

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Desain Penelitian

Metode penelitian berasal dari kata “metode” yang berarti cara yang benar untuk melakukan sesuatu dan “logos” adalah melakukan sesuatu dengan hati-hati guna mencapai suatu tujuan (Priyono, 2008). Metode penelitian adalah metode ilmiah untuk memperoleh data yang memiliki tujuan dan kegunaan tertentu (Sugiyono, 2017). Dalam penelitian mengenai pengaruh *smart tourism city* terhadap *tourist experience* ini menggunakan desain korelasi dengan pendekatan kuantitatif, metode ini digunakan untuk mendapatkan hasil dari pemecahan masalah yang diteliti.

Desain penelitian korelasi adalah penelitian yang melibatkan kegiatan pengumpulan data untuk mengetahui ada tidaknya hubungan dan tingkat hubungan antara dua variabel atau lebih. Penelitian korelasi ini dilakukan untuk mengetahui tentang ada atau tidaknya dan juga kuat atau lemahnya suatu hubungan variabel terkait dalam suatu objek atau subjek yang diteliti (Widiasworo, 2019). Dalam desain ini peneliti tidak mencoba untuk mengontrol atau memanipulasi variabel seperti pada percobaan. Sebaliknya, mereka berhubungan, menggunakan statistik korelasi untuk mengaitkan dua atau lebih skor untuk setiap orang (Creswell dalam Silalahi, 2015).

Metode kuantitatif merupakan pendekatan ilmiah dalam pengambilan keputusan. Metode ini berangkat dari data, yang kemudian diolah menjadi informasi yang berharga bagi pengambilan keputusan. Pengolahan data mentah

menjadi informasi yang berguna ini adalah inti dari analisis kuantitatif, dan komputer adalah alat bantu dalam penggunaan analisis ini (Kuncoro, 2007).

Penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang tidak menekankan pada kedalaman data, penelitian kuantitatif tidak terlalu menitikberatkan pada kedalaman data, yang penting dapat merekam data sebanyak-banyaknya dari populasi yang luas (Lexy dalam Mahsyuri & Zainuddin, 2011).

Berdasarkan teori di atas dapat diartikan bahwa penelitian kuantitatif merupakan metode penelitian yang berasal dari data dan diolah menjadi informasi untuk dilakukan analisis kuantitatif yang tidak mementingkan pada ketajaman data, tetapi fokus terhadap perolehan data yang sebanyak-banyaknya.

B. Objek Penelitian

Objek penelitian adalah suatu sasaran ilmiah yang bertujuan untuk memperoleh data dengan maksud dan tujuan tertentu, mengenai suatu hal yang obyektif, valid, dan reliabel dengan variabel tertentu (Sugiyono, 2017). Objek penelitian ini adalah wisatawan yang pernah dan sedang berkunjung ke Kota Bandung.

Objek penelitian ini di Kota Bandung yang merupakan ibu kota Provinsi Jawa Barat yang menjadi kiblat bagi beberapa daerah lain dalam pengembangan aplikasi *smart city*. Pemerintahan Kota Bandung dengan “Bandung *Smart City*” membagi *smart city* menjadi enam kategori yang terdiri dari *smart governance*, *smart branding*, *smart economy*, *smart living*, *smart society*, dan *smart environment* yang bertujuan untuk membuat masyarakat dan

wisatawan lebih praktis dan lebih mudah dalam mengakses informasi terkini mengenai Kota Bandung, serta untuk publik dan pemerintah pun lebih mudah melihat target dan regulasi melalui sub kategori yang dituju.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah sumber data dalam penelitian tertentu yang memiliki jumlah banyak dan luas (Darmawan, 2013). Populasi menurut Sugiyono (2012) adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Di dalam penelitian ini, populasinya yaitu wisatawan yang pernah mengunjungi Kota Bandung.

2. Sampel

Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2017). Sampel adalah bagian dari populasi yang ditentukan oleh peneliti berdasarkan pertimbangan masalah, tujuan, hipotesis, metode dan instrumen penelitian, di samping pertimbangan waktu, tenaga, dan dana (Darmawan, 2013). Ada beberapa teknik sampel untuk mendapatkan responden atau sumber data yang representatif dalam suatu penelitian, antara lain yaitu, *probability sampling* dan *non-probability sampling*.

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan teknik *non-probability sampling* yaitu teknik sampel yang tidak memberi peluang yang sama bagi populasi atau anggota elemen untuk dipilih menjadi sampel. Teknik sampel

ini meliputi sampling sistematis, kuota, aksidental, *purposive*, jenuh dan *snowball* (Sugiyono, 2016).

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sampling aksidental atau *accidental sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel berdasarkan kebetulan, siapa saja yang secara kebetulan/insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data (Sugiyono, 2017).

Untuk menentukan sampel dari populasi yang tidak diketahui, digunakan perhitungan maupun acuan yang dikembangkan para ahli. Peneliti menggunakan rumus Lemeshow untuk mengetahui jumlah sampel (Riduwan & Akdon, 2010), yaitu:

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

Keterangan:

n = Jumlah sampel minimal yang diperlukan

$Z\alpha$ = Nilai standar dari distribusi sesuai nilai $\alpha = 5\% = 1,96$

P = Prevalensi *outcome*, karena data belum didapat, maka dipakai 50%

$Q = 1 - P$

L = Tingkat ketelitian 10%

Berdasarkan rumus, maka:

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

$$n = \frac{3,84 \times 0,25}{0,01}$$

$$n = \frac{0,9604}{0,01} = 96,04$$

Maka, berdasarkan perhitungan di atas, jumlah minimal sampel yang dibutuhkan adalah 96 sampel, dan peneliti membulatkan menjadi 100 sampel.

Kriteria utama orang yang dipilih sebagai anggota atau bagian dari sampel adalah siapa saja mereka yang kebetulan ditemukan atau mereka yang mudah ditemui atau dijangkau tanpa ada pertimbangan apapun (Silalahi, 2015). Kriteria sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah wisatawan yang telah atau sedang datang ke Kota Bandung.

D. Metode Pengumpulan Data

1. Teknik Pengumpulan Data

Terdapat berbagai teknik untuk pengumpulan data (Sugiyono, 2010). Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan beberapa teknik pengumpulan data. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Penyebaran Kuesioner

Penyebaran kuesioner (angket) merupakan teknik pengumpulan data yang memperoleh pandangan atau pendapat dan fakta responden dengan membagikan angket yang berisi sejumlah pertanyaan tertulis (Riyadi, 2015). Dalam penelitian ini, kuesioner akan berperan sebagai pengumpul data utama. Kuesioner akan diberikan kepada wisatawan yang sudah pernah berkunjung ke Kota Bandung dan diberikan melalui media digital yaitu *google form*.

Penyebaran kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dijawab oleh responden dengan memberikan rangkaian pertanyaan atau pernyataan tertulis (Sugiyono, 2017). Kuesioner cocok digunakan bila jumlah responden cukup besar dan tersebar di wilayah yang luas, kuesioner dapat berupa pernyataan atau pertanyaan tertutup dan terbuka, dan dapat diberikan langsung atau dikirim melalui pos, ataupun internet. Dalam penelitian ini, peneliti menyebarkan kuesioner melalui link *google form* yang disebarakan melalui media sosial seperti *whatsapp*, *line*, *Instagram*, *twitter*, dan lain-lain.

Dalam menganalisis data yang didapat dari hasil kuesioner, peneliti menggunakan skala likert untuk mengukur sikap dan pendapat para responden. Skala likert adalah skala psikometrik, yaitu metode skala bipolar untuk mengukur respon atau persetujuan individu/responden mulai dari sangat negatif sampai dengan sangat positif dan diberi skor. Misalnya: sangat tidak setuju diberi skor 1, tidak setuju diberi skor 2, netral diberi skor 3, setuju diberi skor 4 dan sangat tidak setuju diberi skor 5. Skala ini biasanya digunakan dalam kuesioner dan merupakan skala yang paling banyak digunakan dalam riset berupa survey (Marsano, 2019). Dalam penelitian ini, skala liker yang digunakan terdiri atas empat poin kriteria, yaitu:

4 = Sangat Setuju (SS)

3 = Setuju (S)

2 = Tidak Setuju (TS)

1 = Sangat Tidak Setuju (STS)

Peneliti menghilangkan jawaban 3 = Netral (N) karena dikhawatirkan jawaban dari responden akan menimbulkan kecenderungan jawaban tengah yaitu antara jawaban setuju dan jawaban tidak setuju berdasarkan alasan sebagai berikut (Azwar, 2003):

1. Kategori *undecided* mempunyai arti ganda yang diartikan belum dapat memutuskan atau memberi jawaban (menurut konsep aslinya biasanya diartikan setuju, tidak setuju, atau ragu-ragu).
2. Tersedianya jawaban netral (ragu-ragu) menimbulkan kecenderungan jawaban responden menjadi *central tendency effect* terutama bagi mereka yang ragu dengan jawaban kearah setuju atau tidak setuju.

b. Observasi

Observasi adalah metode memahami fakta berdasarkan data (Nasution dalam Sugiyono, 2014).

Dibandingkan dengan teknik lain seperti wawancara dan kuesioner, observasi memiliki karakteristik yang spesifik. Wawancara dan kuesioner selalu berkomunikasi dengan individu/responden, maka observasi tidak terbatas pada individu, tetapi juga objek alam yang lain (Sugiyono, 2017).

2. Alat Pengumpulan Data

Alat pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner. Kuesioner adalah instrumen survei untuk memperoleh data. Kuesioner biasanya berisi dengan banyak item yang digunakan sebagai pertanyaan kuesioner (Hartono, 2018). Pada penelitian ini, peneliti

menggunakan kuesioner untuk mengetahui pengaruh *smart tourism city* terhadap *tourist experience* di Kota Bandung dengan memberikan beberapa pertanyaan.

3. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

a. Uji Validitas

Uji validitas adalah derajat ketepatan antara data yang sebenarnya terjadi pada obyek penelitian dengan data yang dapat dilaporkan oleh peneliti. Oleh karena itu, data yang valid adalah data yang tidak memiliki perbedaan antara data yang dilaporkan oleh peneliti dengan data yang sebenarnya terjadi pada obyek penelitian (Sugiyono, 2017).

Uji validitas menunjukkan bahwa suatu pengujian benar-benar dapat mengukur apa yang seharusnya diukur. Uji validitas instrumen ini dilaksanakan kepada 30 orang yang sudah berkunjung ke Kota Bandung. Uji validitas dilakukan dengan menggunakan teknik korelasi item-total *Product Moment* (Pearson), dengan menggunakan bantuan perangkat lunak SPSS. Jika r hitung $>$ r tabel, maka item tersebut valid. Hasil pengujian validitas kedua variabel ditunjukkan pada tabel di bawah ini:

TABEL 1
HASIL UJI VALIDITAS
VARIABEL SMART TOURISM CITY

NO. ITEM	PERNYATAAN	R HITUNG	R TABEL	KESIMPULAN
6	Metode pembayaran cashless pada layanan umum pintu masuk Kota Bandung (Bandara, Stasiun, Terminal, Gerbang Tol) mempermudah dalam berwisata di Kota Bandung	.342	0.306	<i>VALID</i>

Sumber: Olahan Peneliti, 2021

TABEL 2
HASIL UJI VALIDITAS
(lanjutan)

VARIABEL SMART TOURISM CITY				
NO. ITEM	PERNYATAAN	R HITUNG	R TABEL	KESIMPULAN
7	Pelayanan transportasi masal mempermudah dalam berwisata di Kota Bandung	.428*	0.306	<i>VALID</i>
8	Tersebarnya Stasiun Pengisian Bahan Bakar Umum di Kota Bandung mempermudah dalam berwisata di Kota Bandung	.186	0.306	<i>TIDAK VALID</i>
9	Akses transportasi masal di Kota Bandung saling terintegrasi, sehingga mempermudah dalam berwisata di Kota Bandung	.731**	0.306	<i>VALID</i>
10	Kota Bandung memiliki kualitas jalan yang baik yang dapat mempermudah dalam berwisata di Kota Bandung	.372*	0.306	<i>VALID</i>
11	Kota Bandung memiliki sistem transportasi cerdas yang memadai guna memantau aktivitas lalu lintas yang dilalui wisatawan (Contoh: Sistem kendali lalu lintas kendaraan atau <i>Area Traffic Control System (ATCS)</i>)	.594**	0.306	<i>VALID</i>
12	Ulasan pada aplikasi/ <i>website</i> membantu wisatawan saat akan memilih wisata gastronomi di Kota Bandung	.204	0.306	<i>TIDAK VALID</i>
13	Reservasi tempat wisata gastronomi melalui aplikasi / <i>website</i> membantu wisatawan saat akan berwisata di Kota Bandung	.334	0.306	<i>VALID</i>
14	Wisata gastronomi di Kota Bandung menerapkan konsep hygiene dan sanitasi yang baik	.736**	0.306	<i>VALID</i>
15	Kota Bandung sudah menerapkan konsep ramah lingkungan (<i>eco green</i>) pada setiap tempat wisata gastronomi	.824**	0.306	<i>VALID</i>
16	Wisata gastronomi di Kota Bandung memiliki tingkat aksesibilitas yang tinggi untuk setiap kalangan	.599**	0.306	<i>VALID</i>

Sumber: Olahan Peneliti, 2021

TABEL 2
HASIL UJI VALIDITAS
(lanjutan)

VARIABEL SMART TOURISM CITY				
NO. ITEM	PERNYATAAN	R HITUNG	R TABEL	KESIMPULAN
17	Wisata gastronomi di Kota Bandung memiliki sarana dan prasarana yang baik dan memadai	.599**	0.306	<i>VALID</i>
18	Ulasan pada aplikasi/ <i>website</i> membantu wisatawan saat akan memilih tempat akomodasi di Kota Bandung	.454*	0.306	<i>VALID</i>
19	Reservasi penginapan melalui aplikasi/ <i>website</i> membantu wisatawan saat akan berwisata di Kota Bandung	.314	0.306	<i>VALID</i>
20	Akomodasi di Kota Bandung menerapkan konsep hygiene dan sanitasi yang baik	.748**	0.306	<i>VALID</i>
21	Kota Bandung sudah menerapkan konsep ramah lingkungan (<i>eco green</i>) pada setiap akomodasi	.577**	0.306	<i>VALID</i>
22	Akomodasi di Kota Bandung memiliki sarana dan prasarana yang moderen	.721**	0.306	<i>VALID</i>
23	Kota Bandung memiliki jenis akomodasi yang beragam (hotel berbintang, hotel melati, vila, homestay)	.137	0.306	<i>TIDAK VALID</i>
24	Lokasi dan fungsi <i>Tourist Information Centre</i> (TIC) Kota Bandung sudah tersosialisasi dengan baik	.499**	0.306	<i>VALID</i>
25	Fasilitas pembayaran menggunakan QR code payment mempermudah dalam berwisata di Kota Bandung	.508**	0.306	<i>VALID</i>
26	Kota Bandung memiliki ruang terbuka hijau yang dapat memberikan kenyamanan kepada wisatawan yang berkunjung	.460*	0.306	<i>VALID</i>
27	Charging station di Kota Bandung dapat ditemukan dengan mudah oleh wisatawan karena penyebarannya yang merata	.684**	0.306	<i>VALID</i>

Sumber: Olahan Peneliti, 2021

TABEL 2
HASIL UJI VALIDITAS
(lanjutan)

VARIABEL SMART TOURISM CITY				
NO. ITEM	PERNYATAAN	R HITUNG	R TABEL	KESIMPULAN
28	Jembatan Penyebrangan Orang di Kota Bandung mempermudah dalam berwisata di Kota Bandung	.310	0.306	<i>TIDAK VALID</i>
29	Fasilitas Wi-fi umum di Kota Bandung dapat diakses dengan mudah oleh wisatawan	.738**	0.306	<i>VALID</i>
30	Metode pembayaran cashless pada atraksi wisata di Kota Bandung mempermudah dalam berwisata di Kota Bandung	.641**	0.306	<i>VALID</i>
31	Reservasi tiket atraksi melalui aplikasi/ <i>website</i> mempermudah dalam berwisata ke Kota Bandung	.535**	0.306	<i>VALID</i>
32	Atraksi wisata di Kota Bandung menerapkan konsep hygiene dan sanitasi yang baik	.745**	0.306	<i>VALID</i>
33	Kota Bandung sudah menerapkan konsep ramah lingkungan (eco green) pada setiap atraksi wisata di Kota Bandung	.684**	0.306	<i>VALID</i>
34	Atraksi wisata di Kota Bandung memiliki tingkat aksesibilitas yang tinggi untuk setiap kalangan	.732**	0.306	<i>VALID</i>
35	Panduan wisata berbasis media yang dilengkapi TIK pada atraksi di Kota Bandung bisa diakses secara mudah (Contoh: Bisa discan QR codes)	.561**	0.306	<i>VALID</i>
VARIABEL TOURIST EXPERIENCE				
36	Saya suka membaca ulasan orang lain melalui media teknologi informasi dan komunikasi (TIK) tentang aktivitas wisata di Kota Bandung sebelum berwisata di Kota Bandung	.559**	0.306	<i>VALID</i>
37	Saya suka menonton video melalui media TIK tentang aktivitas wisata di Kota Bandung sebelum berwisata di Kota Bandung	.525**	0.306	<i>VALID</i>

Sumber: Olahan Peneliti, 2021

TABEL 2
HASIL UJI VALIDITAS
(lanjutan)

VARIABEL TOURIST EXPERIENCE				
NO. ITEM	PERNYATAAN	R HITUNG	R TABEL	KESIMPULAN
38	Saya tidak merasa bingung ketika melakukan beragam aktivitas wisata di Kota Bandung karena sudah membaca ulasan dan menonton video orang lain terlebih dahulu	.609**	0.306	<i>VALID</i>
39	Saya tidak merasa khawatir saat melakukan kegiatan wisata di Kota Bandung karena sudah membaca ulasan dan menonton video orang lain terlebih dahulu	.616**	0.306	<i>VALID</i>
40	Saya merasa puas setelah berwisata di Kota Bandung karena sesuai dengan ulasan dan video orang lain yang sudah saya lihat	.483**	0.306	<i>VALID</i>
41	Saya merasa bangga setelah berwisata di Kota Bandung karena saya bisa membagikan ulasan saya melalui media TIK	.688**	0.306	<i>VALID</i>
42	Saya mencari informasi budaya, sejarah, dan pengetahuan umum berkaitan dengan Kota Bandung pada media TIK sebelum berwisata ke Kota Bandung	.759**	0.306	<i>VALID</i>
43	Saya mencari informasi wisata Kota Bandung melalui media TIK sebelum berwisata di Kota Bandung	.843**	0.306	<i>VALID</i>
44	Saya melakukan kegiatan wisata sesuai dengan informasi yang disediakan media TIK saat berwisata di Kota Bandung	.816**	0.306	<i>VALID</i>
45	Saya beranggapan informasi yang ada di media TIK sesuai dengan kenyataan di Kota Bandung	.425*	0.306	<i>VALID</i>
46	Saya menjadi lebih tahu tentang budaya, sejarah, dan pengetahuan umum berkaitan dengan Kota Bandung setelah berwisata di Kota Bandung	.576**	0.306	<i>VALID</i>

Sumber: Olahan Peneliti, 2021

TABEL 2
HASIL UJI VALIDITAS
(lanjutan)

VARIABEL <i>TOURIST EXPERIENCE</i>				
NO. ITEM	PERNYATAAN	R HITUNG	R TABEL	KESIMPULAN
47	Saya akan membagikan pengalaman wisata dan pengetahuan baru saya tentang pariwisata di Kota Bandung kepada orang lain melalui media TIK	.569**	0.306	<i>VALID</i>
48	Saya menyusun rencana perjalanan saya sendiri sebelum berwisata di Kota Bandung dengan melihat rekomendasi pada media TIK	.345	0.306	<i>VALID</i>
49	Saya bertanya kepada pengelola/orang lain melalui media TIK mengenai pariwisata Kota Bandung sebelum berwisata di Kota Bandung	.733**	0.306	<i>VALID</i>
50	Saya senang dapat berinteraksi dengan warga lokal saat berwisata di Kota Bandung	.653**	0.306	<i>VALID</i>
51	Saya beranggapan bahwa warga lokal sudah memiliki kualitas hidup yang baik	.560**	0.306	<i>VALID</i>
52	Saya akan merekomendasikan wisata di Kota Bandung kepada orang lain melalui media TIK	.680**	0.306	<i>VALID</i>
53	Saya ingin berwisata ulang dan lebih menjelajahi Kota Bandung setelah berwisata di Kota Bandung	.434**	0.306	<i>VALID</i>

Sumber: Olahan Peneliti, 2021

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa pernyataan pada variabel *smart tourism city* (X) no item 8, 12, 23, dan 28 dinyatakan tidak valid karena $r \text{ hitung} < r \text{ tabel}$, sehingga peneliti menghapus pertanyaan pada no item tersebut. Selain dari no item tersebut dinyatakan valid. Maka total pertanyaan yang digunakan pada penelitian ini adalah 49 pertanyaan. *Output* hasil pengujian validitas kedua variabel tersebut dapat dilihat pada lampiran 1.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas berkaitan dengan derajat konsistensi dan stabilitas data atau temuan. Dalam perspektif kuantitatif, jika dua atau lebih peneliti pada subjek yang sama menghasilkan data yang sama, atau peneliti yang sama pada waktu yang berbeda, atau sekumpulan data yang dipecah menjadi dua menunjukkan data yang sama, maka data tersebut dinyatakan reliabel (Sugiyono, 2017).

Pengujian reliabilitas penelitian bertujuan untuk memeriksa konsistensi internal instrumen yang digunakan. Pengujian reliabilitas menggunakan teknik *Alpha Cronbach* dengan bantuan perangkat lunak SPSS. Instrumen dikatakan handal atau reliabel jika memiliki koefisien reliabilitas atau alpha sebesar 0.6 atau lebih. Hasil pengujian reliabilitas dari kedua variabel ditunjukkan pada tabel sebagai berikut:

TABEL 2
HASIL UJI RELIABILITAS

VARIABEL	RELIABILITAS
<i>Smart Tourism City (X)</i>	.919
<i>Tourist Experience (Y)</i>	.895

Sumber: Olahan Peneliti, 2021

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa kedua instrumen, yaitu instrumen yang mengungkap *smart tourism city (X)* dan *tourist experience (Y)* dapat dikatakan termasuk handal, karena memiliki koefisien reliabilitas lebih besar dari 0.6. *Ouput* hasil pengujian reliabilitas dapat dilihat pada lampiran 2. Berdasarkan hasil uji validitas dan reliabilitas yang telah dilakukan, maka instrumen penelitian siap digunakan untuk pengumpulan data tentang “Pengaruh

Smart Tourism City terhadap *Tourist Experience* di Kota Bandung”.

Instumen penelitian dapat dilihat pada lampiran 3.

E. Matriks dan Definisi Operasional Variabel

Berikut adalah Matriks Operasional Variabel (MOV) penelitian ini:

TABEL 3
MATRIKS OPERASIONAL VARIABEL

VARIABEL	DIMENSI	INDIKATOR	CODING
<i>Smart Tourism City</i>	<i>Transportation</i>	<i>Service</i>	Q6, Q7
		<i>Land</i>	Q8, Q9
		<i>Infrastructure</i>	Q10, Q11
	<i>Gastronomy</i>	<i>Service</i>	Q12, Q13
		<i>Land</i>	Q14, Q15
		<i>Infrastructure</i>	Q16, Q17
	<i>Accommodation</i>	<i>Service</i>	Q18, Q19
		<i>Land</i>	Q20, Q21
		<i>Infrastructure</i>	Q22, Q23
	<i>Ancillary Services</i>	<i>Service</i>	Q24, Q25
		<i>Land</i>	Q26, Q27
		<i>Infrastructure</i>	Q28, Q29
<i>Attractions</i>	<i>Service</i>	Q30, Q31	
	<i>Land</i>	Q32, Q33	
	<i>Infrastructure</i>	Q34, Q35	
<i>Tourist Experience</i>	<i>Physical, Sensory Experience</i>	praperjalanan	Q36, Q37
		Saat kunjungan	Q38, Q39
		pascaperjalanan	Q40, Q41
	<i>Education/Cognitive and Perceptual Experience</i>	praperjalanan	Q42, Q43
		Saat kunjungan	Q44, Q45
		pascaperjalanan	Q46, Q47
	<i>Co-Creation and Engaged Experience</i>	praperjalanan	Q48, Q49
		Saat kunjungan	Q50, Q51
		pascaperjalanan	Q52, Q53

Sumber: Olahan Peneliti, 2021

Matriks operasional adalah interpretasi dari struktur atau sifat yang akan diteliti sehingga menjadi variabel yang dapat diukur (Sugiyono, 2012). Dengan matriks operasional dapat mempermudah pembaca dalam menjelaskan makna penelitian. Selain itu, matriks operasional memberikan gambaran/deskripsi

tentang variabel penelitian yang akan memberikan informasi ilmiah bagi peneliti lain yang ingin melakukan penelitian yang sama.

Matriks operasional dalam penelitian ini bisa dilihat pada tabel di atas, terdapat dua variabel, yaitu variabel *smart tourism city* atau variabel x yang terdiri dari dua sub-variabel. Sub-variabel pertama yaitu *smart tourism* yang terdiri dari lima dimensi yaitu *transportation, gastronomy, accommodation, ancillary service, dan attraction*, lalu untuk sub-variabel kedua yaitu *smart city* yang terdiri dari tiga dimensi, yaitu *service, land, dan infrastructure*. Selanjutnya yaitu variabel *tourist experience* atau variabel y, yang terdiri dari tiga dimensi yaitu *physical, sensory experience, education/cognitive and perceptual experience, dan co-creation and engaged experience*.

F. Analisis Data

Dalam penelitian ini, teknik analisis yang digunakan adalah kuantitatif analisis regresi berganda. Regresi atau peramalan, adalah teknik statistik (alat analisis) yang digunakan untuk memprediksi atau memperkirakan nilai variabel relatif terhadap variabel lain melalui persamaan garis regresi. Regresi dapat berbentuk regresi linier dan regresi nonlinier. Regresi linier adalah regresi yang mempresentasikan data yang ada dapat dinyatakan berada pada satu garis lurus (linier), sedangkan regresi nonlinier adalah regresi yang mempresentasikan data yang tidak dinyatakan pada suatu garis lurus (nonlinier). Regresi linier dapat berbentuk regresi linier sederhana, yang hanya melibatkan dua variabel yaitu variabel bebas X dan variabel terikat Y, serta regresi linier berganda yang melibatkan lebih dari dua variabel, yaitu variabel

terikat (Y) dan dua atau lebih variabel bebas ($X_1, X_2, X_3, \dots, X_n$) (Misbahuddin & Hasan, 2014).

Analisis regresi biasanya digunakan jika tujuan analisisnya adalah memprediksi hubungan sebab dan akibat antara variabel independen dan dependen. Dalam analisis regresi, selain mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih, juga untuk menunjukkan arah hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen (Kuncoro, 2007).

Analisis regresi linier berganda dipakai jika peneliti memiliki satu variabel dependen yang dianggap sebagai fungsi dari dua atau lebih variabel independen. Tujuan dari analisis ini adalah untuk membuat prediksi mengenai variabel dependen berdasarkan kovariannya dengan semua variabel independen yang terkait (Kothari dalam Silalahi, 2015).

Analisis regresi linier berganda merupakan jenis analisis asosiasi yang dapat menggunakan dua metrik pada saat yang sama untuk menguji pengaruh dua atau lebih variabel independen terhadap variabel dependen (Sarwono, 2013). Regresi linier berganda adalah regresi linier yang variabel terikatnya/dependen (variabel Y) dihubungkan dengan dua atau lebih variabel bebas/independen (variabel X) (Misbahuddin & Hasan, 2014).

Tujuan analisis regresi linier berganda adalah untuk menggunakan beberapa variabel independen yang nilainya diketahui untuk dapat memprediksi nilai variabel dependen tunggal yang dipilih oleh peneliti. Prediksi penelitian biasanya menghasilkan suatu persamaan prediksi dan untuk itu digunakan persamaan regresi berganda (Silalahi, 2015). Kekuatan prediksi ganda dapat diketahui melalui persamaan:

$$Y' = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \dots + \beta_n X_n$$

Keterangan:

Y' = Variabel dependen yang diprediksi

α = Konstan

β = Koefisien regresi distandarisasi

X = Nilai dari variabel prediktor

Regresi linear berganda menunjukkan seberapa besar hubungan yang terjadi antara dua variabel yaitu *smart tourism city* sebagai variabel bebas (independen) dan *tourist experience* sebagai variabel terikat (dependen) yang diprediksi.

Didalam analisis regresi berganda terdapat uji F yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel dependen.

Kriteria pengujian nilai F-hitung terhadap F-tabel adalah :

- Jika nilai F-hitung < F-tabel maka H_0 diterima dan H_a ditolak
- Jika nilai F-hitung > F-tabel maka H_0 ditolak dan H_a diterima

Nilai f-tabel tersebut dapat diperoleh dengan rumus (Raharjo, 2018):

$$F\text{-tabel} = (k; n - k)$$

Keterangan :

k = jumlah variabel X

n = jumlah observasi/sampel pembentuk regresi

Maka nilai f-tabel dalam penelitian ini adalah 2.250.

Selanjutnya terdapat pengujian variabel independen secara parsial atau secara individual (uji t) dilakukan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen.

Kriteria diterimanya hipotesis :

- Jika $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima
- Jika $t\text{-hitung} < t\text{-tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak

Nilai t-tabel tersebut dapat diperoleh dengan rumus (Raharjo, 2018):

$$t\text{-tabel} = (t_{\alpha/2; n - k - 1})$$

Keterangan :

Sig. alpha α = rentangnya 5% atau 0.05

k = jumlah variabel X

n = jumlah observasi/sampel pembentuk regresi

Maka nilai t-tabel dalam penelitian ini adalah 1.969.

Regresi linear berganda menunjukkan seberapa besar hubungan yang terjadi antara dua variabel yaitu destination branding sebagai variabel bebas (independen) dan persepsi wisatawan sebagai variabel terikat (dependen) yang diprediksi.

Analisis regresi linear berganda terdapat uji asumsi klasik yang merupakan persyaratan statistik yang harus dipenuhi. Uji asumsi klasik digunakan untuk menguji, apakah model regresi yang digunakan dalam penelitian ini layak diuji atau tidak. Model regresi yang diperoleh berdistribusi normal dan terbebas dari multikolinieritas, dan heteroskedastisitas.

Terdapat uji normalitas yang digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel dependen dan variabel independen memiliki distribusi

normal atau tidak. Selanjutnya yaitu uji Multikolinieritas yang berguna untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Cara mengetahui ada tidaknya penyimpangan uji multikolinieritas adalah dengan melihat nilai Tolerance dan VIF masing-masing variabel independen, jika nilai Tolerance > 0.10 dan nilai VIF < 10 , maka data bebas dari gejala multikolinieritas.

Lalu yang terakhir adalah uji heteroskedastisitas yang bertujuan untuk menguji dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Cara untuk mengetahui terjadi heteroskedastisitas atau tidak yaitu dengan melihat Grafik Plot antara nilai prediksi variabel dependen yaitu ZPRED dengan residualnya SRESID. Tidak terjadi heteroskedastisitas yaitu apabila tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y.

Selanjutnya koefisien determinasi (*Adjusted R²*) digunakan untuk mengetahui besarnya variasi dari variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variasi variabel independen sisanya yang tidak dapat dijelaskan merupakan bagian variasi dari variabel lain yang tidak termasuk di dalam model. Hasil uji koefisien determinasi ditentukan oleh nilai *Adjusted R²*. Nilai *Adjusted R²* adalah 0 sampai 1.

G. Jadwal Penelitian

**TABEL 4
JADWAL PENELITIAN**

No.	Kegiatan	2020				2021						
		Sep	Okt	Nov	Des	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun	Jul
1	Pembuatan TOR & Turnitin											
2	Pengajuan TOR											
3	Pembuatan Proposal Penelitian											
4	Seminar Usulan Penelitian											
5	Revisi Proposal											
6	Pengumpulan Data											
7	Penyusunan Skripsi											
8	Pengumpulan Skripsi											
9	Sidang Skripsi											