, variabel minat berkunjung berperan sebagai variabel

mediasi yang menghubungkan pengaruh citra destinasi dan aksesibilitas terhadap keputusan berkunjung. Pengujian mediasi dilakukan dengan menganalisis pengaruh tidak langsung (*indirect effect*) menggunakan metode *bootstrapping* pada perangkat lunak SmartPLS versi 4.0.

Uji mediasi dianggap signifikan secara statistik apabila nilai *p-value* kurang dari 0,05, yang mengindikasikan bahwa jalur tidak langsung melalui variabel mediasi memiliki pengaruh yang berarti terhadap variabel dependen. Analisis ini melibatkan pengujian total *effect*, *direct effect*, dan *indirect effect*.

PERPUSTAKAAN  
UNIVERSITAS JENDERAL ACHMAD YAN  
YOGYAKARTA