

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif. Metode kuantitatif ialah salah satu metode penelitian yang dilandasi oleh filsafat positivisme. Metode ini digunakan untuk populasi dan sampel dengan mengumpulkan data menggunakan instrument penelitian yang tingkatan pilihan respondennya disajikan dalam bentuk skala Likert. Analisis data bersifat kuantitatif atau statistik berupa tabel dan grafik dilakukan untuk membuktikan hipotesis yang sudah ditetapkan (Sugiyono, 2017). Tujuan dari digunakannya metode kuantitatif adalah untuk mempermudah peneliti dalam menganalisis data dalam bentuk tabel ataupun grafik.

Adapun metode penelitian deskriptif ditujukan untuk mengetahui nilai dari variable mandiri, dengan satu variabel atau lebih dengan tidak membandingkan atau menghubungkan variable lain (Sugiyono, 2017). Peneliti memakai metode deskriptif yang digunakan untuk memberikan gambaran atau mendeskripsikan hasil dari data yang dihimpun dari responden. Metode ini bertujuan mengetahui atribut mana yang paling berperan untuk menentukan minat berkunjung ulang wisatawan ke Kota Bandung dengan menggunakan faktor *destination attributes* dan *tourist motives*.

Metode penelitian kuantitatif deksriptif digunakan dalam penelitian dengan menggunakan pendekatan secara kuantitatif untuk menjelaskan atau

mendeskripsikan peristiwa atau kejadian tertentu dalam kurun waktu sekarang dalam bentuk angka-angka yang memiliki makna (Margareta, 2013). Oleh karena itu metode ini digunakan Peneliti untuk menjabarkan permasalahan yang hendak diteliti setelah dilakukan studi literatur untuk memperkuat hasil analisis dalam membuat akhir kesimpulan yang dipaparkan secara tertulis.

B. Objek Penelitian

Objek penelitian merupakan salah satu atribut atau nilai atau sifat dalam bentuk objek, orang, atau juga kegiatan yang memiliki variasi dimana variasi tersebut ditetapkan sendiri oleh Peneliti untuk diteliti kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2017). Objek penelitian adalah variable yang diteliti oleh peneliti dimana penelitian itu dilakukan (Supriyati, 2012).

Berdasarkan hal tersebut maka objek dari penelitian ini ialah minat berkunjung ulang atau revisit intention. Fokus dari penelitian ini adalah analisis terhadap faktor apa saja yang memengaruhi seorang wisatawan dalam melakukan kunjungan ulang ke Kota Bandung.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah subyek atau objek yang wilayahnya digeneralisasi serta memiliki karakteristik dan kualitas tertentu. Hal ini ditetapkan sendiri oleh peneliti dan kemudian diambil kesimpulannya (Indrawati, 2015). Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah wisatawan domestik yang sudah pernah mengunjungi Kota Bandung.

2. Sampel

Sampel adalah beberapa anggota yang terdapat dalam populasi terpilih untuk dilibatkan dalam penelitian dengan tujuan untuk diamati dan dimintai keterangannya sebagai sumber informasi yang dibutuhkan untuk penelitian (Indrawati, 2015). Sampel penelitian ini adalah wisatawan domestik yang sudah pernah berkunjung ke Bandung lebih dari satu kali.

Dalam penyebaran dan pengisian kuisisioner pada pengunjung, peneliti menggunakan teknik sampling *non-probability*, yakni sebuah teknik dalam mengambil sampel yang tidak memberi kesempatan atau peluang yang sama untuk terpilih menjadi sampel bagi anggota atau setiap unsur yang akan diteliti. Adapun jenis dari *non probability sampling* yang digunakan adalah *purposive sampling* dimana pengambilan data dari sumber informasi dengan beberapa pertimbangan (Sugiyono, 2017). Peneliti menggunakan teknik *non probability* sampling jenis *purposive sampling* Peneliti memiliki syarat-syarat yang telah ditetapkan sebagai responden. Beberapa kriteria yang harus dimiliki oleh sampel dalam penelitian ini yaitu kegiatan *revisit intention* yang berfokus pada wisatawan yang sudah pernah berwisata di Kota Bandung lebih dari satu kali.

Dikarenakan populasi wisatawan tidak diketahui jumlahnya, maka peneliti untuk menentukan jumlah sampel yang akan diteliti menggunakan rumus *Lemeshow* (2012) di bawah ini:

$$n = \frac{Z\alpha^2 \times P \times Q}{L^2}$$

Keterangan:

n	= jumlah sampel atau jumlah responden
$Z\alpha$	= nilai standar distribusi $\alpha = 5\% = 1.96$
p	= estimasi maksimal = 0.5
d	= <i>alpha</i> atau <i>sampling error</i> = 10% = 0,10

Setelah memasukan kedalam persamaan rumus di atas, maka diperoleh jumlah dari besaran sampel minimum sebagai berikut:

$$n = \frac{(1.96)^2 \times 0.5 \times 0.5}{(0.1)^2} = 96.04$$

Maka jumlah sampel yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah 96 yang dibulatkan menjadi 100 responden.

D. Metode Pengumpulan Data

1. Teknik Pengumpulan Data

Peneliti mengumpulkan data dengan melakukan studi lapangan dengan melakukan tinjauan secara langsung untuk mengumpulkan data-data yang dibutuhkan. Teknik pengumpulan data yang dimaksud adalah sebagai berikut:

a. Studi Kepustakaan (*Library Research*)

Studi kepustakaan adalah teknik pengumpulan data kepustakaan

yang merupakan data sekunder. Studi kepustakaan dipakai untuk mengumpulkan data atau informasi sebanyak-banyaknya melalui berbagai macam material sebagai sumber informasi seperti buku-buku, dokumen, jurnal, dan lain sebagainya. Studi literatur diperlukan untuk mengetahui sejauh mana ilmu yang diteliti berhubungan dengan yang sudah ada, sehingga kondisi yang diperlukan dapat didapatkan (Nazir, 2011).

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan literatur atau studi kepustakaan yang berkaitan dengan topik minat berkunjung ulang atau disebut juga dengan *revisit intention* yang didapatkan melalui perpustakaan ataupun sumber yang berasal dari internet.

b. Penyebaran Kuesioner (Angket)

Kuesioner sebagai teknik pengumpulan data yang dikumpulkan dengan cara yakni memberi beberapa pertanyaan atau pernyataan secara tertulis kepada responden untuk dijawab. Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang efektif jika peneliti mengetahui variabel yang diukur dan mengetahui informasi apa yang akan digali dari responden (Sugiyono, 2017).

Kuesioner yang diberikan oleh peneliti berupa kuesioner dengan pertanyaan tertutup yang dibagikan secara *online*. Kriteria responden adalah wisatawan yang sudah pernah berwisata ke Bandung lebih dari sekali. Data yang akan peneliti ambil meliputi identitas responden beserta pendapatnya mengenai faktor-faktor yang membuat responden tersebut memiliki minat untuk kembali berkunjung ke Kota Bandung.

2. Alat Pengumpulan Data

a. Kuesioner

Kuesioner adalah kumpulan dari suatu pertanyaan yang berhubungan dengan permasalahan yang diteliti dalam sebuah penelitian, dan tiap-tiap pertanyaan memiliki makna untuk menguji hipotesis (Nazir, 2011). Peneliti akan membagikan angket kepada responden yang masuk kedalam kriteria responden yang telah ditetapkan oleh peneliti.

Untuk menganalisis jawaban hasil jawaban dari responden, peneliti akan menggunakan skala *likert*. Skala ini merupakan pengukuran pendapat, sikap atau perilaku mengenai suatu kondisi berdasarkan yang responden alami. Variabel yang diukur akan dijabarkan dalam bentuk indikator variabel. Selanjutnya indikator tersebut dijadikan alat untuk menyusun instrumen pertanyaan ataupun pernyataan. Di bawah ini akan dijabarkan mengenai bentuk dari jawaban dengan skala *likert*:

TABEL 2
PENGUKURAN SKALA *LIKERT*

Skor	Penilaian
5	Sangat Setuju
4	Setuju
3	Ragu-Ragu
2	Tidak Setuju
1	Sangat Tidak Setuju

Sumber: Sugiyono, 2017

Dalam penelitian ini, peneliti sengaja untuk meniadakan kategori jawaban yang sekiranya menimbulkan keraguan dengan beberapa alasan, yakni:

- 1) Adanya jawaban tengah (ragu-ragu) dapat menimbulkan kecenderungan responden untuk menjawab jawaban tengah-tengah atau *central tendency effect* bagi responden yang ragu untuk menjawab setuju atau tidak setuju
- 2) Kategori jawaban tengah (ragu-ragu) dikhawatirkan memiliki arti ganda bagi responden. Jawaban ini dapat diartikan belum bisa memutuskan atau memberikan jawaban bisa diartikan netral bukan tidak setuju, dan bukan juga setuju. Sehingga dapat menimbulkan arti ganda.
- 3) Dengan adanya jawaban SS (sangat setuju), S (setuju), dan TS (tidak setuju), serta STS (sangat tidak setuju) peneliti dapat melihat kecenderungan responden ke arah setuju atau tidak setuju.

Berdasarkan ketiga alasan di atas, maka dari itu peneliti menghilangkan jawaban R dikarenakan peneliti menghindari jawaban yang bersifat ragu-ragu dari responden. Oleh karena itu, untuk mempermudah Peneliti dalam menghitung hasil dari jawaban responden, maka penentuan skor dapat dilihat sebagai berikut:

- 1) Sangat Setuju (SS) mendapat skor 4
- 2) Setuju (S) mendapat skor 3

- 3) Tidak Setuju (TS) mendapat Skor 2
- 4) Sangat Tidak Setuju (STS) mendapat skor 1

3. Uji Validitas dan Reliabilitas

a. Validitas

Dengan mengukur kevalidan suatu instrumen, peneliti dapat mengetahui sejauh mana suatu instrument dapat menjalankan fungsinya. Instrumen yang dikatakan valid adalah instrumen yang digunakan untuk mengukur apa yang dikehendaki untuk diukur (Sugiyono, 2017). Adapun cara untuk mengukur validitas adalah (Umar dalam Aprilianty, 2017):

1. Melakukan uji kuesioner dengan meminta 30 orang responden untuk mengisi kuesioner. Peneliti menggunakan 30 orang responden dikarenakan jumlah tersebut ada jumlah minimal agar distribusi nilai akan mendekati kurva normal.
2. Menyiapkan tabel yang berisikan tabulasi jawaban
3. Menghitung hubungan antar data di masing-masing pernyataan dengan cara memakai rumus korelasi *product moment*:

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

Keterangan:

r = Koefisien validitas item yang dicari

x = Skor yang diperoleh subjek dari seluruh item

y = Skor total yang diperoleh subjek dari seluruh item

Σx = Jumlah skor dalam distribusi x

Σy = jumlah skor dalam distribusi y

Σx^2 = jumlah kuadrat skor dalam distribusi x

Σy^2 = jumlah kuadrat skor dalam distribusi y

n = jumlah responden

Setelah Peneliti melakukan uji validitas dengan menggunakan SPSS 20 *for* Windows, diketahui bahwa pernyataan yang digunakan Peneliti dalam kuesioner dinyatakan valid. Adapun hasil dari uji validitas secara terperinci akan dijelaskan pada tabel dibawah ini:

TABEL 3
HASIL UJI VALIDITAS

Variabel	Dimensions	Dimensi Pertanyaan	R Hitung
<i>Destination Attributes</i>	<i>Destination Image</i>	1	0,581
		2	0,659
		3	0,591
	<i>Modern Environment</i>	4	0,475
		5	0,471
		6	0,670
	<i>Weather & Natural Attraction</i>	7	0,470
		8	0,472

TABEL 3
HASIL UJI VALIDITAS
(LANJUTAN)

<i>Tourist Motives</i>	<i>Relaxation & Recreation</i>	9	0,562
		10	0,678
	<i>Enhancing Relation</i>	11	0,562
		12	0,611
	<i>Enhancing Social</i>	13	0,695
		14	0,758
	<i>Fulfilling Prestige</i>	15	0,827
		16	0,644
	<i>Escaping from the Daily Routine</i>	17	0,538
		18	0,727

Sumber: Data Olahan Peneliti, 2020

Tabel tiga menunjukkan jika nilai r hitung lebih besar dari 0,468 maka dimensi tersebut dinyatakan valid. Berdasarkan perhitungan data yang dilakukan oleh peneliti, dari seluruh 18 pertanyaan, seluruhnya dinyatakan valid. Dapat dilihat pada variabel *destination attributes* pengujian validitas yang memiliki skor tertinggi ada pada pernyataan dimensi *modern environment* dengan nilai 0,670. Sementara itu skor terendah ada pada dimensi *weather & natural attraction* dengan skor 0,470. Variabel lainnya yakni *tourist motives* hasil dari uji validitas yang memiliki skor tertinggi dimiliki oleh pernyataan dari dimensi *fulfilling prestige* yang memiliki skor 0,827 dan skor terendah dimiliki oleh pernyataan dari dimensi *escaping from the daily routine* dengan skor 0,538.

b. Reliabilitas

Reliabilitas adalah sebuah alat ukur yang dapat menghasilkan skor atau nilai yang sama dan mengukur yang dilakukan oleh orang lain dengan waktu yang berbeda (Sugiyono, 2017). Begitupula dengan pendapat ahli lainnya, bahwa reliabilitas memiliki sifat dari alat ukur yang berguna yakni untuk menunjukkan seberapa besar tingkat keberhasilan sebuah pengukuran kemudian fungsi lainnya adalah sebagai indeks yang memberitahu sejauh mana sebuah alat ukur dapat dipercaya/diandalkan.

Salah satu rumus untuk mengukur keandalan tersebut adalah dengan memakai Cronbach's Alpha dengan formula sebagai berikut:

$$\alpha = \frac{k}{k - 1} \left(1 - \frac{\sum \sigma_{xi}^2}{\sigma_x^2} \right)$$

Keterangan:

r_{11} = Nilai reliabilitas

$\sum S_i$ = Jumlah varians skor tiap item

S_t = Varians total

k = Jumlah pecahan

Uji reliabilitas dalam penelitian ini menunjukkan hasil sebagai berikut:

TABEL 4
HASIL UJI RELIABILITAS

Variable	Cronbach's Alpha	Item	Status
<i>Destination Attributes</i>	0,878	6	Reliabel
<i>Tourist Motives</i>	0,868	10	Reliabel

Sumber: Data Olahan Peneliti, 2020

Berdasarkan tabel 5, dapat dilihat bahwa kedua variabel memiliki hasil > 0,8 sehingga seluruh *instrument* dalam kuesioner penelitian ini dapat dikatakan reliabel, karena hasil dari *Cronbach's Alpha* melebihi nilai *r* tabel yakni 0,8 (Wiratna, 2014).

E. Definisi Operasional Variabel

Variabel penelitian merupakan sifat atau atribut dari suatu obyek, orang, atau kegiatan yang memiliki kriteria tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk dianalisis dan ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2007). Peneliti mengumpulkan variabel dan indikator penelitian dalam suatu matriks operasional variabel. Definisi operasional variabel membantu peneliti untuk mendapatkan sebuah alat ukur yang sesuai dengan hakikat variabel yang sudah di definisikan konsepnya. Variabel dalam penelitian ini adalah minat berkunjung kembali atau *revisit intention*.

TABEL 5
DEFINISI OPERASIONAL VARIABEL

Variabel	Sub-Variable	Dimensi	Indikator	No. Item	
<p style="text-align: center;"><i>Revisit Intention</i></p> <p>adalah kemungkinan wisatawan untuk mengulangi aktifitas atau berkunjung ulang ke suatu destinasi.</p> <p>(Baker dan Crompton dalam Chung-Hslen Lin, 2012)</p>	<p style="text-align: center;"><i>Destination Attributes</i></p> <p>(Som, et al., 2012)</p>	<p style="text-align: center;"><i>Destination Image</i></p>	Kota Bandung dikenal memiliki slogan pariwisatanya yakni “ <i>Stunning Bandung</i> ”	K 8	
			Masyarakat kota Bandung ramah tamah dan sopan kepada wisatawan	K 9	
			Kuliner di Kota Bandung beragam	K 10	
		<p style="text-align: center;"><i>Modern Environment</i></p>	Kota Bandung adalah kota yang perekonomiannya berkembang	K 11	
			Kota Bandung memiliki sarana transportasi yang mendukung	K 12	
			Kota Bandung adalah kota yang modern dan maju	K 13	
		<p style="text-align: center;"><i>Weather & Natural Attraction</i></p>	Kota Bandung dikenal dengan keindahan wisata alamnya	K 14	
			Kota Bandung memiliki cuaca dan iklim yang menyenangkan dalam mendukung kegiatan berwisata	K 15	
		<p style="text-align: center;"><i>Tourist Motives</i></p> <p>(Som, et al., 2012)</p>	<p style="text-align: center;"><i>Relaxation & Recreation</i></p>	Wisatawan mengunjungi Kota Bandung untuk berekreasi	K 16
				Wisatawan mengunjungi Kota Bandung untuk relaksasi	K 17
	<p style="text-align: center;"><i>Enhancing Relation</i></p>		Wisatawan mengunjungi Kota Bandung untuk bertemu dengan keluarga atau teman	K 18	
			Wisatawan mengunjungi Kota Bandung untuk bertemu dengan orang-orang baru	K 19	

TABEL 5
DEFINISI OPERASIONAL VARIABEL
(LANJUTAN)

		<i>Enhancing Social</i>	Wisatawan mengunjungi Kota Bandung untuk membuat keluarga dan kerabat terkagum	K 20
			Wisatawan mengunjungi Kota Bandung untuk meningkatkan status sosial	K 21
		<i>Fulfilling Prestige</i>	Wisatawan mengunjungi Kota Bandung untuk menghabiskan waktu bersama teman berwisata	K 22
			Wisatawan mengunjungi Kota Bandung untuk memenuhi keinginan berlibur ke suatu tempat	K 23
		<i>Escaping from the Daily Routine</i>	Wisatawan mengunjungi Kota Bandung agar berada jauh dari rumah	K 24
			Wisatawan mengunjungi Kota Bandung untuk melepas kejenuhan dari rutinitas sehari-hari	K 25

Sumber: Data Olahan Peneliti, 2020

F. Analisis Data

Hasil dari kuesioner yang diberikan responden berupa data-data yang dikelompokkan berdasarkan variabel dan jenis responden kemudian data tersebut ditabulasi berdasarkan variabel dari seluruh responden. Setelah itu hasil dari data variabel yang diteliti dilakukan analisis untuk menjawab masalah penelitian.

a. Statistik Deskriptif

Peneliti menggunakan analisis statistik deskriptif yang ditujukan untuk mencari tahu mengenai atribut mana yang paling berperan untuk menentukan minat berkunjung ulang wisatawan ke Kota Bandung dengan menggunakan masing-masing faktor *destination attributes* dan juga *tourist motives*. Statistik deskriptif ini bertujuan untuk mendeskripsikan dan memberi gambaran hasil dari kuesioner yang telah dijawab oleh responden terhadap objek yang diteliti.

b. Analisis Faktor

Analisis faktor adalah analisis yang digunakan untuk mengidentifikasi adanya hubungan antar variabel awal yang saling independen dengan menggunakan uji korelasi menghasilkan kumpulan variabel yang lebih sedikit dari variabel awal (Widarjono, 2010). Hasil dari kuesioner yang diberikan responden berupa data-data yang dikelompokkan berdasarkan variabel kemudian ditabulasi. Langkah selanjutnya adalah melakukan analisis multivariate yaitu analisis faktor dengan metode *principle component analysis* (PCA). Metode PCA adalah metode statistika multivariat yang digunakan dalam analisis faktor. PCA digunakan dalam penelitian ini sebab data awal yang diteliti memiliki jumlah variabel awal yang besar dan saling berkorelasi. PCA merangkum dan mereduksi banyak variabel awal yang memiliki indikasi saling berkorelasi menjadi sejumlah variabel baru tanpa harus kehilangan informasi yang termuat dalam data asli atau data awal yang diteliti. (Johnson & Winchern, 2007). Variabel hasil dari reduksi disebut komponen utama atau *principal component* atau bisa juga dinamakan faktor. Adapun sifat dari

variabel baru yang terbentuk dari hasil PCA adalah selain memiliki jumlah variabel yang lebih sedikit namun juga menghilangkan korelasi antar variabel yang terbentuk (Johnson & Winchern, 2007).

Tahapan dalam melakukan analisis faktor adalah sebagai berikut (Sujarweni, 2014):

1. Uji *Kaiser-Meyer-Olkin* (KMO) dan *Bartlett*

Sebelum dilakukan analisis faktor maka variabel awal harus diperiksa apakah saling berkorelasi. Jika tidak terdapat korelasi antar variabel awal maka analisis faktor tidak dapat dilakukan. Pada tahap ini dilakukan dua uji yaitu uji Kaiser Meyer-Olkin (KMO) dan Uji Bartlett (*Bartlett's Test of Sphercity*). Kedua uji ini akan memberikan hasil apakah analisis faktor layak dilakukan.

Tujuan uji *Bartlett* adalah melihat apakah matriks korelasi bukan merupakan matriks identitas. Dengan demikian penyusutan dimensi menjadi lebih sederhana dan berguna tanpa banyak kehilangan informasi sebelumnya sehingga analisis faktor dapat dilakukan. Tahapan uji *Bartlett* yaitu:

1) Hipotesis

H0 = Matriks korelasi merupakan matriks identitas

H1 = Matriks korelasi bukan merupakan matriks identitas

Adapun rumus statistic yang digunakan dalam uji Bartlett adalah:

$$\chi_{obs}^2 = -[(N - 1) - \frac{(2p+5)}{6}] \ln|R|$$

Keterangan:

n = Jumlah observasi

p = Jumlah peubah

$|R|$ = Determinasi dari matriks korelasi

2) Pengambilan Keputusan

Keputusan tolak H_0 apabila nilai $\chi^2_{obs} > \chi^2_{\alpha, p(p-1)/2}$ artinya setelah dilakukan pengujian terhadap matriks korelasi maka data layak dilakukan analisis faktor. Kelayakan ini diuji melalui uji lanjutan yaitu uji KMO. Uji KMO digunakan untuk mengukur kecukupan *sampling* yang digunakan dalam penelitian sekaligus membandingkan besarnya koefisien korelasi terobservasi dengan koefisien korelasi parsial. Jika nilai KMO berkisar antara 0,5 – 1 artinya analisis faktor tepat dilakukan. Jika nilai KMO kurang dari 0,5 maka korelasi antar variabel awal tidak bisa diterangkan oleh variabel awal lainnya dengan demikian analisis faktor tidak tepat sehingga tidak bisa dipakai. Rentang nilai KMO adalah sebagai berikut (Sarwono, 2013):

- 1) Nilai 0 menunjukkan bahwa jumlah korelasi parsial relatif besar terhadap jumlah korelasi-korelasinya dalam beberapa variabel yang menunjukkan difusi dalam pola korelasi
- 2) Nilai mendekati 1 menunjukkan pola korelasi secara relative padat sehingga analisis faktor menjadi beda dan merupakan faktor-faktor yang dapat dipercaya

- 3) Nilai antara 0,5 – 0,7 adalah nilai medium
- 4) Nilai 0,7 dan 0,8 artinya baik
- 5) Nilai 0,8 artinya sangat baik
- 6) Nilai > 0,9 artinya sempurna.

Rumus statistik uji KMO adalah:

$$KMO = \frac{\sum_i \sum_{j \neq i} r_{ij}^2}{\sum_i \sum_{j \neq i} r_{ij}^2 + \sum_i \sum_{j \neq i} \alpha_{ij}^2}; i = 1, 2, \dots, p; j = 1, 2, \dots, p$$

Keterangan:

r_{ij} = koefisien korelasi sederhana antara peubah i dan j

α_{ij} = koefisien korelasi parsial antara peubah i dan j

Rentang nilai KMO dan kategori penilaiannya adalah sebagai berikut (Widarjono, 2010):

TABEL 6
RENTANG NILAI KMO

Rentang Nilai KMO	Kategori Penilaian
$0,9 \leq KMO \leq 1,0$	Data sangat baik (<i>marvelous</i>) untuk analisis faktor
$0,8 \leq KMO \leq 0,9$	Data cukup baik (<i>meritorious</i>) untuk analisis faktor
$0,7 \leq KMO \leq 0,8$	Data cukup (<i>middling</i>) untuk analisis faktor
$0,6 \leq KMO \leq 0,7$	Data kurang (<i>mediocre</i>) untuk analisis faktor
$0,5 \leq KMO \leq 0,6$	Data buruk (<i>miserable</i>) untuk analisis faktor
$KMO \leq 0,5$	Data tidak dapat diterima (<i>unacceptable</i>) untuk analisis faktor

Sumber: Widarjono, 2010

2. *Anti-Image Matrices*

Tahapan ini berfungsi untuk mengetahui variabel mana saja yang layak dipakai untuk analisis faktor. Tabel hasil analisis *anti-image matrices* biasanya memperlihatkan beberapa angka yang memiliki kode (a) yang berarti *Measure of Sampling Adequacy* atau MSA. MSA menunjukkan bahwa korelasi di antara masing-masing item cukup kuat untuk membuktikan bahwa matriks korelasi layak untuk dijadikan sebuah faktor (Sujarweni, 2014). Jika $MSA > 0,5$ maka analisis faktor dapat diteruskan ke tahap berikutnya.

3. *Communalities*

Communalities di bawah berfungsi untuk menunjukkan apakah nilai indikator yang diteliti mampu menjelaskan faktor atau tidak. Jika hasil *extraction* $> 0,50$ maka indikator tersebut dapat dikatakan mampu menjelaskan sebuah faktor. Semakin besar nilai *extraction*, maka semakin besar pula kontribusinya pada faktor yang terbentuk (Santoso S. , 2012).

4. *Total Variance Explained*

Analisis ini berguna untuk mengetahui seberapa banyak faktor yang terbentuk dengan cara melihat nilai *eigenvalue* yang harus lebih dari satu. Jika nilai yang didapatkan dibawah satu maka faktor tidak dapat terbentuk (Santoso S. , 2012).

5. *Component Matrix*

Component matrix berfungsi untuk melihat seberapa besar korelasi

antara indikator dengan faktor baru yang terbentuk. Pada bagian ini dicari salah satu variabel yang paling dapat mewakili setiap faktor. Pemilihan ini berdasarkan pada nilai *factor loading* tertinggi (Supranto, 2004).

Misalnya faktor kesatu terdiri dari variabel X1, X2, X3, X4, dan X5. Maka dipilih *factor loading* yang terbesar dari antara variabel tersebut sebagai wakil dari faktor kesatu.

6. *Rotated Component Matrix*

Tahap ini dilakukan apabila terdapat nilai *factor loading* tertinggi dalam satu faktor yang nilainya hampir sama. Misalnya $X1 = 0,908$ dan $X2 = 0,907$ maka pemilihan *surrogate variable* ditentukan berdasarkan variabel mana yang secara teori paling mewakili faktor tersebut. Cara lain adalah dengan menggunakan *summated scale* yang mana adalah gabungan dari beberapa variabel dalam satu faktor yaitu berupa nilai rata-rata dari semua faktor tersebut atau nilai penjumlahan dari semua variabel dalam satu faktor (Supranto, 2004).

7. *Component Score Coefficient Matrix*

Analisis akhir ini diperlukan untuk melihat apakah faktor baru yang terbentuk layak untuk mewakili seluruh indikator atau variabel manifest yang diteliti.

G. Jadwal Penelitian

Berikut adalah tabel jadwal penelitian yang dilakukan oleh peneliti:

TABEL 7
JADWAL PENELITIAN

No.	Kegiatan	Waktu Penelitian							
		Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun	Jul	Agt
1	Pengajuan Surat Lokus								
2	Persetujuan Lokus								
3	Pengumpulan TOR								
4	Pengajuan Dosen Pembimbing								
5	Penyusunan Bab I - III								
6	Pengajuan Proposal Penelitian								
7	Seminar Usulan Penelitian								
8	Pengumpulan Data								
9	Penyusunan Laporan Akhir								
10	Sidang Akhir								