

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### 3.1. Bentuk Penelitian

Penelitian ini dirancang sebagai suatu penelitian empiris untuk menguji hipotesis yang diajukan dalam penelitian (*causal study*) berdasarkan hasil dari penelitian sebelumnya dan didesain sebagai penelitian *cross sectional study*. Penelitian *cross sectional* adalah penelitian yang melakukan pengumpulan data hanya satu kali, dalam beberapa periode hari, minggu, atau bulan untuk menjawab pertanyaan penelitian (Sekaran dan Bougie, 2013: 106).

#### 3.2. Lingkup Penelitian (Objek dan Subjek Penelitian)

Pengumpulan sumber data primer dilakukan dengan cara mendistribusikan kuesioner secara *online* untuk memperoleh data riil sehubungan dengan tujuan penelitian ini. Pengambilan data dilakukan selama dua minggu yaitu minggu pertama dan kedua Bulan Oktober 2016. Subjek penelitian yang digunakan sebagai responden dalam penelitian ini adalah wisatawan muda domestik yang pernah mengunjungi objek wisata pantai di kawasan Gunungkidul. Sementara itu, objek yang digunakan dalam penelitian ini adalah pantai di kawasan Gunungkidul Yogyakarta.

Populasi mengacu pada keseluruhan kelompok orang, kejadian, atau hal minat yang akan diinvestigasi oleh peneliti (Sekaran dan Bougie, 2013: 240). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh wisatawan pantai di kawasan Gunungkidul

Yogyakarta. Ketika populasi sudah ditentukan, maka akan dipilih sampel yang sesuai dengan kriteria yang dibutuhkan dalam penelitian ini.

### **3.3. Sampel dan Metode Pengambilan Sampel**

Sampel adalah sebagian dari populasi. Sampel terdiri atas sejumlah anggota yang dipilih dari populasi (Sekaran dan Bougie, 2013: 241). Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 358 responden. Sampel merupakan wisatawan muda domestik yang pernah berkunjung ke pantai di kawasan Gunungkidul yang berasal dari dalam maupun luar Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta dengan berbagai kriteria sampel yang sudah ditentukan.

Teknik penentuan sampel yang dilakukan dalam penelitian ini bersifat tidak acak (*non-probability sampling*). *Non-probability sampling* merupakan suatu teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang yang sama bagi setiap anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel dalam penelitian ini (Sekaran dan Bougie, 2013: 252). Penelitian ini menggunakan teknik *Purposive Sampling* yaitu desain *non-probability sampling* dimana informasi yang diperlukan dalam penelitian dikumpulkan dari sasaran atau kelompok orang khusus atau spesifik secara rasional (Sekaran dan Bougie, 2013: 397). Karakteristik atau kriteria yang digunakan dalam pemilihan sampel dalam penelitian yaitu wisatawan muda domestik yang pernah berkunjung setidaknya ke salah satu pantai yang berada di kawasan Gunungkidul sebanyak satu kali dalam lima tahun terakhir.

### 3.4. Metode Pengumpulan Data

Data merupakan sekumpulan informasi (sikap, perilaku, motivasi, atribut, dan sebagainya) yang dikumpulkan dari seseorang atau observasi atau berasal dari sumber sekunder (Cooper dan Schindler, 2008: 92). Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer merupakan data yang dikumpulkan dari tangan pertama untuk dianalisis lebih lanjut dengan tujuan untuk mencari solusi terhadap masalah yang diteliti (Sekaran dan Bougie, 2013: 397). Data dalam penelitian ini diperoleh dengan memberikan pertanyaan berupa kuesioner kepada responden yang pernah berkunjung ke pantai di kawasan Gunungkidul Yogyakarta. Hasil kuesioner nantinya digunakan sebagai sumber data dalam pembuktian hipotesis penelitian ini.

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan metode survey. Survey dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan alat bantu berupa kuesioner. Alat bantu kuesioner merupakan suatu tehnik pengumpulan data berupa kumpulan pertanyaan tertulis yang sebelumnya sudah dirumuskan dan kemudian disebarakan ke responden untuk dijawab, biasanya pertanyaan dibuat secara tertutup yaitu berupa pilihan jawaban (Sekaran dan Bougie, 2013: 397). Supaya hasil data stabil maka sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 358 sampel. Penetapan jumlah sample didasarkan pada teori yang dikemukakan oleh Roscoe (1975) dalam Sekaran dan Bougie (2013: 269) yaitu bahwa ukuran sampel harus lebih besar dari 30 dan kurang dari 500 pada setiap penelitian dan apabila dikelompokkan menjadi beberapa kelompok sampel, maka

dibutuhkan minimal 30 sampel pada setiap kategori. Setelah dilakukan penetapan jumlah sampel maka dilakukan proses pendistribusian kuesioner yang dilakukan dengan memberikan kuesioner secara *online* melalui Google Docs terhadap wisatawan muda domestik yang pernah berkunjung ke pantai di kawasan Gunungkidul Yogyakarta. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan teknik *Mail and Electronic Questionnaires*. Teknik *Mail and Electronic Questionnaires* merupakan suatu metode pengumpulan data yang pengelolaannya menggunakan bantuan surat elektronik maupun aplikasi sehingga semua data yang diperlukan dapat diperoleh dengan cepat, biaya rendah, dan dapat menjangkau wilayah yang lebih luas (Sekaran dan Bougie, 2013: 148).

### **3.5. Metode Pengukuran Data**

Kuesioner dalam penelitian ini terdiri dari enam bagian kelompok pertanyaan. Bagian pertama terdiri atas pertanyaan mengenai profil responden yang terdiri dari: jenis kelamin, usia, daerah asal/ domisili asli, tingkat pendapatan atau uang saku setiap bulan, informasi hal yang menarik bagi responden sehingga berkunjung ke pantai di kawasan Gunungkidul, intensitas kunjungan ke pantai di kawasan Gunungkidul selama 5 tahun terakhir, bersama siapa wisatawan berkunjung, sumber informasi responden mengenai banyaknya objek wisata pantai di kawasan Gunungkidul, sarana transportasi yang digunakan untuk berkunjung ke pantai di kawasan Gunungkidul, dan objek wisata pantai di kawasan Gunungkidul yang pernah dikunjungi oleh responden. Bagian kedua hingga enam berisi 42 item yang diadaptasi

dari penelitian Isa dan Ramli (2014) mengenai *destination awareness*, *destination image*, motivasi, WOM, dan *tourist visitation*. Bagian kedua terdiri atas 6 item mengenai *destination awareness*. Bagian ketiga terdiri atas 12 item mengenai *destination image*. Bagian keempat terdiri atas 17 item mengenai motivasi. Bagian kelima terdiri atas 4 item mengenai WOM dan bagian keenam mengenai *tourist visitation* yang terdiri atas 3 item pernyataan.

Setiap butir pernyataan pada bagian pertama, responden diminta untuk memilih jawaban yang diberikan dalam kuesioner tersebut yang berkaitan dengan faktor demografis setiap responden dan informasi mengenai pantai di kawasan Gunungkidul. Bagian kedua hingga keenam dalam kuesioner berkaitan dengan analisis faktor-faktor yang mempengaruhi kunjungan wisatawan ke pantai di kawasan Gunungkidul dengan cara responden memilih salah satu jawaban yang diberikan dalam kuesioner yang diukur dengan menggunakan skala *Likert*. Skala *Likert* adalah skala yang dirancang untuk menentukan seberapa kuat responden setuju mengenai suatu pernyataan (Sekaran dan Bougie, 2013: 211).

Pernyataan dalam kuesioner disusun dalam bentuk *check list* pernyataan dari setiap variabel yang ada. Setiap pernyataan diukur memiliki bobot nilai yang berbeda. Setiap pernyataan terdiri atas 5 skala *Likert*. Penulis memberikan skor 5 pada setiap jawaban Sangat Setuju (SS), skor 4 pada setiap jawaban Setuju (S), skor 3 untuk jawaban Netral (N), skor 2 untuk jawaban Tidak Setuju (TS), dan skor 1 untuk jawaban Sangat Tidak Setuju (STS). Berikut rincian skor untuk setiap pernyataan dalam kuesioner:

**Tabel 3.1**  
**Skor Skala Likert Setiap Pernyataan**

Pilihan Jawaban	Skor
Sangat Tidak Setuju (STS)	1
Tidak Setuju (TS)	2
Netral (N)	3
Setuju (S)	4
Sangat Setuju (SS)	5

### 3.6. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

#### 3.6.1. Variabel Penelitian

Variabel penelitian yang digunakan dalam model penelitian ini adalah variabel independen (X), variabel mediasi (M) dan variabel dependen (Y). Variabel independen merupakan variabel- variabel yang mempengaruhi variabel terikat atau variabel kriteria beserta variansnya (Sekaran dan Bougie, 2013: 70) sedangkan variabel dependen merupakan variabel yang diramalkan dan atau dijelaskan oleh variabel lain (Zikmund *et al.*, 2010: 651). Variabel mediasi merupakan variabel yang muncul di permukaan sebagai fungsi dari variabel bebas dan membantu dalam mengkonseptualisasikan serta menjelaskan pengaruh variabel bebas pada variabel terikat (Sekaran dan Bougie, 2013: 395). Variabel independen dalam penelitian ini meliputi *destination awareness* ( $X_1$ ), *destination image* ( $X_2$ ), dan motivasi ( $X_3$ ) sedangkan variabel dependennya adalah *tourist visitation* (Y), dan WOM berperan sebagai variabel mediasi (M).

### 3.6.2. Definisi Operasional

Definisi operasional penelitian merupakan definisi untuk sebuah variabel yang dinyatakan dari kriteria pengujian khusus, kemudian dilakukan penentuan faktor yang harus dihitung, diukur, atau dikumpulkan melalui indera (Cooper dan Schindler, 2008: 59). Definisi operasional dari dimensi atau variabel yang digunakan dalam kerangka penelitian ini terdiri atas *destination awareness*, *destination image*, motivasi, WOM (*word of mouth*), dan *tourist visitation* berdasarkan adaptasi penelitian dari Isa dan Ramli (2014).

Indikator penelitian yang digunakan didasarkan pada kuesioner dalam penelitian Isa dan Ramli (2014) dengan melakukan beberapa penyesuaian yang sesuai dengan subjek dan objek yang digunakan dalam penelitian ini. Variabel *destination awareness* terdiri atas 6 indikator penelitian. Variabel *destination image* terdiri atas 12 indikator penelitian. Variabel motivasi terdiri atas 17 indikator penelitian. Variabel WOM terdiri atas 4 indikator penelitian. Variabel kunjungan wisatawan (keputusan berkunjung) terdiri atas 3 indikator penelitian. Berikut merupakan indikator pada setiap variabel atau dimensi yang digunakan dalam penelitian ini:

**Tabel 3.2**  
**Definisi Operasional Penelitian**

<b>Variabel Penelitian dan Definisi</b>	<b>Indikator Penelitian</b>
<p><b>Destination Awareness</b></p> <p>didefinisikan sebagai suatu kondisi dimana seseorang pernah mendengar mengenai suatu destinasi wisata tertentu dan destinasi wisata tersebut terlintas pertama kali pada saat seseorang memikirkan untuk melakukan suatu kunjungan wisata</p> <p>(Milman dan Pizam, 1995 dalam Isa dan Ramli, 2014)</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pantai di kawasan Gunungkidul merupakan salah satu destinasi wisata alam di Indonesia.</li> <li>2. Pantai di kawasan Gunungkidul memiliki keunikan masing-masing pada setiap pantai (misalnya terdapat air terjun, karang, Pura Hindu, spot olahraga pantai, perbukitan, dll).</li> <li>3. Gunungkidul merupakan salah satu daerah dengan jumlah pantai terbanyak di Indonesia yang lokasinya memanjang berdekatan satu sama lain.</li> <li>4. Pantai di kawasan Gunungkidul merupakan pantai yang dibuka secara umum sehingga dapat berlibur dengan nyaman.</li> <li>5. Pantai di kawasan Gunungkidul Yogyakarta merupakan lokasi yang baik untuk melakukan suatu observasi alam atau penelitian pantai.</li> <li>6. Pantai di kawasan Gunungkidul memberikan tiket masuk terusan yang terjangkau bagi semua kalangan.</li> </ol>



Lanjutan Tabel 3.2

Variabel Penelitian dan Definisi	Indikator Penelitian
<p><b>Destination Image</b> didefinisikan sebagai hasil keseluruhan atas keyakinan, kepercayaan, pemikiran, dan kesan yang tercipta dari seseorang yang ingin melakukan perjalanan (Crompton, 1979).</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pantai di kawasan Gunungkidul merupakan tempat wisata alam terkenal di Yogyakarta.</li> <li>2. Pantai di kawasan Gunungkidul Yogyakarta memiliki program promosi yang menarik.</li> <li>3. Pantai di kawasan Gunungkidul Yogyakarta memiliki lokasi yang mudah dijangkau dengan menggunakan berbagai pilihan moda transportasi.</li> <li>4. Pantai di kawasan Gunungkidul Yogyakarta memiliki lahan parkir yang memadai.</li> <li>5. Retribusi masuk pantai di kawasan Gunungkidul Yogyakarta menurut pendapat saya tergolong murah.</li> <li>6. Pantai di kawasan Gunungkidul Yogyakarta memiliki pusat informasi yang ramah terhadap wisatawan.</li> <li>7. Pantai di kawasan Gunungkidul Yogyakarta memiliki fasilitas tempat untuk bersantai.</li> <li>8. Pantai di kawasan Gunungkidul Yogyakarta memiliki citra tempat wisata yang nyaman.</li> </ol>

Lanjutan Tabel 3.2

Variabel Penelitian dan Definisi	Indikator Penelitian
	<p>9. Pantai di kawasan Gunungkidul Yogyakarta memiliki citra tempat wisata yang aman untuk dikunjungi.</p> <p>10. Pantai di kawasan Gunungkidul Yogyakarta menyajikan <i>event-event</i> menarik pada periode waktu tertentu.</p> <p>11. Pantai di kawasan Gunungkidul Yogyakarta menyajikan paket wisata dengan fasilitas yang menarik.</p> <p>12. Informasi mengenai objek wisata pantai di kawasan Gunungkidul Yogyakarta sudah memberikan informasi yang saya butuhkan.</p>
<p><b>Motivasi</b></p> <p>didefinisikan sebagai dorongan internal yang menggerakkan perilaku wisatawan untuk bertindak dan memberikan arahan (Romando, 2008 dalam Lien, 2010).</p>	<p>1. Pantai di kawasan Gunungkidul Yogyakarta merupakan destinasi wisata yang terjangkau dalam sisi biaya yang dikeluarkan.</p> <p>2. Pantai di kawasan Gunungkidul Yogyakarta memiliki pantai yang lokasinya berdekatan dan mudah dijangkau pengunjung.</p> <p>3. Pantai di kawasan Gunungkidul Yogyakarta merupakan destinasi wisata yang dekat dengan rumah saya atau dekat dengan rumah kerabat saya.</p>

Lanjutan Tabel 3.2

Variabel Penelitian dan Definisi	Indikator Penelitian
	<p>4. Pantai di kawasan Gunungkidul Yogyakarta merupakan destinasi wisata yang mudah dijangkau dengan transportasi yang saya gunakan.</p> <p>5. Destinasi wisata pantai di kawasan Gunungkidul Yogyakarta mampu memberikan pengalaman edukatif menarik bagi kaum muda.</p> <p>6. Berwisata ke pantai di kawasan Gunungkidul Yogyakarta dapat meningkatkan kesadaran untuk menjaga alam bagi kaum muda.</p> <p>7. Berwisata ke pantai di kawasan Gunungkidul Yogyakarta memberikan gambaran mengenai keindahan alam di Gunungkidul.</p> <p>8. Pantai di kawasan Gunungkidul Yogyakarta merupakan tempat rekreasi keluarga atau tempat untuk rekreasi teman-teman.</p> <p>9. Objek wisata pantai di kawasan Gunungkidul Yogyakarta merupakan tempat yang menyenangkan untuk dikunjungi.</p>

Lanjutan Tabel 3.2

Variabel Penelitian dan Definisi	Indikator Penelitian
	<p>10. Pantai di kawasan Gunungkidul Yogyakarta merupakan tempat rekreasi baru bersama keluarga atau teman saya yang menarik.</p> <p>11. Pantai di kawasan Gunungkidul Yogyakarta merupakan tempat wisata yang dapat digunakan untuk tempat bersantai/ bermain bagi saya.</p> <p>12. Destinasi wisata pantai di kawasan Gunungkidul Yogyakarta menyediakan fasilitas yang dapat digunakan sebagai arena bermain bagi saya.</p> <p>13. Pantai di kawasan Gunungkidul Yogyakarta menyediakan fasilitas umum seperti tempat makan, tempat istirahat, gazebo.</p> <p>14. Menurut pendapat saya, uang yang saya keluarkan untuk membeli tiket sebanding dengan manfaat yang saya dapatkan saat mengunjungi pantai di kawasan Gunungkidul Yogyakarta.</p>

Lanjutan Tabel 3.2

<b>Variabel Penelitian dan Definisi</b>	<b>Indikator Penelitian</b>
	<p>15. Saya pergi ke pantai di kawasan Gunungkidul Yogyakarta untuk menghilangkan kebosanan di rumah.</p> <p>16. Saya pergi ke pantai di kawasan Gunungkidul Yogyakarta untuk mencari destinasi wisata baru.</p> <p>17. Saya pergi ke pantai di kawasan Gunungkidul Yogyakarta untuk menghabiskan waktu bersama teman-teman saya.</p>
<p><b>Word of Mouth</b></p> <p>didefinisikan sebagai suatu proses komunikasi berupa pemberian rekomendasi baik secara individu atau kelompok terhadap suatu produk atau jasa yang bertujuan memberikan informasi secara personal. (Kotler dan Keller, 2012)</p>	<p>1. Saya merasa bahwa obyek wisata pantai di kawasan Gunungkidul Yogyakarta mendapatkan komentar yang baik dari banyak orang.</p> <p>2. Saya akan membagikan pengalaman positif mengenai kunjungan wisata saya ke pantai di kawasan Gunungkidul Yogyakarta kepada orang</p> <p>3. Saya ingin memberikan kesempatan kepada orang lain untuk menikmati pengalaman yang menyenangkan berkunjung ke pantai di kawasan Gunungkidul Yogyakarta.</p>

Lanjutan Tabel 3.2

Variabel Penelitian dan Definisi	Indikator Penelitian
	4. Saya merasa senang ketika saya membagikan pengalaman berwisata ke pantai di kawasan Gunungkidul Yogyakarta kepada orang lain.
<p><b>Kunjungan Wisatawan/ Keputusan Berkunjung</b> didefinisikan sebagai proses pengintegrasian yang mengkombinasikan sikap dan pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif, dan memilih salah satu diantaranya (Nugroho, 2003 dalam Mardiyani dan Murwatiningsih, 2015)</p>	<p>1. Saya merasa puas ketika berkunjung di pantai kawasan Gunungkidul Yogyakarta.</p> <p>2. Saya akan mengunjungi kembali pantai di kawasan Gunungkidul Yogyakarta.</p> <p>3. Saya akan merekomendasikan tempat wisata pantai di kawasan Gunungkidul kepada orang lain.</p>

### 3.7. Metode Pengujian Instrumen

Pengujian instrumen dilakukan dalam penelitian ini untuk menghindari kekeliruan dan menghindari ketidakpastian dalam perhitungan sehingga untuk memilih skala yang sesuai, peneliti harus memiliki peralatan yang dapat mengukur secara tepat dan konsisten mengenai hal yang harus diukur untuk mencapai tujuan penelitian (Kuncoro, 2013: 172). Oleh karena itu, dalam penelitian ini akan dilakukan beberapa pengujian yaitu uji reliabilitas dan uji validitas.

#### 3.7.1. Uji Validitas

Uji validitas adalah instrumen pengujian yang akan digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Uji validitas dilakukan sebagai bukti bahwa instrumen, teknik, atau proses yang digunakan untuk mengukur sebuah konsep memang mengukur konsep yang dimaksudkan (Sekaran dan Bougie, 2013: 225). Suatu skala dinyatakan valid apabila melakukan apa yang seharusnya dilakukan dan mengukur apa yang seharusnya diukur (Kuncoro, 2013: 172). Oleh karena itu, validitas sebagai suatu dimensi atau kriteria data yang berkualitas merupakan faktor yang penting dalam penelitian (Lancaster, 2005: 71).

Teknik pengukuran validitas dalam penelitian ini menggunakan pendekatan perbandingan r-hitung (*Correlated Item-Total Correlation*) dengan r-tabel sehingga untuk menghitung r-hitung dapat menggunakan rumus sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{N \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{[N \sum x^2 - (\sum x)^2][N \sum y^2 - (\sum y)^2]}} \quad (1)$$

keterangan:

$r_{xy}$  = koefisien korelasi

$x$  = skor butir dalam faktor

$y$  = jumlah skor semua butir dalam faktor

$N$  = jumlah sampel atau responden

Apabila  $r$ -hitung positif dan  $r$ -hitung  $>$   $r$ -tabel dengan menggunakan taraf signifikan ( $\alpha$ ) = 5% atau 0,05 maka butir/ item pertanyaan yang digunakan sebagai indikator variabel yang digunakan dalam penelitian ini dianggap valid atau sah (Kuncoro, 2013: 181). Setiap butir dalam penelitian ini diuji dengan membandingkan nilai  $r$ -hitung terhadap  $r$ -tabel ( $df = 358-2 = 356$ ) yaitu dengan nilai  $r$ -hitung sebesar 0,104. Uji validitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan aplikasi *SPSS (Statistical Package for Social Science) for Windows* versi 15.0. Berikut merupakan hasil uji validitas terhadap setiap butir dari variabel yang digunakan dalam penelitian:

**Tabel 3.3**  
**Hasil Uji Validitas Setiap Butir dari Variabel Penelitian**

<b>Dimensi</b>	<b>Butir</b>	<b>Nilai r-hitung</b>	<b>Nilai r-tabel</b>	<b>Keterangan</b>
<i>Destination Awareness</i>	DAW 1	0,403	0,104	Valid
	DAW 2	0,409	0,104	Valid
	DAW 3	0,346	0,104	Valid
	DAW 4	0,525	0,104	Valid
	DAW 5	0,472	0,104	Valid
	DAW 6	0,406	0,104	Valid
<i>Destination Image</i>	DI 1	0,309	0,104	Valid
	DI 2	0,546	0,104	Valid
	DI 3	0,531	0,104	Valid



Lanjutan Tabel 3.3

Dimensi	Butir	Nilai r-hitung	Nilai r-tabel	Keterangan	
<i>Destination Image</i>	DI 4	0,541	0,104	Valid	
	DI 5	0,420	0,104	Valid	
	DI 6	0,536	0,104	Valid	
	DI 7	0,516	0,104	Valid	
	DI 8	0,607	0,104	Valid	
	DI 9	0,580	0,104	Valid	
	DI 10	0,556	0,104	Valid	
	DI 11	0,606	0,104	Valid	
	DI 12	0,606	0,104	Valid	
	Motivasi	M 1	0,554	0,104	Valid
		M 2	0,424	0,104	Valid
		M 3	0,224	0,104	Valid
M 4		0,404	0,104	Valid	
M 5		0,531	0,104	Valid	
M 6		0,537	0,104	Valid	
M 7		0,578	0,104	Valid	
M 8		0,585	0,104	Valid	
M 9		0,657	0,104	Valid	
M 10		0,658	0,104	Valid	
M 11		0,713	0,104	Valid	
M 12		0,527	0,104	Valid	
M 13		0,471	0,104	Valid	
M 14		0,573	0,104	Valid	
M 15		0,359	0,104	Valid	
M 16		0,478	0,104	Valid	
M 17		0,395	0,104	Valid	
<i>Word of Mouth</i>	WOM 1	0,586	0,104	Valid	
	WOM 2	0,716	0,104	Valid	
	WOM 3	0,725	0,104	Valid	
	WOM 4	0,721	0,104	Valid	
<i>Tourist Visitation</i>	TV 1	0,691	0,104	Valid	
	TV 2	0,702	0,104	Valid	
	TV 3	0,684	0,104	Valid	

**Sumber:** Pengolahan Data Primer (2016)

Berdasarkan hasil uji validitas pada setiap item dalam setiap variabel yang dilakukan pada penelitian ini seperti pada Tabel 3.3 di atas dapat diketahui hasil pengujian validitas setiap item dari lima variabel yang diteliti yaitu *destination*

*awareness*, *destination image*, motivasi, WOM, dan *tourist visitation* (kunjungan wisatawan) dapat dinyatakan valid karena keseluruhan item pernyataan memiliki nilai *r*-hitung di atas nilai *r*-tabel yaitu 0,104. Dengan demikian, semua item pernyataan dinyatakan valid dan selanjutnya dapat dilanjutkan pengujian reliabilitas.

### 3.7.2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas menguji konsistensi dan stabilitas dari suatu instrumen pengukuran (Sekaran dan Bougie, 2013: 398). Reliabilitas berbeda dengan validitas karena reliabilitas lebih memusatkan pada masalah konsistensi sedangkan validitas lebih menekankan pada masalah akurasi (Zikmund *et al.*, 2010: 307). Oleh karena itu, pengujian ini hanya dilakukan pada butir-butir pernyataan yang sudah melalui uji validitas dan telah dinyatakan valid.

Uji reliabilitas dilakukan untuk setiap variabel yang digunakan dalam penelitian ini dengan menggunakan *Cronbach's Alpha*. *Cronbach's Alpha* merupakan suatu nilai koefisien dari reliabilitas yang mengindikasikan seberapa baik suatu variabel berkorelasi positif dengan variabel lain (Sekaran dan Bougie, 2013: 292). Kriteria yang digunakan dalam metode *Cronbach's Alpha* yaitu apabila nilai *Cronbach's Alpha*  $< 0,6$  berarti reliabilitasnya rendah/ jelek maka biasanya peneliti tidak akan menggunakan item pernyataan yang menyebabkan reliabilitasnya rendah, tetapi jika nilai *Cronbach's Alpha*  $\geq 0,6$  yaitu apabila nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,7 maka dapat diterima, dan jika nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,8 maka dikatakan baik (Sekaran dan Bougie, 2013: 293). Apabila memiliki alpha yang rendah, kemungkinan

adanya indikasi bahwa satu atau beberapa pernyataan tersebut tidak reliabel. Uji reliabilitas yang dilakukan ini menggunakan *software SPSS for Windows* versi 15. Berikut merupakan hasil uji reliabilitas yang dilakukan pada variabel dalam penelitian ini dengan menggunakan 358 sampel:

**Tabel 3.4**  
**Hasil Uji Reliabilitas Variabel Penelitian**

No	Kode	Dimensi	Nilai Cronbach's $\alpha$	Keterangan
1	DAW	<i>Destination Awareness</i>	0,694	Reliabel
2	DI	<i>Destination Image</i>	0,856	Reliabel
3	M	Motivasi	0,868	Reliabel
4	WOM	<i>Word of Mouth</i>	0,848	Reliabel
5	TV	<i>Tourist Visitation</i>	0,832	Reliabel

**Sumber:** Pengolahan Data Primer (2016)

Berdasarkan uji reliabilitas yang telah dilakukan terhadap lima variabel dalam penelitian yaitu *destination awareness*, *destination image*, motivasi, WOM, *tourist visitation* (kunjungan wisatawan) seperti pada hasil Tabel 3.4 maka dapat dinyatakan bahwa semua instrumen penelitian yang digunakan adalah reliabel karena memiliki nilai *Cronbach's Alpha* > 0,6. Secara spesifik, nilai reliabilitas variabel *destination awareness* tergolong kurang, namun karena mendekati nilai *Cronbach's Alpha* yang telah ditetapkan yaitu 0,7 maka nilai tersebut masih bisa diterima. Sementara itu untuk variabel *destination image*, motivasi, WOM, *tourist visitation* (kunjungan wisatawan) memiliki nilai *Cronbach's Alpha* > 0,8 sehingga dapat dikatakan memiliki reliabilitas yang baik. Dengan demikian, data yang telah melalui proses uji reliabilitas ini dapat digunakan dalam penelitian untuk melakukan proses selanjutnya yaitu pengujian hipotesis penelitian.

### **3.8. Metode Analisis Data**

#### **3.8.1. Analisis Statistik Deskriptif**

Metode yang digunakan untuk mengetahui profil responden yaitu menggunakan analisis presentase. Metode ini digunakan untuk memberikan gambaran responden secara demografis atas pertanyaan mengenai profil responden yang terdiri dari: jenis kelamin, usia, daerah asal/ domisili asli, tingkat pendapatan atau uang saku setiap bulan, informasi hal yang menarik bagi responden sehingga berkunjung ke pantai di kawasan Gunungkidul, intensitas kunjungan ke pantai di kawasan Gunungkidul selama 5 tahun belakangan, bersama dengan siapa responden pernah berkunjung ke pantai di kawasan Gunungkidul, sumber informasi responden mengenai banyaknya objek wisata pantai di kawasan Gunungkidul, sarana transportasi yang digunakan untuk berkunjung ke pantai di kawasan Gunungkidul, dan objek wisata pantai di kawasan Gunungkidul yang pernah dikunjungi oleh responden.

Ukuran presentase atau frekuensi jawaban responden yang telah diolah akan menunjukkan karakteristik dari responden yang dikelompokkan berdasarkan beberapa faktor demografi responden, motivasi responden, intensitas berkunjung responden, sumber informasi responden, alat transportasi yang digunakan, bersama dengan siapa responden pernah berkunjung, dan pantai di kawasan Gunungkidul yang pernah dikunjungi. Setelah dilakukan analisis presentase maka selanjutnya dilakukan analisis deskriptif untuk menjabarkan keterangan dari setiap presentase yang ada. Profil responden yang masih dalam bentuk persen atau angka tersebut dijabarkan menjadi beberapa penjelasan sehingga memberikan informasi secara komprehensif.

### 3.8.2. Analisis Mediasi

#### 3.8.2.1. Analisis Regresi Sederhana

Analisis regresi digunakan pada kondisi dimana satu variabel independen dihipotesiskan berpengaruh terhadap satu variabel dependen (Sekaran dan Bougie, 2013: 315). Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini terdiri atas analisis regresi sederhana dan regresi berganda. Analisis regresi sederhana digunakan untuk menguji pengaruh variabel independen (*destination awareness*, *destination image*, dan motivasi) secara individu terhadap *tourist visitation*.

Model persamaan regresi sederhana terdiri atas tiga model persamaan yang digunakan. Model persamaan regresi sederhana digunakan untuk menganalisis pengaruh variabel independen secara satu persatu (*destination awareness*, *destination image*, dan motivasi) terhadap variabel dependen (*tourist visitation*) Model persamaan regresi sederhana dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + e \quad (2)$$

$$Y = \beta_0 + \beta_2 X_2 + e \quad (3)$$

$$Y = \beta_0 + \beta_3 X_3 + e \quad (4)$$

keterangan:

$Y$  = *tourist visitation*

$\beta_0$  = koefisien regresi (*intercept* / konstanta)

$\beta_1$  = koefisien regresi variabel *destination awareness*

$\beta_2$  = koefisien regresi variabel *destination image*

$\beta_3$  = koefisien regresi variabel motivasi

$x_1$  = *destination awareness*

$x_2$  = *destination image*

$x_3$  = motivasi

$e_i$  = variabel gangguan

Model persamaan regresi sederhana yang kedua digunakan untuk menganalisis pengaruh variabel independen secara satu persatu (*destination awareness*, *destination image*, dan motivasi) terhadap variabel dependen (*WOM*). Model persamaan regresi sederhana dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$M = \beta_0 + \beta_1 X_1 + e \quad (5)$$

$$M = \beta_0 + \beta_2 X_2 + e \quad (6)$$

$$M = \beta_0 + \beta_3 X_3 + e \quad (7)$$

keterangan:

$M$  = *Word of Mouth (WOM)*

$\beta_0$  = koefisien regresi (*intercept* / konstanta)

$\beta_1$  = koefisien regresi variabel *destination awareness*

$\beta_2$  = koefisien regresi variabel *destination image*

$\beta_3$  = koefisien regresi variabel motivasi

$x_1$  = *destination awareness*

$x_2$  = *destination image*

$x_3$  = motivasi

$e_i$  = variabel gangguan

### 3.8.2.2. Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi berganda digunakan untuk menguji pengaruh variabel *destination awareness* dan WOM terhadap *tourist visitation*; *destination image* dan WOM terhadap *tourist visitation*; motivasi dan WOM terhadap *tourist visitation*. Oleh karena itu, alat analisis dalam model ini menggunakan analisis regresi berganda yang dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_4 M + e \quad (9)$$

$$Y = \beta_0 + \beta_2 X_2 + \beta_4 M + e \quad (10)$$

$$Y = \beta_0 + \beta_3 X_3 + \beta_4 M + e \quad (11)$$

keterangan:

$Y$  = *tourist visitation*

$\beta_0$  = koefisien regresi (*intercept* / konstanta)

$\beta_1$  = koefisien regresi variabel *destination awareness*

$\beta_2$  = koefisien regresi variabel *destination image*

$\beta_3$  = koefisien regresi variabel motivasi

$\beta_4$  = koefisien regresi variabel WOM

$x_1$  = *destination awareness*

$x_2$  = *destination image*

$x_3$  = motivasi

$M$  = WOM

$e_i$  = variabel gangguan

Analisis atas hasil regresi linear sederhana maupun berganda yang digunakan dalam penelitian ini perlu untuk dilakukan interpretasi hasil. Interpretasi hasil yang dilakukan menggunakan tiga jenis kriteria ketepatan analisis. Berikut langkah interpretasi terhadap hasil regresi linear yang telah dilakukan:

#### **3.8.2.2.1. Uji signifikansi individu (uji t-statistik)**

Uji t-statistik dilakukan untuk mengetahui signifikansi pengaruh dari setiap variabel independen (*destination awareness*, *destination image*, dan motivasi) secara individual terhadap variabel WOM dengan membandingkan nilai t-hitung (*sig-t*) terhadap t-tabel dengan tingkat signifikansi tertentu yaitu ( $\alpha = 5\%$ ) atau dengan menganalisis nilai signifikansi (*p-value*). Kriteria pengujian dilakukan dengan melihat *p-value*, apabila *p-value*  $> 0,05$  maka  $H_0$  diterima namun apabila *p-value*  $\leq 0,05$  maka  $H_a$  dapat diterima sehingga dapat dinyatakan bahwa suatu variabel independen secara individual mempengaruhi variabel dependennya (Lind *et al.*, 2013: 527).

#### **3.8.2.2.2. Uji kelayakan model (uji F statistik)**

Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas (independen) yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat (Kuncoro, 2013: 245). Uji statistik F pada penelitian ini digunakan untuk menguji pengaruh setiap variabel independen dalam model (*destination awareness*, *destination image*, motivasi) secara bersama-sama dengan variabel WOM terhadap kunjungan wisatawan sebagai variabel dependen. Nilai  $F_{hitung}$  dapat dilihat dalam *output* Tabel ANOVA hasil uji regresi. Nilai F-hitung



dengan taraf signifikansi ( $\alpha$ ) = 5% dengan kriteria pengujian sebagai berikut: apabila  $F_{hitung} < F_{critical}$  atau  $p\text{-value} > 0,05$  maka  $H_0$  diterima dan apabila  $F_{hitung} \geq F_{critical}$  atau  $p\text{-value} \leq 0,05$  maka  $H_a$  diterima (Lind *et al.*, 2013: 529).

### 3.8.2.2.3. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi mengukur presentase total variansi dalam variabel dependen (Y) yang mampu dijelaskan oleh seluruh variabel independen dalam model regresi (Zikmund *et al.*, 2010: 586). Nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) adalah antara 0 (nol) sampai dengan satu (Lind *et al.*, 2013: 499). Semakin besaran  $R^2$  mendekati nilai satu berarti variabel- variabel independen dalam model memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen, maka semakin baik pula model regresi yang digunakan (Kuncoro, 2013: 247).

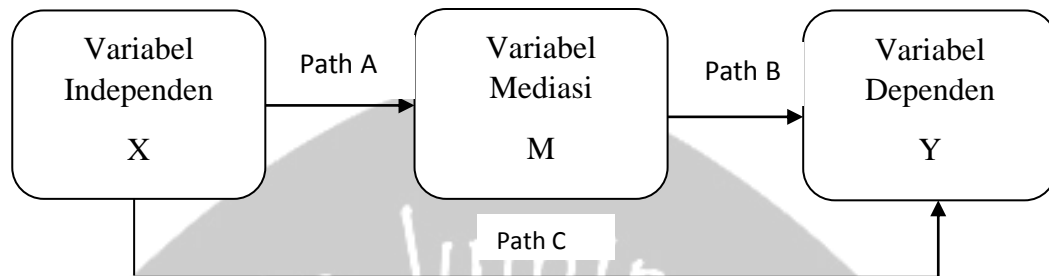
Kelemahan dari penggunaan koefisien determinasi ( $R^2$ ) yaitu adanya bias pada saat dilakukan penambahan variabel independen ke dalam model regresi (Kuncoro, 2013: 247). Oleh karena itu, pada saat mengevaluasi model regresi yang terbaik dapat menggunakan nilai *Adjusted R<sup>2</sup>*. *Adjusted R<sup>2</sup>* merupakan suatu ukuran yang sangat penting ketika jumlah variabel independen relatif besar terhadap ukuran sampel yang digunakan (Groebner *et al.*, 2005: 563). Kriteria pengujiannya untuk  $k > 1$  dan *Adjusted R<sup>2</sup>* <  $R^2$  apabila jumlah variabelnya ditambah, maka nilai *Adjusted R<sup>2</sup>* akan naik dengan jumlah kenaikan kurang dari nilai  $R^2$  (Gujarati dan Porter, 2009: 202) dan apabila nilai *Adjusted R<sup>2</sup>* negatif kendati nilai  $R^2$  selalu positif, maka *Adjusted R<sup>2</sup>* yang bernilai negatif dianggap nol (Kuncoro, 2013: 247).

### 3.8.2.3. Analisis Pengaruh Variabel Mediasi

Analisis mediasi dilakukan untuk memastikan apakah WOM memediasi pengaruh antara *destination awareness*, *destination image*, motivasi secara satu persatu terhadap *tourist visitation*. Terdapat beberapa kriteria untuk menentukan ada tidaknya pengaruh variabel mediasi dalam suatu hubungan menurut Baron dan Kenny (1986) yaitu sebagai berikut:

1. Variabel independen (dalam penelitian ini adalah *destination awareness*, *destination image*, dan motivasi) harus berpengaruh secara signifikan pada variabel mediator (WOM) yang tergambar pada *Path A*.
2. Variabel independen (dalam penelitian ini adalah *destination awareness*, *destination image*, dan motivasi) harus berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (*tourist visitation*) yang tergambar pada *Path C* tanpa melalui variabel mediator (WOM).
3. Variabel mediator (WOM) harus berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (*tourist visitation*) yang tergambar pada *Path B*.

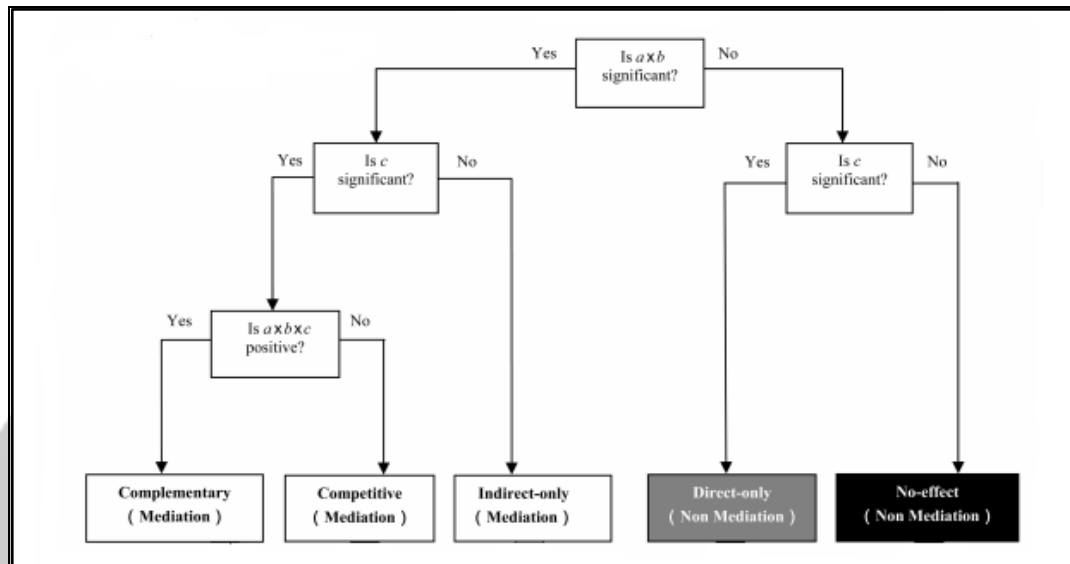
Apabila semua kondisi pada kriteria sebelumnya terpenuhi, maka syarat terjadinya suatu mediasi yaitu bahwa pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara langsung harus lebih kecil dibanding pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen melalui variabel pemediasi. Berikut ini merupakan penjelasan proses mediasi seperti yang terdapat pada Gambar 3.1 di bawah ini:



**Gambar 3.1**  
**Hubungan antara Variabel Independen, Mediator, dan Dependen**

Baron dan Kenny (1986) mengklasifikasikan pengaruh mediasi menjadi tiga jenis yaitu mediasi sempurna (*perfect mediation*), mediasi sebagian (*partial mediation*), dan tidak terjadi mediasi (*non-mediation*). Sementara itu, Zhao *et al.* (2010) mengembangkan teori mediasi menjadi enam jenis mediasi yaitu:

1. Apabila  $\beta(a) \times \beta(b)$  dan  $\beta(c)$  signifikan serta dengan mengalikan  $\beta(a) \times \beta(b) \times \beta(c)$  hasilnya positif maka disebut *complementary mediation*.
2. Apabila  $\beta(a) \times \beta(b)$  dan  $\beta(c)$  signifikan serta dengan mengalikan  $\beta(a) \times \beta(b) \times \beta(c)$  hasilnya negatif maka disebut *competitive mediation*.
3. Apabila  $\beta(a) \times \beta(b)$  signifikan sementara  $\beta(c)$  tidak signifikan maka disebut *indirect-only mediation* atau terdapat pengaruh secara tidak langsung dengan bertindak sebagai pemediasi.
4. Apabila  $\beta(a) \times \beta(b)$  tidak signifikan dan  $\beta(c)$  signifikan maka disebut *direct-only non-mediation* atau hanya terdapat pengaruh secara langsung dan tidak ada peranan sebagai pemediasi.
5. Apabila  $\beta(a) \times \beta(b)$  dan  $\beta(c)$  keduanya tak signifikan disebut *no effect non-mediation* atau tidak ada pengaruh langsung dan tidak ada peranan pemediasi.



Sumber: Zhao *et al.* (2010)

**Gambar 3.2**  
**Penentuan Klasifikasi Jenis Mediasi**

### 3.8.3. *One Way ANOVA*

Analisis *One Way ANOVA* bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya perbedaan persepsi wisatawan muda domestik terhadap pantai di kawasan Gunungkidul berdasarkan domisili asli wisatawan yakni yang berasal dari Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) dengan wisatawan muda domestik dari luar DIY. Analisis *One Way ANOVA* juga dilakukan untuk melihat tingkat perbedaan wisatawan muda domestik terhadap pantai di kawasan Gunungkidul berdasarkan tingkat intensitas kunjungan wisatawan dalam lima tahun terakhir dan tingkat pendapatan atau uang saku rata-rata dalam satu bulan atas variabel *destination awareness*, *destination image*, motivasi, WOM, dan *tourist visitation*.