

BAB III

METODE PENELITIAN

Metode penelitian ini digunakan untuk dijadikan sebagai acuan dasar dalam memecahkan rumusan masalah yang diteliti. Hal ini dimaksudkan agar penelitian yang dilakukan dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah, sehingga diperlukan beberapa tahapan metode yang akan dijadikan sebagai landasan untuk memecahkan permasalahan pada penelitian ini.

Tahapan pertama yaitu membahas tentang ruang lingkup penelitian yang mencakup tentang jenis penelitian, dimensi waktu dan teknik pengumpulan data. Pembahasan ini bertujuan untuk memberikan pemahaman yang sama tentang batasan ruang lingkup penelitian, sehingga perbedaan persepsi dapat dihindari. Oleh karena itu diperlukan kehati-hatian dalam mengeneralisasi penelitian ini dalam ruang lingkup yang berbeda.

Pembahasan mengenai hasil studi pendahuluan, menjadi tahapan berikutnya. Pembahasan ini dilakukan agar variabel amatan yang digunakan pada penelitian sesuai dengan fenomena yang terjadi, sehingga diperoleh konsep-konsep dasar yang akan menjadi acuan dasar pada penelitian ini.

Rancangan analisis data merupakan tahapan terakhir yang meliputi desain eksperimental dengan menyusun suatu stimulus/ variabel/ atribut, lalu penentuan partisipan yang relevan dengan isu studi yang diharapkan dapat memperoleh informasi yang tepat, langkah berikutnya yaitu penentuan profil kelompok eksperimental, kemudian proses cek manipulasi yang bertujuan untuk menyamakan stimulus yang dipersepsikan oleh partisipan dengan yang

commit to user

dipersepsikan oleh peneliti, selanjutnya prosedur pelaksanaan eksperimen yang meliputi langkah-langkah eksperimen dengan penciptaan suasana seperti kondisi riil, dan yang terakhir yaitu tahapan penentuan alat statistik yang sesuai dengan hipotesis yang telah dirumuskan. Berikut ini adalah pembahasan dari masing-masing tahapan yang dimaksud.

3.1 Ruang lingkup penelitian

Jenis penelitian yang dilakukan mencakup penelitian eksplanatori yang bertujuan untuk mengungkap hubungan antar variabel yang diamati, dengan menggunakan pendekatan eksperimen laboratorium. Oleh karena itu diharapkan hasilnya dapat diaplikasikan untuk menjelaskan permasalahan yang dirumuskan.

Ditinjau dari **perspektif waktu**, pengumpulan data penelitian ini bersifat *cross-sectional*, dengan dilandasi oleh asumsi *ceteris-paribus* yang mengasumsikan selama faktor-faktor eksternal tidak mengalami perubahan, maka obyektivitas datanya masih tetap dipertahankan. Oleh karena itu diperlukan teknik pengumpulan data yang diharapkan data tersebut dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah.

Teknik pengumpulan data yaitu menggunakan kuesioner dengan pendekatan desain eksperimental yang memperlakukan variabel amatan dengan beberapa *treatment/* manipulasi, yang bertujuan untuk mengendalikan hubungan kausalitas antar variabel dari pengaruh eksternal yang berpotensi menyebabkan terinflasinya model penelitian, sehingga diharapkan data yang dikumpulkan mampu menjelaskan konsep-konsep yang dihipotesiskan. Oleh karena itu untuk

menguji lebih lanjut mengenai variabel-variabel amatan, diperlukan studi pendahuluan.

3.2 Studi Pendahuluan

Tahapan yang dilakukan pada studi pendahuluan ini yaitu tahapan diskusi kelompok/ *focus group discussion* (FGD), hal ini dimaksudkan untuk mengeksplorasi permasalahan yang relevan dengan konsep model dan variabel-variabel yang diamati. FGD dilakukan di ruang kelas dengan suasana formal, sehingga dapat diperoleh suasana yang formal dan mampu meningkatkan keseriusan partisipan dalam mendiskusikan tujuan yang dimaksud.

Pelaksanaan FGD dilakukan dengan mengundang beberapa peserta, yang terdiri dari partisipan sebanyak 20 orang mahasiswa yang kemudian dibagi kedalam 5 kelompok kecil, peran partisipan ini sebagai peserta yang akan mendiskusikan permasalahan dan konsep-konsep yang akan dijadikan sebagai dasar penelitian ini, kemudian dua orang narasumber yang terdiri dari dosen pariwisata dan pengamat pariwisata kota Bandung, yang berfungsi untuk mensosialisasikan permasalahan dan menggambarkan kondisi pariwisata kota Bandung dan yang terakhir yaitu moderator yaitu peneliti, yang berfungsi untuk mengatur agar pelaksanaan diskusi kelompok ini sesuai dengan yang diharapkan oleh peneliti. Nama masing-masing peserta disamarkan, hal ini dimaksudkan untuk menjaga kerahasiaan pribadi partisipan, sehingga respon terhadap permasalahan diskusi tidak terkendala oleh adanya kerahasiaan pribadi yang tidak terjaga.

Diskusi kelompok ini mengacu kepada beberapa skenario diskusi, hal ini dimaksudkan agar proses diskusi mampu menghasilkan sintesis yang akan digunakan sebagai konsep dasar dalam penentuan variabel amatan dan variabel *treatment*.

Dengan demikian, dari semua hasil diskusi yang diperoleh pada studi pendahuluan yang dilakukan melalui *focus group discussion* ini, selanjutnya dikembangkan secara terintegrasi pada instrumen-instrumen stimulus yang dipergunakan dalam riset eksperimen laboratorium. (lihat lampiran 1).

3.3 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

Tujuan dari pendefinisian operasional variabel yaitu untuk mempertegas kerangka konseptual tentang pengertian, operasional variabel penelitian, maupun cara pengukuran variabel amatan, dan juga memudahkan dalam menentukan variabel-variabel yang akan dimanipulasi dalam studi eksperimen pada penelitian ini. Berikut definisi operasional dari setiap variabel amatan :

3.3.1. Variabel Kredibilitas *Website* (KW)

Kredibilitas didefinisikan sebagai kepercayaan dari beberapa informasi dan/ atau sumbernya, (Hovland *et al.*, 1953). Kredibilitas *website* didefinisikan sebagai sumber informasi yang dipercaya (Tseng & Fogg, 1999; Metzger *et al.*, 2003). Oleh karena itu definisi operasional kredibilitas *website* adalah media teknologi yang memberikan informasi yang dipercaya. Penelitian ini menggunakan 6 indikator yaitu : 1) *website* yang komunikatif; 2) *website* yang atraktif; 3) *website* yang baik; 4) *commit to user*

informasi yang layak; 5) website yang informatif; 6) website yang menarik (Wathen & Burkell, 2002). Masing –masing item diukur dengan menggunakan skala *semantic differential* dengan kriteria positif dan negatif.

3.3.2. Variabel Citra Tujuan Wisata (CT)

Citra tujuan wisata didefinisikan sebagai persepsi keseluruhan dari setiap individu atau kesan suatu tempat tujuan secara keseluruhan (Phelps, 1986). Hal ini dianggap sebagai penggambaran mental tujuan (Alhemoud & Armstrong, 1996). Image sebuah tujuan dapat dikembangkan berdasarkan estimasi atau pemahaman karakteristik suatu daerah. (Tasci *et al.*, 2007). Pada penelitian ini definisi operasional citra tujuan wisata adalah persepsi wisatawan tentang atribut yang dimiliki oleh daerah tujuan dan mampu memberikan kesan. Berdasarkan dari beberapa literasi variabel citra tujuan wisata diukur dengan menggunakan 4 indikan yaitu: 1) citra aman dan nyaman; 2) citra yang menarik; 3) citra yang menyenangkan; dan; 4) citra yang mengasyikkan; 5) citra yang variatif (Jalilvand *et al.*, 2012; Chen & Tsai, 2007). Masing – masing item diukur dengan menggunakan skala *semantic differential* dengan kriteria positif dan negatif.

3.3.3. Variabel Sikap wisatawan terhadap obyek wisata (SKP)

Sikap didefinisikan sebagai gambaran psikologis yang diungkapkan oleh evaluasi positif atau negatif ketika terlibat dalam perilaku tertentu (Ajzen, 1991; Kraus, 1995). Sikap wisatawan terdiri dari komponen kognitif, afektif dan perilaku. Respon kognitif adalah evaluasi yang dilakukan

dalam membentuk sikap, respon afektif adalah respon psikologis yang mengungkapkan preferensi turis untuk suatu entitas dan komponen perilaku adalah indikasi verbal dari maksud seorang turis untuk mengunjungi atau menggunakan entitas itu (Vincent & Thompson, 2002). Oleh karena itu definisi operasional sikap wisatawan terhadap obyek wisata adalah respon positif atau negatif dari wisatawan terhadap obyek wisata. Penelitian ini menggunakan 5 indikasi dalam mempertegas variabel sikap sebagai variabel amatan, yaitu terdiri dari : 1) sikap yang menyenangkan; 2) sikap yang menyukai; 3) sikap yang antusias; 4) sikap yang gembira; 5) sikap yang berfikir positif (Julian *et al.*, 2012; Jalilvand *et al.*, 2012; dan Chen & Tsai, 2007). Masing – masing item diukur dengan menggunakan skala *semantic differential* dengan kriteria positif dan negatif.

3.3.4. Variabel Niat wisatawan berkunjung (NI)

Niat didefinisikan sebagai kecenderungan individu untuk melakukan suatu tindakan (Ajzen, 1991). Perilaku niat merupakan suatu indikator, yang menggambarkan apakah konsumen memiliki kenangan indah atau buruk terhadap organisasi tertentu, lalu pernyataan lainnya terungkap bahwa perilaku niat yang baik ialah termasuk didalamnya mengatakan hal-hal positif, merekomendasikan kepada orang lain, bersedia membayar lebih, dan loyal terhadap organisasi (Zeithaml *et al.*, 1996). Oleh karena itu definisi operasional variabel niat wisatawan untuk berkunjung adalah sebagai perilaku wisatawan untuk melakukan hal yang positif atau negatif terhadap obyek wisata. Pada penelitian ini diukur dengan menggunakan 5

indikan yaitu terdiri dari : 1) berniat untuk berkunjung; 2) berkeinginan untuk berkunjung; 3) bersedia untuk berkunjung; 4) berencana untuk berkunjung; 5) berhasrat untuk berkunjung (Julian *et al.*, 2012; Jalilvand *et al.*, 2012; dan Chen & Tsai, 2007).

3.3.5. Variabel Motivasi untuk mengelaborasi informasi (MT)

Motivasi didefinisikan sebagai suatu dorongan kekuatan dari dalam individu untuk berperilaku (Schiffman & Kanuk, 2007). Motivasi dalam pengertian ini mencerminkan kemauan dan niat untuk memproses informasi seseorang (Mac Innis *et al.*, 1991). Pada penelitian ini motivasi diaplikasi dalam mengelaborasi informasi teori ELM. Penelitian terdahulu mengungkapkan bahwa motivasi dan kemampuan merupakan dua faktor utama yang menentukan apakah seseorang terlibat dalam pengolahan informasi yang diperoleh (Petty & Cacioppo, 1984; Lee, 2009; Park & Kim, 2008). Oleh karena itu definisi variabel motivasi untuk mengelaborasi informasi adalah kemauan dan dorongan wisatawan untuk memproses informasi. Penelitian ini menggunakan 5 indikan yaitu : 1) antusias terhadap informasi; 2) bersemangat terhadap informasi; 3) penasaran terhadap informasi 4) bersungguh-sungguh terhadap informasi; dan 5) menggebu terhadap informasi; (Lee *et al.*, 2007; Park *et al.*, 2007).

Berdasarkan lima variabel amatan tersebut, terdapat tiga variabel yang mengalami perlakuan manipulasi. **Variabel pertama**, yaitu variabel kredibilitas *website* yang dimanipulasi berdasarkan 2 kategori yang dideskripsikan, yaitu: 1) kredibilitas *website* dengan kategori tinggi; dan 2) kredibilitas *website* dengan kategori rendah. **Variabel kedua**, yaitu variabel citra tujuan wisata yang

dimanipulasi berdasarkan 2 kategori yang dideskripsikan, yaitu: 1) citra tujuan wisata dengan kategori tinggi; dan 2) citra tujuan wisata dengan kategori rendah, lalu untuk **variabel yang ketiga**, yaitu variabel motivasi untuk mengelaborasi informasi yang memperoleh perlakuan manipulasi berdasarkan 2 kategori yang dideskripsikan, yaitu: 1) motivasi tinggi untuk mengelaborasi informasi tentang obyek tujuan; dan 2) 1) motivasi rendah untuk mengelaborasi informasi tentang obyek tujuan.

3.4 Desain Eksperimental

Penelitian ini menggunakan pendekatan eksperimen laboratorium, yang dilakukan secara terpisah dengan kondisi realita/ kehidupan sehari-hari, sehingga memungkinkan dilakukannya manipulasi terhadap variabel amatan yang memenuhi syarat untuk dapat dimanipulasi, serta diharapkan mampu mengontrol variabel lain yang mengganggu dengan kadar kontrol yang lebih tinggi dibandingkan dengan penelitian eksperimen di lapangan. (Ertambang, 2012).

Terdapat beberapa tahapan untuk memperoleh kegiatan studi eksperimen laboratorium yang *rigid*, tahapan pertama yaitu mendefinisikan variabel amatan, lalu penentuan partisipan, merancang kelompok eksperimen, merancang materi untuk stimulus, cek manipulasi, menyusun prosedur eksperimen dan pengujian statistik. Berikut penjelasan lebih *detail* terkait tahapan eksperimen :

3.4.1. Partisipan

Keberhasilan eksperimen ditentukan oleh peran partisipan, sehingga diperlukan prinsip kehati-hatian, dan mengacu pada beberapa persyaratan dalam pemilihan partisipan. Partisipan yang dipilih dalam laboratorium eksperimen yakni yang mampu mewakili karakteristik individual, sikap atau perilakunya yang dapat dijadikan sebagai obyek eksperimen. Partisipan tersebut diharapkan memiliki waktu yang cukup untuk berkonsentrasi tercapainya tujuan penelitian dan dapat berkontribusi dalam pengembangan pengetahuan.

Penelitian terdahulu mengungkapkan mahasiswa memiliki tingkat kognisi yang cukup pada pemahaman *treatment*, dan terdapat kesamaan respon antara mahasiswa dan praktisi (Ertambang, 2012). Penekanan pada penelitian ini yaitu penelitian secara teoritis dan tidak memerlukan konsumen riil, Sehingga pada penelitian ini partisipan yang digunakan sebagai subyek partisipan yaitu mahasiswa, secara praktis ditinjau dari wisatawan yang berkunjung ke Braga Festival didominasi oleh mahasiswa. Partisipan yang dilibatkan dalam penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Pendidikan Indonesia yang belum pernah berkunjung ke Braga Festival.

Penentuan jumlah partisipan mengacu pada batasan dalam eksperimen laboratorium dengan kontrol ketat, jumlah masing-masing kelompok penelitian sebanyak 10 – 20 orang (Sekaran, 1992). Oleh karena itu jumlah partisipan yang digunakan dalam penelitian ini masing-masing 20 partisipan setiap kelompoknya, sehingga total jumlah mahasiswa yang menjadi partisipan sebanyak 160 partisipan.

3.4.2. Merancang kelompok eksperimen

commit to user

Penelitian terdahulu mengungkapkan pentingnya desain faktorial sebagai dasar pertimbangan dalam membentuk nilai-nilai praktis atau sebagai pondasi dalam membangun strategi-strategi pemasaran (Montgomery, 2001). Berikut rancangan desain faktorial yang menggambarkan kelompok kombinasi stimulus :

Tabel 3.1 Kelompok Desain Faktorial

Kelompok	Kombinasi			Kode
	Kredibilitas <i>website</i>	Citra tujuan wisata	Motivasi untuk mengelaborasi informasi	
1	Tinggi	Tinggi	Tinggi	1
2	Tinggi	Tinggi	Rendah	2
3	Tinggi	Rendah	Rendah	3
4	Tinggi	Rendah	Tinggi	4
5	Rendah	Rendah	Rendah	5
6	Rendah	Rendah	Tinggi	6
7	Rendah	Tinggi	Rendah	7
8	Rendah	Tinggi	Tinggi	8

Sumber data : dirancang oleh peneliti

Perancangan kelompok eksperimen pada Tabel 3.1 mempertimbangkan desain faktorial yang terdiri dari kombinasi perlakuan: 2 (kredibilitas *website* : kategori tinggi dan rendah) X 2 (citra tujuan wisata : kategori tinggi dan rendah) X 2 (motivasi mengelaborasi informasi tujuan wisata : kategori tinggi dan rendah), sehingga diperoleh 8 kelompok yang memperoleh materi stimulus yang berbeda.

3.4.3. Merancang materi untuk stimulus

Perancangan materi stimulus dilakukan untuk menciptakan suatu kondisi yang dirasakan oleh partisipan seolah nyata dan riil, sehingga partisipan bereaksi

seperti pada kondisi yang sesungguhnya. Berikut beberapa materi stimulus yang digunakan pada penelitian ini :

Media Website. Media ini merupakan media stimulus pertama yang dirancang untuk menggambarkan *website* yang sesungguhnya yang digunakan oleh pemasar dalam hal ini *event organizer* dalam mempromosikan kegiatan Braga Festival. *Website* tersebut dirancang dengan dua kategori yang berbeda, berdasarkan prinsip-prinsip dasar *website* yang kredibel, *website* yang pertama dirancang dengan kategori kredibilitas *website* yang tinggi, dengan menampilkan desain *website* yang baik, jelas, informatif dan komunikatif, sedangkan *website* yang kedua menampilkan desain *website* yang buram, tampilan yang tidak menarik, tidak komunikatif, serta dibuat distorsi untuk menu pilihan.

Media Film. Materi stimulus ini dilakukan untuk menggambarkan dua kondisi yang seolah nyata, yang mampu menciptakan persepsi wisatawan terhadap citra tujuan wisata dalam hal ini Braga Festival. Sama halnya media *website*, media film juga dirancang dengan dua kategori yang berbeda, yang pertama menggambarkan Braga Festival dengan kemeriahan, istimewa dan kegiatan yang atraktif, sedangkan film yang kedua menggambarkan Braga Festival sebagai tujuan wisata yang kotor, kumuh, dan tidak menarik. Kemudian media film tersebut disajikan dan dikombinasikna pada media *website*, sehingga partisipan yang membuka *website* untuk memperoleh informasi, dapat mengakses filmnya melalui *website* tersebut.

Hadiah berupa kaos unik Kota Bandung. Hadiah ini diperuntukan untuk stimulus yang ketiga, yaitu untuk menstimulus partisipan yang memiliki

motivasi untuk mengelaborasi informasi yang tinggi, sedangkan motivasi untuk mengelaborasi informasinya rendah tidak diberikan hadiah.

3.4.4. Cek Manipulasi

Penelitian ini menggunakan metode analisis varian (ANOVA) dalam melakukan cek manipulasi. Metode ini digunakan untuk menguji kausalitas variabel amatan terhadap variabel yang mengalami *treatment*. Hal ini dilakukan untuk menyamakan persepsi antara persepsi peneliti dengan persepsi partisipan, sehingga diharapkan instrumen stimulus yang dirancang mampu mendekati pada kondisi yang nyata.

Partisipan yang digunakan untuk cek manipulasi yaitu mahasiswa STIE EKUITAS Bandung yang belum pernah berkunjung ke Braga Festival. Berdasarkan aspek kecukupan data dalam proses pengujian statistik anova (Maoz & Tybout, 2002), maka ditetapkan jumlah partisipan sebanyak 40 orang. Cek manipulasi diperuntukan untuk tiga variabel amatan yang dimanipulasi. Pertama yaitu cek manipulasi untuk mendeskripsikan pernyataan tinggi rendahnya persepsi wisatawan terhadap kredibilitas *website*. Kedua yaitu cek manipulasi dilakukan untuk pernyataan tinggi rendahnya persepsi wisatawan terhadap citra tujuan wisata. Cek manipulasi yang terakhir yaitu dilakukan untuk menguji tinggi rendahnya motivasi wisatawan untuk mengelaborasi informasi tujuan wisata. Berdasarkan hasil pengujian yang tercantum pada Tabel 3.2, diperoleh nilai sebagai berikut :

Tabel 3.2 Hasil Cek Manipulasi

Variebel	Jumlah item pernyataan	Hasil uji Homogeneity of variance	Hasil uji F (Between Groups)
Kredibilitas <i>website</i> tinggi	6	0,303	1711,039***
Kredibilitas <i>website</i> rendah	6		
Citra tujuan wisata tinggi	5	0,240	1303,813***
Citra tujuan wisata rendah	5		
Motivasi untuk mengelaborasi informasi tinggi	5	0,840	3244,389***
Motivasi untuk mengelaborasi informasi rendah	5		

Sumber data : Hasil olahan peneliti

Keterangan :

N = 40

Nilai Homogeneity of variance : > 0,05:

Tidak signifikan dan dinyatakan tidak homogen.

Kesimpulannya terjadi perbedaan

*** : p < 0,01

Berarti signifikan

Kesimpulannya terjadi perbedaan antar group

3.4.5. Menyusun Prosedur Eksperimen

Prosedur pelaksanaan laboratorium eksperimen ini dilakukan dengan menciptakan suasana dan kondisi seperti riil. Berikut ini adalah langkah-langkah yang dilakukan dalam pelaksanaan eksperimen sikap dan niat wisatawan dalam berkunjung ke oyek wisata :

Langkah 1:

Peneliti memberikan informasi, pengumuman dan registrasi kepada beberapa partisipan yang berniat untuk mengikuti sesi laboratorium eksperimen lewat papan pengumuman dan dibantu sosialisasi oleh beberapa mahasiswa dan beberapa dosen di lingkungan Universitas Pendidikan Indonesia (dengan menjanjikan pemberian souvenir berupa paket data internet simpati 3GB),

sehingga menjadi daya tarik dan motivasi partisipan untuk mengikuti kegiatan laboratorium eksperimen hingga tuntas.

Langkah 2:

Seleksi partisipan, yang bertujuan untuk memilih partisipan yang benar-benar belum terinflasi/ terkontaminasi oleh stimulus riil dari wisata Braga festival. Hal ini dimaksudkan agar persepsi partisipan tidak memunculkan variabel eksternal yang dapat merusak model yang dibangun. Setelah partisipan terseleksi, selanjutnya partisipan yang akan terlibat, dipersilahkan mengisi data pribadi terlebih dahulu, meliputi demografis dan sosio ekonomi partisipan, agar hasilnya dapat memberikan gambaran tentang profil latar belakang partisipan penelitian.

Langkah 3:

Memunculkan ketertarikan partisipan terhadap obyek Braga Festival, dengan memberikan narasi singkat untuk setiap kelompoknya sebagai berikut :
(narasi diberikan dalam bentuk video, yang diharapkan konsistensi penyampaian narasi tetap konsisten hingga kelompok terakhir)

Saudara-saudara yang berbahagia, saya akan menjelaskan terlebih dahulu tentang obyek wisata Braga Festival. Braga Festival ini merupakan kegiatan festival rutin yang diadakan oleh event organizer dan berkolaborasi dengan Dinas Pariwisata Kota Bandung. Kegiatan ini merupakan kegiatan festival rutin dan menjadi salah satu ikon Kota Bandung, karena event ini dilaksanakan bertepatan dengan ulang tahun kota Bandung. Festival ini juga merupakan festival internasional dengan dimeriahkan oleh beberapa peserta bukan hanya dari artis ibukota yang berasal dari kota Bandung saja, namun juga dari beberapa sister city kota Bandung. Festival ini menyajikan kolaborasi antara budaya Indonesia secara tradisional hingga budaya modern, dan juga budaya-budaya dari negara-negara sister city. Selain itu festival ini juga menyajikan aneka ragam kuliner baik local maupun internasional, dan semuanya itu gratis bias dicicipi oleh pengunjung. Special untuk tahun ini bagi pengunjung yang berstatus mahasiswa, akan diikutsertakan dalam kegiatan bagi-bagi hadiah, yang hadiah utamanya mobil, sayang jika anda lewatkan, karena kegiatan ini hanya dilaksanakan

sekali dalam setiap tahunnya, ayoo tunggu apalagi, jika anda berkesempatan dan ada waktu untuk berkunjung ke braga festival, apakah anda berniat untuk berkunjung ke event tersebut?

Langkah 4:

Setelah mendengarkan narasi tentang braga festival, berikutnya adalah mengarahkan partisipan untuk duduk didepan komputer yang telah disediakan, kemudian partisipan, diarahkan untuk membuka dan melihat-lihat website yang digunakan sebagai media promosi oleh event organizer, kemudian partisipan, diarahkan untuk melihat liputan tayangan tentang braga festival yang berkategori tinggi. Setelah melihat liputan tayangan, partisipan dijanjikan akan memperoleh hadiah berupa kaos unik khas kota Bandung, dengan syarat mereka harus mencari informasi lebih lanjut tentang Braga Festival di bagian informasi (petugas yang ditunjuk menjadi bagian informasi yaitu seolah-olah sebagai duta pariwisata). Pada akhir kegiatan partisipan diarahkan untuk mengisi kuesioner yang telah disediakan, setelah peserta mengisi kuesioner tersebut, diberikan penjelasan kembali, bahwa kegiatan ini sifatnya hanya eksperimen, dan digunakan untuk menguji teori saja.

Langkah 5:

Pada kelompok dua, variable yang diperlakukan terdiri dari stimulus kategori kredibilitas website tinggi, citra braga festival tinggi dan motivasi mengelaborasi informasi rendah. Proses stimulus partisipan untuk kelompok dua sama halnya dengan kelompok satu, mulai dari pemberian narasi, hingga pengisian kuesioner, yang membedakan, pada kelompok ini perlakuan mengelaborasi informasi dibuat rendah, dan partisipan tidak dijanjikan memperoleh hadiah berupa kaos. Pada

akhir kegiatan juga diberikan penjelasan kembali, bahwa kegiatan tersebut merupakan kegiatan eksperimen.

Langkah 6:

Untuk kelompok tiga, perlakuan ketiga variable yaitu terdiri dari variable kategori kredibilitas website tinggi, citra braga festival rendah dan motivasi mengelaborasi informasi tinggi. Perlakuan kelompok ini pada dasarnya sama dengan kelompok satu, hanya dibedakan pada perlakuan variable citra braga festival dengan kategori rendah, yaitu dengan menayangkan cuplikan liputan tayangan braga festival dengan kategori rendah. Pada akhir kegiatan juga diberikan penjelasan kembali, bahwa kegiatan tersebut merupakan kegiatan eksperimen.

Langkah 7:

Pada kelompok empat perlakuan ketiga variable yaitu terdiri dari variable kategori kredibilitas website tinggi, citra braga festival rendah dan motivasi mengelaborasi informasi rendah. Perlakuan kelompok ini pada dasarnya sama dengan kelompok satu, hanya dibedakan pada perlakuan variable citra braga festival dengan kategori rendah, yaitu dengan menayangkan cuplikan liputan tayangan braga festival dengan kategori rendah, selain itu perlakuan mengelaborasi informasi dibuat rendah, dan partisipan tidak dijanjikan memperoleh hadiah berupa kaos. Pada akhir kegiatan juga diberikan penjelasan kembali, bahwa kegiatan tersebut merupakan kegiatan eksperimen.

Langkah 8:

Kelompok lima perlakuan ketiga variable yaitu terdiri dari variable kategori kredibilitas website rendah, citra braga festival rendah dan motivasi

mengelaborasi informasi rendah. Perlakuan kelompok ini pada dasarnya sama dengan kelompok satu, hanya dibedakan pada perlakuan ketiga variable yang dikondisikan pada kategori rendah, seperti menampilkan website yang berkategori rendah, cuplikan liputan tayangan yang rendah hingga tidak diberikan hadiah berupa kaos. Pada akhir kegiatan juga diberikan penjelasan kembali, bahwa kegiatan tersebut merupakan kegiatan eksperimen.

Langkah 9:

Pada kelompok enam perlakuan ketiga variable yaitu terdiri dari variable kategori kredibilitas website rendah, citra braga festival tinggi dan motivasi mengelaborasi informasi rendah. Perlakuan kelompok ini pada dasarnya sama dengan kelompok lima, hanya dibedakan pada perlakuan variable citra braga festival yang dikondisikan pada kategori tinggi, yaitu partisipan diarahkan untuk melihat liputan tayangan tentang braga festival yang berkategori tinggi Pada akhir kegiatan juga diberikan penjelasan kembali, bahwa kegiatan tersebut merupakan kegiatan eksperimen.

Langkah 10:

Pada kelompok tujuh perlakuan ketiga variable yaitu terdiri dari variable kategori kredibilitas website rendah, citra braga festival rendah dan motivasi mengelaborasi informasi tinggi. Perlakuan kelompok ini pada dasarnya sama dengan kelompok lima, hanya dibedakan pada perlakuan variable motivasi mengelaborasi informasi dikondisikan pada kategori tinggi, yaitu partisipan dijanjikan akan memperoleh hadiah berupa kaos unik khas kota Bandung. Pada

akhir kegiatan juga diberikan penjelasan kembali, bahwa kegiatan tersebut merupakan kegiatan eksperimen.

Langkah 11:

Pada kelompok terakhir perlakuan ketiga variable yaitu terdiri dari variable kategori kredibilitas website rendah, citra braga festival tinggi dan motivasi mengelaborasi informasi tinggi. Perlakuan kelompok ini pada dasarnya sama dengan kelompok satu, hanya dibedakan pada perlakuan variable kredibilitas website dikondisikan pada kategori rendah, yaitu menampilkan website yang berkategori rendah. Pada akhir kegiatan juga diberikan penjelasan kembali, bahwa kegiatan tersebut merupakan kegiatan eksperimen.

Setelah memperoleh data yang dihasilkan dari laboratorium eksperimen, kemudian data tersebut digunakan sebagai input data yang digunakan untuk menguji hipotesis. Pengujian hipotesis ini menggunakan metode Analisis Regresi Berjenjang (*Hierarchical Regression Analysis*).

3.4.6. Pengujian Statistik

Pada pengujian statistik ini dilakukan dua tahap, yang pertama menguji validitas dan reliabilitas dengan tujuan untuk menjamin bahwa data yang diperoleh mampu menggambarkan fenomena yang diukur, kemudian kemudian pengujian analisis berjenjang yang dilakukan untuk mengetahui hubungan kausalitas variabel amatan yang dikaji. Berikut ini *detail* setiap pengujian :

a. Uji validitas dan reliabilitas instrumen penelitian

Proses uji validitas ini dilakukan dengan menggunakan *Confirmatory Factor Analysis* (Hair *et al.*, 2010). Analisis faktor yang dilakukan dengan *commit to user*

menggunakan metode rotasi varimax, dengan batas loading yang diterima > 0,5. Pengukuran uji reliabilitas menggunakan koefisien *Cronbah's Alpha*, dengan batas kehandalan yang diperoleh > 0,7 (Malholtra, 2004). Uji reliabilitas ini dilakukan untuk mengukur kehandalan atau konsistensi internal dari instrumen penelitian.

b. Analisis regresi berjenjang (*Hierarchical Regression Analysis*)

Penelitian ini melakukan dua tahapan pengujian, tahapan pertama yaitu proses pembentukan sikap wisatawan terhadap obyek wisata, dan yang kedua proses pembentukan niat wisatawan berkunjung. Untuk menguji tahapan tersebut digunakan alat analisis regresi berjenjang (*Hierarchical Regression Analysis*) untuk menguji hipotesis (H-1 hingga H-10). Alat analisis ini diperkirakan mampu melakukan pengujian efek utama (*main effect*) yaitu hubungan antara variabel bebas dengan variabel eksogen, maupun pengujian efek interaksi (*interaction effect*) dari variabel bebas dan variabel eksogen terhadap variabel terikat (Grau *et al.*, 2001). Berikut diuraikan dua persamaan regresi setiap tahapannya :

Pengujian tahap 1 :

$$\text{Jenjang 1 : } SKP = \alpha + \beta_1KW + \beta_2CT + \beta_3MT + e \quad \dots\dots\dots (3.1)$$

$$\begin{aligned} \text{Jenjang 2 : } SKP = \alpha + \beta_1KW + \beta_2CT + \beta_3MT + \\ \beta_4KW*MT + \beta_5CT*MT + e \quad \dots\dots\dots (3.2) \end{aligned}$$

Pengujian tahap 2 :

$$\text{Jenjang 1 : } NI = \alpha + \beta_1KW + \beta_2CT + \beta_3MT + \beta_4SKP + e \quad \dots\dots\dots (3.3)$$

$$\text{Jenjang 2 : } NI = \alpha + \beta_1KW + \beta_2CT + \beta_3MT + \beta_4SKP$$

$$+\beta_4KW*MT + \beta_5CT*MT + \beta_5SKP*MT + e \quad \dots\dots\dots(3.4)$$

Keterangan :

SKP : Sikap wisatawan terhadap obyek wisata

KW : Persepsi wisatawan terhadap kredibilitas *website*

CT : Persepsi wisatawan terhadap citra obyek wisata

MT : Motivasi wisatawan untuk mengelaborasi informasi

NI : Niat wisatawan berkunjung

KW*MT : Interaksi antara Persepsi wisatawan terhadap kredibilitas *website* dengan motivasi wisatawan untuk mengelaborasi informasi

CT*MT : Interaksi antara Persepsi wisatawan terhadap citra obyek wisata dengan motivasi wisatawan untuk mengelaborasi informasi

SKP*MT : Interaksi antara Sikap wisatawan terhadap obyek wisata dengan motivasi wisatawan untuk mengelaborasi informasi

Pada tahapan penelitian ini pun dilakukan uji asumsi klasik regresi yang bertujuan untuk mendapatkan model yang BLUE (*best linier unbiased estimate*), sedangkan untuk efek moderasi dilakukan dengan melihat signifikansi nilai F berdasarkan kenaikan nilai R^2 atau melalui signifikansi koefisien interaksinya (Hartman & Moers, 2003) dengan rumus sebagai berikut :

$$F_{stat \text{ pada } \Delta \text{ adjusted } R^2} = [(R^2_{baru} - R^2_{lama})/m] / [(1 - R^2_{baru}) / (n - k)] \quad \dots\dots(3.5)$$

Keterangan :

R^2_{baru} : nilai R^2 dari persamaan regresi baru

R^2_{lama} : nilai R^2 dari persamaan regresi lama

- m : jumlah variabel yang baru masuk
- n : jumlah data
- k : jumlah parameter dari persamaan baru

