BAB III

METODE PENELITIAN

5.1 Jenis Penelitian

Menurut (Sugiyono, 2021), penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandasan pada filsafat *positivisme*, digunakan untuk meneliti populasi atau sempel tertentu dengan tujuan menguji hipotesis yang telah ditetapkan, serta menggunakan intrumen penelitian dan analisis data bersifat statistik. Pendekatan ini dipilih karena penelitian bertujuan mengukur secara objektif pengaruh *E-Service* dan *Increased Tourism* terhadap *Customer Satisfaction* serta dampaknya pada *Visitor Loyalty Dairyland On The Valley* Bawen.

Penelitian ini termasuk penelitian eksplanatori atau penelitian tentang sebab-akibat, yaitu penelitian yang bertujuan untuk menjelaskan hubungan antara variabel (Sugiyono, 2019). Desain sebab-akibat ini sesuai dengan tujuan penelitian untuk menguji pengaruh langsung serta tidak langsung, termasuk melihat peran mediasi *Customer Satisfaction*. Dengan desain ini, peneliti bisa menganalisis bagaimana kualitas layanan elektronik dan peningkatan daya tarik wisata dapat mempengaruhi kepuasan dan *visitor loyalty* dengan cara yang terukur.

Penelitian ini juga bersifat deskriptif kuantitatif, karena memberikan gambaran mengenai kondisi variabel penelitian berdasarkan distribusi data yang diperoleh dari responden. Penelitian deskriptif digunakan untuk menggambarkan karakteristik responden, kecenderungan jawaban, serta tingkat

variabel penelitian melalui statistik deskriptif seperti mean, frekuensi, dan standar deviasi (Sugiyono, 2021).

Dengan demikian, metode kuantitatif dengan desain deskriptif dan eksplanatori ini merupakan pendekatan yang tepat untuk menjawab rumusan masalah penelitian, menguji hipotesis yang telah dirumuskan, serta memberikan pemahaman empiris mengenai faktor-faktor yang memengaruhi loyalitas pengunjung di *Dairyland On The Valley* Bawen.

5.2 Lokasi dan Waktu

5.2.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di *Dairyland On The Valley*, yang terletak di Jl. Soekarno Hatta No.KM. 30, Begojuh, Jatijajar, Kec. Bergas, Kabupaten Semarang, Jawa Tengah. Lokasi ini dipilih dengan sengaja karena dianggap sebagai salah satu tempat wisata yang mengedukasi dan menyenangkan, jumlah pengunjungnya terus meningkat setiap tahun. Selain itu, tempat ini sudah menggunakan layanan digital (*e-service*) seperti pemesanan tiket *online*, informasi wisata lewat media sosial, layanan pelanggan, dan juga mengembangkan wahana wisata yang dapat menarik lebih banyak pengunjung (*increased tourism*).

5.2.2 Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan selama periode September 2025 hingga bulan Januari 2026 dan mencakup berbagai tahap, mulai dari persiapan, penyusunan instrumen, pengumpulan data, hingga analisis data. Menurut (Sugiyono, 2019), penentuan waktu penelitian yang jelas diperlukan agar pelaksanaan penelitian berjalan terarah dan memungkinkan peneliti melakukan pengukuran variabel pada kondisi yang konsisten.

5.3 Populasi dan Sempel

5.3.1 Populasi Penelitian

Menurut (Sugiyono, 2021), populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengunjung *Dairyland On The Valley Bawen* yang melakukan kunjungan selama satu bulan terakhir, yaitu bulan Desember 2025.

Berdasarkan data dari manajemen *Dairyland On The Valley*, jumlah rata-rata pengunjung dalam satu bulan dapat mencapai 30.000 pengunjung, sehingga populasi penelitian ini tergolong populasi besar (*infinite population*). Kondisi ini sesuai dengan karakteristik penelitian kuantitatif yang umumnya menggunakan populasi luas untuk

memungkinkan generalisasi hasil penelitian secara lebih akurat (Sugiyono, 2019)

5.3.2 Sampel Penelitian

Sampel adalah bagian dari populasi yang dipilih dan digunakan sebagai wakil untuk menggambarkan karakteristik keseluruhan populasi dalam suatu penelitian. Sampel digunakan ketika peneliti tidak memungkinkan untuk meneliti seluruh populasi, baik karena keterbatasan waktu, biaya, maupun tenaga. Menurut (Sugiyono, 2018), sampel merupakan sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi, yang diambil dengan teknik tertentu agar hasil penelitian dapat digeneralisasikan secara ilmiah. Jumlah sampel ditentukan menggunakan rumus Slovin, yang banyak digunakan dalam penelitian kuantitatif ketika jumlah populasi besar dan hanya diperlukan estimasi ukuran sampel minimum.

Rumus Slovin menurut (Sugiyono, 2019) adalah:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel

N = Banyaknya populasi

e = tingkat kesalahan sesebesar 10% (0,1)

$$n = \frac{30.000}{1 + 30.000(0,1)^2}$$

$$n = \frac{30.000}{1 + 300}$$

$$n = \frac{30.000}{301} \approx 99,6$$

Berdasarkan hasil perhitungan menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan (*error tolerance*) sebesar 10%, diperoleh jumlah sampel sebesar 99,6 yang kemudian dibulatkan menjadi 100 responden.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non-probability sampling* dengan metode *purposive sampling*. *Purposive sampling* merupakan teknik pengambilan sampel yang didasarkan pada pertimbangan atau kriteria tertentu yang sesuai dengan tujuan penelitian. Menurut (Sugiyono, 2019), *purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu sehingga sampel yang dipilih benar-benar relevan dan mampu memberikan informasi yang dibutuhkan oleh peneliti.

Penggunaan *purposive sampling* dalam penelitian ini didasarkan pada pertimbangan bahwa tidak semua pengunjung *Dairyland On The Valley* memiliki pengalaman yang cukup untuk menilai kualitas *e-service*, persepsi increased tourism, tingkat kepuasan, serta loyalitas berkunjung. Oleh karena itu, kriteria tertentu

ditetapkan agar responden yang terpilih mampu memberikan jawaban yang valid dan objektif.

5.3.3 Kriteria Sampel

Untuk menjamin bahwa responden sesuai konteks penelitian, kriteria sampel ditetapkan sebagai berikut:

1. Responden merupakan pengunjung yang pernah berkunjung ke *Dairyland On The Valley* minimal satu kali.
2. Responden pernah menggunakan atau merasakan layanan yang disediakan, termasuk layanan berbasis digital (*e-service*).
3. Responden bersedia mengisi kuesioner secara lengkap dan sadar sesuai dengan kondisi yang dirasakan selama berkunjung..

Penetapan kriteria ini memastikan bahwa sampel benar-benar memiliki pengalaman langsung terhadap variabel penelitian, sehingga data yang diperoleh lebih valid dan relevan.

5.4 Jenis dan Sumber Data

5.4.1 Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif, yaitu data yang dinyatakan dalam bentuk angka dan dapat dianalisis secara statistik. Data kuantitatif dipilih karena penelitian ini bertujuan untuk mengukur dan menganalisis hubungan serta pengaruh antar variabel, yaitu implementasi *e-service*, *increased tourism,*

customer satisfaction dan *visitor loyalty* pada objek wisata *Dairyland On The Valley*. Menurut (Sugiyono, 2019), data kuantitatif merupakan data yang diperoleh dari hasil pengukuran variabel penelitian menggunakan instrumen terstruktur sehingga memungkinkan dilakukan analisis statistik secara objektif dan sistematis.

5.4.2 Sumber Data

Menurut (Sugiyono, 2019), sumber data adalah subjek dari mana data dapat diperoleh, baik secara langsung maupun tidak langsung. Dalam penelitian ini, data yang digunakan berasal dari dua jenis sumber utama yaitu :

a. Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dari sumber utama penelitian. Dalam penelitian ini, data primer dikumpulkan dari pengunjung *Dairylanad On The Valley* sebagai responden melalui penyebaran kuesioner berupa *google form* yang disusun berdasarkan indikator-indikator dari masing-masing variabel penelitian. Menurut (Sugiyono, 2019), data primer memiliki tingkat akurasi yang tinggi karena diperoleh langsung dari responden yang mengalami fenomena yang diteliti.

b. Data Sekunder

Menurut (Sugiyono, 2022), data sekunder adalah data yang diperoleh melalui pihak lain yang sudah diolah atau dipublikasikan sebelumnya, sehingga dapat memberikan konteks teoritis maupun

empiris untuk memperkuat analisis dalam penelitian. Data sekunder mengacu pada informasi yang diperoleh dari buku, artikel, jurnal, dan sejenisnya.

5.5 Teknik Pengumpulan Data

Menutut (Sugiyono, 2019) pengumpulan data adalah prosedur yang sistematis untuk memperoleh data yang diperlukan dalam penelitian, dan dalam penelitian kuantitatif proses tersebut harus dilakukan secara terstruktur serta menggunakan instrumen yang telah diuji validitas dan reabilitasnya. Beberapa data yang digunakan dalam penelitian ini antara lain :

1. Observasi

   Observasi merupakan teknik pengumpulan data dengan cara melakukan pengamatan secara langsung terhadap objek penelitian guna memperoleh gambaran faktual mengenai kondisi dan fenomena yang terjadi di lapangan. Menurut (Sugiyono, 2019), observasi digunakan apabila penelitian berkenaan dengan perilaku manusia, proses kerja, dan fenomena sosial yang dapat diamati secara langsung. Dalam penelitian ini, observasi dilakukan dengan mengamati penggunaan *e-service* oleh pengunjung, seperti sistem pemesanan tiket, akses informasi wisata, dan fasilitas digital pendukung lainnya. Hasil observasi digunakan untuk mendukung dan memvalidasi data yang diperoleh melalui kuesioner.

2. Kuesioner

   Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data utama dalam penelitian ini. Menurut (Sugiyono, 2019), kuesioner adalah seperangkat

pertanyaan atau pernyataan tertulis yang diberikan kepada responden untuk memperoleh informasi terkait variabel penelitian. Kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini dilakukan secara online melalui *google form* agar lebih mudah menjangkau pengunjung yang telah datang dan menggunakan layanan *e-service Dairyland On The Valley*.

Kuesioner akan disusun menggunakan skala likert. Menurut (Sugiyono, 2019) di mana responden diminta memberikan penilaian atas setiap pertanyaan berdasarkan tingkat persetujuan. Skala ini dipilih karena mampu menggambarkan persepsi, sikap, pengalaman, dan tingkat kepuasan pengunjung secara terstruktur.

3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data dengan cara mengumpulkan dan menelaah dokumen-dokumen yang relevan dengan penelitian. Menurut Sugiyono (2019), dokumentasi dapat berupa catatan, laporan, foto, arsip, maupun data tertulis lainnya yang mendukung proses penelitian.

Dalam penelitian ini, dokumentasi digunakan untuk memperoleh data pendukung seperti profil Dairyland On The Valley, informasi promosi digital, tampilan sistem pemesanan tiket, serta bukti penyebaran kuesioner. Dokumentasi ini berfungsi untuk melengkapi data primer yang diperoleh melalui observasi dan kuesioner sehingga hasil penelitian menjadi lebih komprehensif dan dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah.

Tabel 3. 1 Ketentuan Instrumen Pengukuran Penelitian

No	Kriteria Jawaban	Skor
1.	Sangat Tidak Setuju	1
2.	Tidak Setuju	2
3.	Setuju	3
4.	Sangat Setuju	4

5.6 Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel adalah penjabaran konsep teoritis ke dalam indikator-indikator yang dapat diukur secara empiris melalui instrumen penelitian. Menurut (Sugiyono, 2019), definisi operasional berfungsi untuk memberikan batasan yang jelas mengenai variabel yang diteliti sehingga dapat diukur dan dianalisis secara kuantitatif.

Tabel 3. 2 Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Sumber
E- Service	Persepsi pengunjung mengenai kualitas layanan digital yang disediakan Dairyland On The Valley, meliputi kemudahan akses, keandalan sistem, ketepatan informasi, serta kecepatan layanan berbasis digital.	1. Efficiency: kemudahan akses layanan digital. 2. Pemenuhan 3. Ketersediaan sistem 4. Privasi dan keamanan 5. Responsivitas	Parasuraman , Zeithaml & Malhotra (2005)

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Sumber
Increased Tourism (X_2)	Tingkat peningkatan aktivitas wisata yang dirasakan pengunjung, yang meliputi perkembangan fasilitas, daya tarik, aksesibilitas, serta pengalaman wisata yang lebih beragam dan menarik.	1. Inovasi atraksi wisata 2. Citra Destinasi 3. Aksesibilitas destinasi 4. Kemudahan akses informasi wisata	Stylidis et al. (2020); Gunn (1994)
Customer Satisfaction (Z)	Tingkat pemenuhan harapan pengunjung setelah menikmati pelayanan dan fasilitas Dairyland On The Valley yang diakses secara langsung maupun digital.	1. Kesesuaian Harapan 2. Kepuasan terhadap layanan 3. Kepuasan terhadap fasilitas 4. Kepuasan terhadap nilai yang diterima 5. Kesesuaian terhadap keputusan berkunjung	Oliver (1997); Kotler & Keller (2016)
Visitor Loyalty (Y)	Kecenderungan pengunjung untuk kembali berkunjung serta memberikan rekomendasi positif kepada orang lain, baik secara langsung maupun melalui media sosial.	1. Niat kunjyngan ulang 2. Preferensi dibanding destinasi lain 3. Rekomendasi kepada orang lain 4. Ulasan Positif 5. Prefrensi terhadap destinassi	Oliver (1999); Backman & Crompton (1991)

5.7 Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini analisis statisti data yang digunakan yaitu menggunakan analisis jalur (*path analysis*) yang bertujuan untuk melihat pengaruh langsunng maupun tidak langsung yang terjadi antara variabrl tersebut. Peneliti menggunakan analisis jalur ini karena ingin menguji proporsi teoritis mengenai hubungan sebab akibat. Analisis yang dilakukan

menggunakan korelasi dan regresi sehingga dapat mengetahui hingga variabel dependen akhir, dengan menggunakan jalur langsung atau melalui intervening.

Dalam penelitian ini menggunakan metode analisi *Structural Equation Modeling* berbasis *Partial Least Squares* (PLS-SEM) dengan bantuan program aplikasi SmartPLS. Pendekatan Partisl Least Square (PLS) yaitu sebagai alternatif yang berfokus pada pemahaman variasi antar variabel ketimbang kovariansi. Peneliti menjalankan pengujian model pengukuran (Outer Model) dan model structural (Inner Model) untuk menggali pengaruh antar variabel dan hubungan antara konstruk dalam konteks penelitian ini. Proses dalam analisis SEM-PLS melibatkan beberapa tahapan yaitu:

5.7.1 Uji Model Pengukuran atau Outer Model

Model pengukuran dalam penelitian ini menggunakan pendekatan reflektif, di mana variabel laten dipandang sebagai penyebab munculnya indikator-indikator pengukurnya. Dalam pendekatan reflektif, perubahan pada konstruk laten akan tercermin secara langsung pada perubahan nilai indikator. Oleh karena itu, indikator-indikator dalam satu konstruk diharapkan memiliki tingkat korelasi yang tinggi dan dapat saling dipertukarkan (Hair et al., 2021).

1. Validitas Konvergen

   Validitas konvergen bertujuan untuk mengetahui sejauh mana indikator-indikator dalam satu konstruk saling berkorelasi dan benar-benar merepresentasikan kostruk laten yang sama. Menurut (Hair et al., 2021), nilai outer loading yang baik adalah ≥ 0,70, yang

menunjukan bahwa indikator meniliki kontribusi kuat terhadap kostruk. Indikator dengan nilai 0,50–0,70 masih dapat diterima apabila tidak menurunkan nilai AVE dan reliabilitas konstruk. Selain itu, nilai AVE yang direkomendasikan adalah ≥ 0,50, yang menunjukkan bahwa konstruk mampu menjelaskan lebih dari 50% varians indikator dapat dijelaskan oleh konstruk lain.

2. Validitas Diskriminan

Validitas diskriminan bertujuan untuk memastikan bahwa suatu konstruk benar-benar berbeda dari konstruk lainnya dalam model penelitian. Pengujian validitas diskriminan dilakukan menggunakan kriteria *Fornell-Larcker* dan *cross loading*. Berdasarkan kriteria *Fornell-Larcker*, nilai akar kuadrat AVE dari setiap konstruk harus lebih besar dibandingkan dengan nilai korelasi antar konstruk lainnya. Selain itu, melalui pengujian cross loading, setiap indikator harus memiliki nilai loading tertinggi pada konstruk yang diukurnya dibandingkan dengan konstruk lain. Apabila kedua kriteria tersebut terpenuhi, maka dapat disimpulkan bahwa model memiliki validitas diskriminan yang baik (Hair et al., 2021).

3. Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui konsistensi internal indikator dalam mengukur suatu konstruk. Pengujian reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan nilai *Composite Reliability dan Cronbach's Alpha*. Menurut (Hair et al., 2021), suatu

konstruk dinyatakan reliabel apabila memiliki nilai *Composite Reliability dan Cronbach's Alpha* ≥ 0,70. Nilai tersebut menunjukkan bahwa indikator-indikator dalam konstruk memiliki tingkat konsistensi yang tinggi dan dapat diandalkan untuk pengukuran.

5.7.2 Uji Model Struktural atau Inner Model

Uji model struktural (*inner model*) dilakukan untuk menganalisis hubungan kausal antar konstruk laten dalam model penelitian serta untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan. Inner model berfokus pada pengujian pengaruh antar variabel laten, yaitu *E-Service, Increased Tourism, Customer Satisfaction,* dan *Visitor Loyalty*. Evaluasi model struktural bertujuan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel eksogen dalam menjelaskan variabel endogen serta kekuatan dan arah hubungan antar konstruk dalam model penelitian.

1. R-Square (R^2)

   Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen. Nilai R^2 menunjukkan proporsi variasi variabel endogen yang dapat dijelaskan oleh variabel eksogen dalam model struktural. Semakin besar nilai R^2, maka semakin baik kemampuan prediktif model penelitian. Dalam penelitian ini,

nilai R^2 dianalisis pada variabel *Customer Satisfaction* dan *Visitor Loyalty*. Nilai R^2 sebesar 0,75 dikategorikan sebagai kuat, 0,50 sebagai moderat, dan 0,25 sebagai lemah (Hair et al., 2021).

2. F-Square

F-Square (F^2) digunakan untuk mengukur besarnya kontribusi masing-masing variabel eksogen terhadap variabel endogen secara individual dalam meningkatkan nilai R^2, di mana menurut (Hair et al., 2021), nilai F-Square $\geq 0{,}35$ menunjukkan pengaruh tinggi, $F^2 \geq 0{,}15$ menunjukkan pengaruh sedang, $F^2 \geq 0{,}02$ menunjukkan pengaruh kecil.

3. Sigifikansi Jalur (*Path Coefficients*)

Signifikansi hubungan antar variabel diuji dengan menggunakan bootstrapping. Nilai t-statistic > 1,96 ($p < 0{,}05$) menunjukkan pengaruh signifikan. Dapat diartikan ketika t-statistik melebili 1,96 atau p-value <0,05 maka hubungan antar variabel dianggap signifikan secara statistik dan hipotesisnya nol yang menyatakan tidak adanya hubungan sehingga hipotesis dapat ditolak.

5.8 Uji Hipotesis

Uji Hipotesis dalam penelitian ini dilakukan menggunakan metode *structural equation modeling -Partial Least Squares* (SEM-PLS) dengan menggunakan *software Smart*PLS . Variabel yang diujikan dalam penelitian ini yaitu *E-Service* (X1), *Increased Tourism* (X2). *Customer Satisfaction* (Z) sebagai variabel intervening, *Visitor Loyalty* (Y). Dalam pengujian signifikansi hubungan antar variabel, digunakan teknik bootstrapping yang bertujuan untuk mendapatkan estimasi yang lebih akurat. Hipotesis dinyatakan diterima apabila nilai t-statistic > 1,96 dan p-value < 0,05 pada tingkat signifikansi 5%, yang menunjukkan bahwa variabel eksogen berpengaruh signifikan terhadap variabel endogen.