

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode deskriptif. Jenis penelitian mengharuskan informasi diklasifikasikan dalam bentuk angka-angka. Maka dari itu, analisis data dilakukan melalui angka-angka yang kemudian diinterpretasikan menjadi sebuah temuan penelitian yang mudah dipahami orang lain (Bandur & Prabowo, 2021). Dari berbagai situasi, keadaan dan konteks yang muncul di masyarakat sebagai objek penelitian dijelaskan dan diringkas melalui metode deskriptif dalam penelitian kuantitatif berdasarkan pada apa yang terjadi di lapangan (Bungin, 2019).

B. Obyek Penelitian

Obyek penelitian mencakup pengalaman wisatawan dalam menggunakan layanan Bus Wisata Ayo Jalan-Jalan ka Kota Sukabumi (Ajak Kami). Bus Wisata ini merupakan salah satu bentuk inovasi transportasi wisata yang diluncurkan oleh Pemerintah Kota Sukabumi sebagai upaya meningkatkan daya tarik wisata perkotaan. Melalui Bus Wisata ini, wisatawan difasilitasi untuk menjelajahi berbagai tempat menarik di Kota Sukabumi, seperti kawasan *heritage*, kuliner dan sebagainya. Penelitian ini difokuskan pada pengalaman wisatawan yang dianalisis melalui berbagai aspek penting yang membentuk penilaian wisatawan terhadap layanan tersebut. Pengalaman yang dimaksud mencakup dimensi *comfort*, *educational*, *hedonic*, *novelty*, *recognition*, *safety*, *beauty* dan *relational*.

C. Populasi dan Sampling

1. Populasi

Menurut Bungin (2019) istilah populasi merujuk pada kelompok objek yang menjadi sasaran penelitian. Populasi dapat mencakup manusia, hewan, tumbuhan, gejala, peristiwa, nilai, hingga sikap hidup, yang mana semuanya berpotensi menjadi sumber data penelitian. Populasi dapat dibedakan sebagai berikut:

- a. Populasi terbatas, yaitu populasi yang memiliki sumber data yang jelas batas-batasnya secara kuantitatif.
- b. Populasi tak terhingga, yaitu populasi yang memiliki sumber data yang tidak dapat ditentukan batas-batasnya secara kuantitatif.

Populasi penelitian ini termasuk ke dalam kategori populasi tak terhingga, yaitu jumlahnya tidak dapat diukur, karena jumlah wisatawan pengguna Bus Ajak Kami yang berubah-ubah dan tidak tercatat secara keseluruhan dari masa lalu atau masa mendatang, maka tidak dapat diketahui siapa saja dalam populasi. Hal ini didukung literatur menurut Amin et al. (2023) yang menjelaskan bahwa populasi tak terhingga memiliki batas-batas yang tidak dapat ditentukan secara jelas, sehingga tidak bisa dinyatakan secara kuantitatif. Karena cakupannya tidak terbatas oleh waktu, maka populasinya tidak dapat dihitung secara pasti, dan hanya dapat digambarkan secara kualitatif berdasarkan karakteristik umumnya seperti mereka yang pernah, sedang dan akan menggunakan Bus Wisata Ajak Kami.

2. Sampel

Menurut Notoatmojo (2003) dalam Nurdin & Hartati (2019) bahwa sampel adalah sebagian objek yang mampu mewakili populasi dengan baik. Penarikan sampel dilakukan dengan teknik *non-probability sampling*. Teknik ini merupakan metode pemilihan dimana tidak setiap unsur atau anggota populasi memiliki kesempatan yang sama untuk terpilih sebagai sampel (Zulfikar et al., 2024). Teknik *non-probability sampling* yang digunakan adalah *purposive sampling* sebagai teknik penentu sampelnya. teknik ini menentukan sampel berdasarkan kriteria dan pertimbangan tertentu. Adapun kriteria dalam penelitian ini adalah wisatawan yang sedang dan telah memanfaatkan layanan Bus Wisata Ajak Kami.

Dalam penelitian ini, karena populasi termasuk dalam kategori tak terhingga atau tidak diketahui secara pasti jumlahnya, maka penggunaan rumus Cochran sangat tepat. Cochran (1977) mengembangkan rumus ini untuk digunakan saat populasi tidak diketahui jumlah pastinya atau dianggap sangat besar (*infinite population*), agar estimasi proporsi menjadi representatif dengan kesalahan sampling yang dapat dikendalikan (Ionas, 2019). Hal ini sejalan dengan yang dikemukakan Mohanasundaram & Harsha (2024) bahwa rumus Cochran adalah metode yang banyak digunakan untuk menentukan ukuran sampel yang tepat dalam penelitian terutama survei guna memastikan hasilnya andal secara statistik dan representatif terhadap populasi yang diteliti. Adapun rumus Cochran sebagai berikut:

$$n = \frac{Z^2 pq}{e^2}$$

$$n = \frac{1,96^2 \times (0,5)(0,5)}{0,1^2} = 96,04 = 100$$

Keterangan:

n= Jumlah sampel yang diperlukan

Z= *Confidence level* dengan simpangan 5% = 1,96

p= Peluang benar 50% = 0,5

q = Peluang salah 50% = 0,5

e= *Sampling error* 10% = 0,1

Rumus ini sesuai untuk memperkirakan proporsi populasi dengan mempertimbangkan tingkat kepercayaan 95% yang mana tingkat ini berarti 95 dari 100 sampel akan berada dalam rentang nilai sebenarnya, dengan risiko kesalahan hanya 5% (Israel, 1992). Penggunaan Nilai p = 0,5 digunakan untuk mencerminkan variabilitas maksimum sebagaimana disarankan Israel (1992), guna menghasilkan ukuran sampel yang cukup konservatif. Berdasarkan rumus tersebut, jumlah sampel yang diperoleh adalah 96,04. Menurut Sugiyono (2019) hasil perhitungan pecahan atau terdapat koma harus dibulatkan ke atas, sehingga jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 responden. Menurut Sekaran & Bougie (2016), penggunaan sampel yang lebih besar dapat meningkatkan presisi estimasi dan mengurangi *sampling error*. Oleh karena itu, jika jumlah responden yang berhasil dijangkau melebihi jumlah minimum, hal tersebut tetap diperbolehkan.

D. Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode pengumpulan data sebagai berikut:

1. Angket atau Kuesioner

Dalam penelitian ini, data dikumpulkan melalui angket atau kuesioner sebagai metode pengumpulan data primer. Metode angket merupakan teknik pencarian data berupa sekumpulan pertanyaan tertulis yang disebarkan melalui perantara atau dapat pula diisi secara langsung di bawah pengawasan peneliti (Nurdin & Hartati, 2019). Penyebaran angket akan disebarkan kepada wisatawan yang sedang atau pernah menggunakan Bus Wisata Ajak Kami secara *online* dan juga *offline* melalui aplikasi *google form*. Adapun angket atau kuesioner dapat dibedakan menjadi beberapa bentuk, seperti:

- a. Angket terbuka, yaitu angket yang tidak membatasi jawaban responden.
- b. Angket tertutup, memuat pilihan jawaban yang harus dijawab responden.
- c. Kombinasi Angket Terbuka dan Angket Tertutup, artinya terdapat pertanyaan dan kolom pendapat agar responden menuliskan pemikiran secara leluasa diluar pilihan jawaban sebelumnya.

Dari beberapa bentuk tersebut, penulis menggunakan angket tertutup sebagai alat utama, yang disusun dalam bentuk butir-butir pernyataan dengan menggunakan skala *likert* 1-5. Setiap butir pernyataan pada angket diberikan lima pilihan jawaban yang menunjukkan penilaian responden terhadap kualitas atau pengalaman yang dirasakan, dengan rentang skor 1

(sangat tidak baik) hingga skor 5 (sangat baik). Didasarkan pada pengalaman responden, skala ini bertujuan untuk mengukur seberapa baik atau tidaknya layanan Bus Wisata Ajak Kami. Adapun rincian kategori dalam skala *Likert* yang digunakan dalam angket dapat dilihat pada tabel berikut ini.

TABEL 3
SKALA *LIKERT*

No	Skor	Keterangan
1.	5	Sangat Baik (SB)
2.	4	Baik (B)
3.	3	Cukup Baik (CB)
4.	2	Tidak Baik (TB)
5.	1	Sangat Tidak Baik (STB)

2. Observasi

Metode pengamatan dilakukan dengan memantau secara langsung objek penelitian guna melihat secara dekat aktivitas yang berlangsung (Nurdin & Hartati, 2019). Observasi termasuk aktivitas yang biasa dilakukan manusia sehari-hari melalui panca indera, terutama mata, serta didukung oleh indera lainnya seperti mulut, telinga, kulit, dan hidung. Maknanya, observasi adalah kemampuan individu dalam mengamati sesuatu dengan indera mata yang dibantu oleh fungsi panca indera lainnya (Bungin, 2019). Penelitian ini menggunakan observasi langsung, dimana penulis secara langsung melihat atau mengamati lokasi dilakukannya penelitian.

E. Definisi Operasional Variabel

Menurut Nurdin & Hartati (2019) variabel dalam definisi operasional digambarkan secara rasional dan berdasarkan pada karakteristik yang dapat diamati, sehingga memungkinkan dilakukannya pengamatan dan pengukuran yang akurat terhadap suatu objek atau fenomena oleh peneliti. Hal ini agar proses pengumpulan data menjadi lebih mudah, meminimalkan kemungkinan terjadinya perbedaan makna, serta memperjelas batasan dan ruang lingkup variabel yang diteliti. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengalaman wisatawan. Pengalaman wisatawan (*tourist experience*) merupakan serangkaian pertemuan yang dialami individu selama perjalanan baik secara langsung maupun tidak langsung, melalui keterlibatan dengan layanan, fasilitas, lokasi dan wisatawan lainnya yang berfokus untuk mengetahui pandangan wisatawan terhadap berbagai aspek yang dirasakan selama perjalanan menggunakan Bus Wisata Ajak Kami. Untuk mengukur pengalaman tersebut, dapat digunakan melalui delapan dimensi dari pengalaman wisatawan menurut Rageh et al. (2013) yaitu:

a. *Comfort* (kenyamanan)

Dimensi ini mengindikasikan bahwa tujuan liburan yang dipilih pengunjung sangat erat kaitannya dengan kemauan untuk bersantai. Fasilitas dasar yang membagikan rasa kenyamanan dan relaksasi, mencakup penginapan dan lingkungannya

b. *Educational* (edukasi)

Dimensi ini menyebutkan bahwa pengalaman edukasi atau "Belajar untuk bersenang-senang" mencakup berbagai hal seperti penemuan,

pengenalan lebih dalam, stimulasi mental, dan kegembiraan. Ciri utamanya adalah pelajar secara sukarela memilih apa yang mereka pelajari, bagaimana, kapan, dimana, dan dengan siapa proses belajar berlangsung sesuai kebutuhan dan karakteristik diri.

c. *Hedonic* (hedonis)

Dimensi ini terkait dengan layanan *intangible* dalam konteks hotel seperti, makanan yang berkesan, petualangan liburan atau menciptakan suasana hati yang baik. Terdapat dua cara dalam memperoleh hiburan, yaitu hiburan pasif dan aktif. Hiburan pasif memerlukan pelanggan untuk mengatur penyampaian hiburan, sementara hiburan aktif melibatkan pelanggan dalam aktivitas untuk mendapatkan hiburan. Pengalaman hedonis mencakup kegembiraan (*excitement*), kesenangan (*enjoyment*), dan kenangan (*memorability*).

d. *Novelty* (kebaruan)

Dimensi ini secara konseptual merujuk pada kebaruan (*newness*) atau keunikan (*uniqueness*). Kebutuhan ini muncul dari dorongan untuk pergi dari tempat yang sudah lazim menuju lokasi yang belum mereka kunjungi sebelumnya untuk mencari pengalaman, sensasi dan penjelajahan baru.

e. *Recognition* (pengakuan)

Dimensi ini berkaitan dengan perasaan pengunjung. Staf menunjukkan perilaku yang dirancang untuk menimbulkan rasa bahwa pengunjung dianggap penting. Pengakuan diidentifikasi sebagai faktor penting dari pengalaman layanan, pengunjung merasa nyaman dengan staf karena staf

selalu senang melihat mereka, selalu tersenyum, menyapa ramah, dan memanggil nama dengan sopan.

f. *Safety* (keamanan)

Sejumlah penelitian menyebutkan bahwa kawasan wisata cenderung memiliki tingkat kejahatan yang lebih tinggi. Oleh karena itu, aspek keamanan dan keselamatan menjadi perhatian penting dalam pengambilan keputusan liburan wisatawan. Ketika wisatawan merasa tidak aman atau terancam, hal tersebut dapat berdampak pada penurunan kualitas pengalaman dan partisipasi mereka dalam aktivitas wisata.

g. *Beauty* (keindahan)

Pengalaman yang menimbulkan rasa kagum, keindahan, dan penghargaan sangat dihargai. Keindahan adalah “suatu aspek dari pengalaman idealisasi di mana suatu objek, suara, atau konsep diyakini memiliki kualitas kesempurnaan formal”. Menurut Hagman (2002) dalam Rageh et al. (2013), pengalaman keindahan yang bersifat subjektif ini dapat memunculkan perasaan utuh, senang, kagum, puas, dan mengurangi kecemasan. Selain itu, keindahan juga dapat berasal dari hasil ciptaan manusia seperti seni, desain, arsitektur, dan pemandangan (Stebbins, 1997 dalam Rageh et al. 2013).

h. *Relational* (relasional)

Dimensi ini melibatkan orang lain selama pemakaian produk berlangsung. Wisatawan menemukan orang-orang menarik yang dapat diajak untuk membangun relasional yang lebih dekat. Pengalaman relasional merupakan faktor penting dalam ulasan pengunjung. Hasilnya

cenderung menegaskan bahwa interaksi sosial merupakan bagian penting dari pengalaman mereka.

Adapun untuk menjelaskan dimensi, indikator dan bentuk pengukuran dalam penelitian ini, disajikan dalam bentuk Matrix Operasional Variabel sebagai berikut:

TABEL 4
MATRIKS OPERASIONAL VARIABEL

Variabel	Dimensi	Indikator	Pernyataan	No Item
<i>Tourist Experience</i> (Rageh et al. 2013)	<i>Comfort</i>	Fasilitas yang mendukung kenyamanan	Kebersihan interior dan eksterior Bus Wisata Ajak Kami	1
			Kenyamanan fasilitas tempat duduk yang tersedia di dalam Bus Wisata Ajak Kami	2
			Ketersediaan ruang untuk mobilitas (pergerakan) selama berada di dalam Bus Wisata Ajak Kami	3
		Perjalanan yang membuat rileks	Suasana rileks yang tercipta selama perjalanan dengan Bus Wisata Ajak Kami	4

TABEL 4
MATRIKS OPERASIONAL VARIABEL
(LANJUTAN)

Variabel	Dimensi	Indikator	Pernyataan	No Item
	<i>Educational</i>	Belajar untuk bersenang-senang	Pengetahuan baru yang diperoleh selama perjalanan dengan Bus Wisata Ajak Kami	5
			Pengenalan tentang tempat-tempat di sepanjang rute yang dilalui oleh Bus Wisata Ajak Kami	6
			Dorongan yang diperoleh untuk belajar lebih banyak selama perjalanan dengan Bus Wisata Ajak Kami	7
	<i>Hedonic</i>	Kegembiraan (<i>excitement</i>)	Tingkat kegembiraan yang dirasakan selama perjalanan dengan Bus Wisata Ajak Kami	8
		Kesenangan (<i>Enjoyment</i>)	Tingkat kesenangan yang dirasakan selama perjalanan dengan Bus Wisata Ajak Kami	9
	<i>Novelty</i>	Kenangan (<i>Memorability</i>)	Kenangan yang diperoleh selama perjalanan dengan Bus Wisata Ajak Kami	10

TABEL 4
MATRIKS OPERASIONAL VARIABEL
(LANJUTAN)

Variabel	Dimensi	Indikator	Pernyataan	No Item
	<i>Novelty</i>	Kebaruan (<i>newness</i>)	Kebaruan pengalaman wisata yang diperoleh selama perjalanan dengan Bus Wisata Ajak Kami	11
		Keunikan (<i>uniqueness</i>)	Keunikan pengalaman wisata yang ditawarkan oleh Bus Ajak Kami	12
	<i>Recognition</i>	Perasaan dianggap penting oleh petugas	Perhatian yang diberikan oleh petugas reservasi Bus Wisata Ajak Kami pada saat membeli tiket	13
			Perhatian yang diberikan oleh pengemudi Bus Wisata Ajak Kami selama perjalanan	14
	<i>Safety</i>	Keamanan selama perjalanan	Keamanan selama perjalanan dengan menggunakan Bus Wisata Ajak Kami	15
		Ketersediaan fasilitas keselamatan	Ketersediaan fasilitas keselamatan di dalam Bus Wisata Ajak Kami	16

TABEL 4
MATRIKS OPERASIONAL VARIABEL
(LANJUTAN)

Variabel	Dimensi	Indikator	Pernyataan	No Item
	<i>Beauty</i>	Keindahan desain	Keindahan desain interior dan eksterior Bus Wisata Ajak Kami	17
		Keindahan pemandangan	Keindahan pemandangan di sepanjang rute yang dilalui oleh Bus Wisata Ajak Kami	18
	<i>Relational</i>	Interaksi dengan wisatawan lain	Interaksi yang terjadi dengan wisatawan lain selama perjalanan dengan Bus Wisata Ajak Kami	19
		Membangun relasional	Pengalaman yang terbangun dalam menjalin hubungan/relasi dengan wisatawan lain	20

F. Analisis Data

1. Analisis Data Statistik

Menurut Nurdin & Hartati (2019) analisis data adalah data yang dianalisis untuk diolah menjadi informasi baru agar karakteristiknya lebih mudah dipahami dan dapat dimanfaatkan sebagai solusi atas permasalahan yang dikaji dalam penelitian. penulis mengadopsi teknik analisis statistik deskriptif dalam menganalisis, mengukur, dan mengetahui bagaimana pengalaman wisatawan dalam menggunakan Bus Wisata Ayo Jalan-Jalan ka

Kota Sukabumi (Ajak Kami). Analisis statistik deskriptif merupakan metode menganalisis data untuk disajikan sesuai dengan data yang dikumpulkannya, tanpa melakukan generalisasi atau penarikan kesimpulan terhadap populasi yang lebih luas. Analisis ini hanya digunakan untuk mengumpulkan data dasar dalam bentuk deskriptif, tanpa bertujuan menjalin hubungan, menjelaskan,, menguji hipotesis, membuat prediksi, atau menarik kesimpulan tertentu (Zulfikar et al., 2024).

2. Uji Validitas

Menurut KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia) validitas ialah bentuk keabsahan disertai bukti yang sah, kuat, valid sesuai dengan realita, pemikiran, dan logika. Tes dianggap valid apabila mampu secara tepat mengukur konstruk atau aspek yang memang menjadi tujuan pengukuran (Nurdin & Hartati, 2019).

Menurut Sudaryana & Agusiady (2022) penentuan uji validitas dapat dilakukan dengan teknik korelasi *product moment* dengan rumus berikut:

$$r_{xy} = \frac{n \sum XY - (\sum X) (\sum Y)}{\sqrt{\{n \sum X^2 - (\sum X)^2\} \{n \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

r_{xy} = Koefisien korelasi

n = Jumlah responden

$\sum x$ = Jumlah skor item

$\sum y$ = Jumlah skor total

$\sum xy$ = Jumlah perkalian antara skor item dengan skor total

$\sum x^2$ = Jumlah kuadrat skor item

$\sum y^2$ = Jumlah kuadrat skor total

Adapun dalam pengujian uji validitas, Apabila nilai r hitung melebihi r tabel, maka instrumen penelitian dinyatakan valid. Sebaliknya, jika nilai r hitung lebih kecil dari r tabel, maka instrumen tersebut dinyatakan tidak valid.

Pada penelitian ini, uji validitas telah dilakukan terhadap 40 responden. Uji validitas instrument telah dilakukan pada 40 responden, dengan nilai r tabel 0,312 pada Tingkat signifikansi 0,05 (5%). Hasil uji validitas pada penelitian ini disajikan dalam tabel berikut:

TABEL 5
HASIL UJI VALIDITAS

Variabel Pengalaman Wisatawan				
No Item	Pernyataan	r Hitung	r Tabel	Kesimpulan
1	Kebersihan interior dan eksterior Bus Wisata Ajak Kami	0,736	0,312	VALID
2	Kenyamanan fasilitas tempat duduk yang tersedia di dalam Bus Wisata Ajak Kami	0,567	0,312	VALID
3	Ketersediaan ruang untuk mobilitas (pergerakan) selama berada di dalam Bus Wisata Ajak Kami	0,575	0,312	VALID
4	Suasana rileks yang tercipta selama perjalanan dengan Bus Wisata Ajak Kami	0,691	0,312	VALID
5	Pengetahuan baru yang diperoleh selama perjalanan dengan Bus Wisata Ajak Kami	0,472	0,312	VALID
6	Pengenalan tentang tempat-tempat di sepanjang rute yang dilalui oleh Bus Wisata Ajak Kami	0,619	0,312	VALID

TABEL 5
HASIL UJI VALIDITAS
(LANJUTAN)

Variabel Pengalaman Wisatawan				
No Item	Pernyataan	r Hitung	r Tabel	Kesimpulan
7	Dorongan yang diperoleh untuk belajar lebih banyak selama perjalanan dengan Bus Wisata Ajak Kami	0,603	0,312	VALID
8	Tingkat kegembiraan yang dirasakan selama perjalanan dengan Bus Wisata Ajak Kami	0,595	0,312	VALID
9	Tingkat kesenangan yang dirasakan selama perjalanan dengan Bus Wisata Ajak Kami	0,754	0,312	VALID
10	Kenangan yang diperoleh selama perjalanan dengan Bus Wisata Ajak Kami	0,557	0,312	VALID
11	Kebaruan pengalaman wisata yang diperoleh selama perjalanan dengan Bus Wisata Ajak Kami	0,681	0,312	VALID
12	Keunikan pengalaman wisata yang ditawarkan oleh Bus Ajak Kami	0,489	0,312	VALID
13	Perhatian yang diberikan oleh petugas reservasi Bus Wisata Ajak Kami pada saat membeli tiket	0,548	0,312	VALID
14	Perhatian yang diberikan oleh pengemudi Bus Wisata Ajak Kami selama perjalanan	0,531	0,312	VALID
15	Keamanan selama perjalanan dengan menggunakan Bus Wisata Ajak Kami	0,745	0,312	VALID
16	Ketersediaan fasilitas keselamatan di dalam Bus Wisata Ajak Kami	0,653	0,312	VALID
17	Keindahan desain interior dan eksterior Bus Wisata Ajak Kami	0,727	0,312	VALID
18	Keindahan pemandangan di sepanjang rute yang dilalui oleh Bus Wisata Ajak Kami	0,655	0,312	VALID
19	Interaksi yang terjadi dengan wisatawan lain selama perjalanan dengan Bus Wisata Ajak Kami	0,637	0,312	VALID
20	Pengalaman yang terbangun dalam menjalin hubungan/relasi dengan wisatawan lain	0,594	0,312	VALID

Sumber : Hasil Olahan Penulis (2025)

3. Uji Reliabilitas

Menurut istilah reliabilitas berasal dari kata *reliability* atau *reliable*, yang berarti dapat dipercaya atau konsisten. Reliabilitas merujuk pada konsistensi atau kestabilan suatu tes, yang terlihat dari ketetapan hasil saat dilakukan berulang kali (Nurdin & Hartati, 2019).

Menurut Saptutyningsih & Setyaningrum (2019) dalam penentuan uji reliabilitas dapat dilakukan dengan rumus berikut:

$$\alpha = \left(\frac{K}{K-1} \right) \left(\frac{S_r^2 - \sum S_i^2}{S_x^2} \right)$$

α = Koefisien reliabilitas Alpha Cronbach

K = Jumlah item pertanyaan yang diuji

$\sum S_i^2$ = Jumlah varian skor item

SX^2 = Varian skor-skor tes (seluruh item K)

Dalam pengujian reliabilitas, jika nilai alpha > 0,7 maka dapat dikatakan bahwa instrument memiliki tingkat reliabilitas yang memadai (*sufficient reliability*). Sementara itu, jika nilai alpha > 0,8 maka seluruh item dinyatakan reliabel dan pengujian menunjukkan stabilitas internal yang tinggi dengan reliabilitas kuat. Adapun kriteria dalam uji reliabilitas adalah sebagai berikut:

- a. Apabila alpha > 0,90 maka reliabilitas sempurna
- b. Apabila alpha > 0,70 - 0,90 maka reliabilitas tinggi
- c. Apabila alpha > 0,50 - 0,70 maka reliabilitas moderat
- d. Apabila alpha < 0,50 maka reliabilitas rendah

TABEL 6
HASIL UJI RELIABILITAS

Variabel	Pengalaman Wisatawan
Reliabilitas	0,903

Sumber : Hasil Olahan Penulis (2025)

Berdasarkan hasil uji reliabilitas yang dilakukan dengan menggunakan SPSS 22, diperoleh Alpha Cronbach 0,903 untuk variabel pengalaman wisatawan. Nilai tersebut menunjukkan bahwa tingkat konsistensi pernyataan dalam instrumen penelitian berada dalam kategori sangat tinggi, sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh item yang digunakan untuk mengukur variabel tersebut adalah reliabel. Dengan kata lain, instrumen yang digunakan dalam penelitian ini memenuhi kriteria yang layak untuk digunakan selama proses pengumpulan data karena mampu menghasilkan hasil pengukuran yang konsisten dan stabil dalam mengukur pengalaman wisatawan.

G. Jadwal Penelitian

Jadwal penelitian menunjukkan langkah-langkah apa yang harus dilakukan selama penelitian untuk memastikan bahwa seluruh proses berjalan secara terstruktur dan terarah. Dalam hal ini, waktu untuk pelaksanaan penelitian mencakup serangkaian kegiatan berikut,

TABEL 7
JADWAL PENELITIAN

Jadwal Pelaksanaan							
No	Kegiatan Penelitian	Bulan					
		Feb	Mar	Apr	Mei	Jun	Jul
1	Pengumpulan TOR						
2	Penyusunan Proposal Usulan Penelitian						
3	Penyerahan Proposal Usulan Penelitian						
4	Seminar Usulan Penelitian						
5	Penyusunan Proyek Akhir						
6	Penyerahan Proyek Akhir						
7	Sidang Proyek Akhir						