

BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Objek penelitian ini adalah *visual settings, socio culture settings, atmosphere settings* pada *heritage settings, emotion of joy, love, positive surprise, nostalgic* pada *emotional experience, place attachment, tourism satisfaction, revisit intention*, dan *recommendation intention* terhadap wisatawan yang pernah berkunjung pada destinasi wisata sejarah Candi Prambanan.

3.2 Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan *explanatory*, yang bertujuan untuk menjelaskan hubungan antar variabel melalui pengujian hipotesis. *Explanatory* dipilih karena dapat memahami bagaimana satu variabel mempengaruhi variabel lainnya secara nyata (Saunders *et al.*, 2023:208). Pendekatan *explanatory* dalam penelitian ini digunakan untuk menjelaskan pengaruh dan hubungan antara *visual settings, socio culture settings, atmosphere settings* yang direfleksikan oleh *heritage settings, emotion of joy, love, positive surprise, nostalgic emotion* yang direfleksikan oleh *emotional experience, place attachment, tourism satisfaction, revisit intention* dan *recommendation intention*. Tujuannya adalah untuk memahami dengan jelas bagaimana *heritage settings* mempengaruhi niat merekomendasikan kembali, baik secara langsung maupun melalui mediasi.

Penelitian ini menggunakan metode survei dengan pendekatan kuantitatif. Metode ini dipilih karena efisien dalam menjangkau responden dalam jumlah besar, khususnya mereka yang memiliki pengalaman berkunjung ke destinasi wisata *heritage*. Melalui kuesioner daring yang terstruktur, data yang terkumpul menjadi lebih teratur dan sesuai dengan standar sehingga memudahkan peneliti untuk membandingkan temuan, melihat pola perilaku, serta menjelaskan hubungan antar variabel secara akurat (Saunders *et al.*, 2023:210). Kuesioner berfungsi sebagai instrumen penelitian untuk mengukur persepsi responden terhadap variabel yang ada, meliputi *heritage settings*, *emotional experience*, *place attachment*, *tourism satisfaction*, *revisit intention*, dan *recommendation intention*. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk menganalisis pengaruh langsung dan tidak langsung antar variabel, sehingga diperoleh gambaran yang jelas mengenai mekanisme pengaruh *heritage settings* terhadap *recommendation intention* pengunjung wisata Candi Prambanan. Data yang diperoleh dianalisis menggunakan *Covariance-Based Structural Equation Modeling* (CB-SEM).

3.1.1 Operasionalisasi Variabel

Operasionalisasi variabel ini dilakukan untuk menjelaskan konstruk yang menjadi ukuran yang dapat diobservasi, dan memastikan setiap variabel yang dikonversi menjadi pertanyaan kuisisioner yang dapat dijawab secara konsisten (Saunders *et al.*, 2023:572). Tabel di bawah menampilkan hasil dari operasionalisasi variabel dalam penelitian ini.

Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel

Variabel	Indikator	Ukuran	Skala
<i>Visual Settings</i>	1. <i>Visual Integrity</i>	1. Pemandangan di sekitar situs terlihat utuh	Interval
	2. <i>Landscape Continuity</i>	2. Bangunan situs warisan menyatu dengan lingkungan sekitarnya	
	3. <i>Buffer Zone Condition</i>	3. Area transisi menuju situs mampu membawa nuansa sejarah	
	4. <i>Architectural Harmony</i>	4. Fasilitas sekitar situs memiliki desain yang selaras dengan situs sejarah asli	
<i>Socio Culture Settings</i>	1. <i>Living Tradition</i>	1. Adanya tradisi budaya yang masih aktif	Interval
	2. <i>Local Interaction</i>	2. Warga lokal sekitar situs bersikap ramah ketika berinteraksi	
	3. <i>Social Usage</i>	3. Situs masih berfungsi sebagai tempat kegiatan sosial warga (ibadah)	
<i>Atmosphere Settings</i>	1. <i>Noise Level</i>	1. Suasana di situs tenang	Interval
	2. <i>Smellscape</i>	2. Aroma khas di lingkungan situs memperkuat suasana sejarah	
	3. <i>Authenticity of Atmosphere</i>	3. Merasakan sejarah yang nyata saat berada di situs	
	4. <i>Nostalgia Emotion</i>	4. Suasana nya mampu memicu imajinasi tentang masa lalu	
<i>Emotion of Joy</i>	1. <i>Joy</i>	1. Merasa senang ketika mengunjungi situs	Interval
	2. <i>Pleasure</i>	2. Menikmati suasana di situs	
	3. <i>Cheerful</i>	3. Suasana di situs membuat <i>mood</i> menjadi ceria	
	4. <i>Enthusiasm</i>	4. Antusias ketika mengeksplorasi setiap sudut di situs	
	5. <i>Delight</i>	5. Kunjungan ke situs	

			membuat batin terpuaskan	
<i>Emotion of Love</i>	1. <i>Love</i>	1. Menyukai	situs secara personal	Interval
	2. <i>Affection</i>	2. Situs terasa	berharga sehingga tumbuh rasa sayang	
	3. <i>Caring</i>	3. Peduli dalam menjaga	kelestarian situs	
<i>Emotion of Positive Surprise</i>	1. <i>Surprise</i>	1. Menemukan hal	positif yang tidak terduga sebelumnya	Interval
	2. <i>Wonder</i>	2. Merasa takjub	dengan keindahan objek situs	
	3. <i>Stunned</i>	3. Kenyataan melampaui	ekspektasi	
	4. <i>Fascinated</i>	4. Daya tarik tempat ini sangat kuat dan	membuat tercengang	
	5. <i>Inspiration</i>	5. Berkunjung ke situs	dapat memberikan inspirasi	
<i>Nostalgic Emotion</i>	1. <i>Reminds of the Past</i>	1. Arsitektur pada situs	membangkitkan ingatan pada periode tertentu di masa lalu	Interval
	2. <i>Pleasant Memories</i>	2. Situs mampu	membangkitkan kenangan indah	
	3. <i>Miss the Good Old Days</i>	3. Berada di situs	dapat membuat rasa rindu akan suasana masa lalu yang lebih sederhana	
	4. <i>Homesickness</i>	4. Suasana di situs	mampu memberikan kehangatan seperti “pulang ke rumah”	
<i>Place Attachment</i>	1. <i>Place Identity</i>	1. Situs ini	merepresentasikan sebagian jati diri	Interval
	2. <i>Place Dependence</i>	2. Situs ini adalah	tempat terbaik untuk menikmati wisata sejarah dibanding tempat lain	
	3. <i>Place Affect</i>	3. Memiliki ikatan		

	4. <i>Social Bonding</i>	emosional yang kuat ketika berada di situs 4. Menikmati interaksi sosial yang hangat dengan orang sekitar situs	
<i>Tourism Satisfaction</i>	1. <i>Service Efficiency</i> 2. <i>Facility Condition</i> 3. <i>Crowding Perceptions</i> 4. <i>Value for Money</i>	1. Petugas di tempat ini responsif dalam melayani kebutuhan pengunjung 2. Fasilitas fisik terawat dengan baik 3. Tingkat keramaian tidak mengganggu kenikmatan saat berkunjung 4. Pengalaman sebanding dengan biaya yang dikeluarkan	Interval
<i>Revisit Intention</i>	1. <i>Plan</i> 2. <i>Preference</i> 3. <i>Desire</i>	1. Berencana untuk mengunjungi lagi situs ini di masa depan 2. Lebih memilih situs wisata bersejarah Candi Prambanan dibanding yang lain 3. Memiliki keinginan emosional kuat untuk merasakan kembali suasana di situs ini	Interval
<i>Recommendation Intention</i>	1. <i>General Recommendation</i> 2. <i>Positive Word-Of-Mouth</i> 3. <i>Active Encouragement</i>	1. Menyarankan situs ini kepada orang lain 2. Menceritakan hal positif mengenai situs ini 3. Secara aktif membujuk orang lain untuk segera berkunjung ke situs ini	Interval

Sumber: Dikembangkan untuk penelitian (2025)

3.2.2 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan kuesioner yang disebarkan secara langsung melalui *Google Form* kepada pengunjung yang pernah berkunjung ke Candi Prambanan. Kuesioner ini dibuat untuk mengumpulkan respons atau tanggapan mengenai konsep-konsep seperti *visual settings*, *socio culture settings*, *atmosphere settings* yang direfleksikan oleh *heritage settings*, *emotion of joy*, *love*, *positive surprise*, *nostalgic emotion* yang direfleksikan oleh *emotional experience*, *place attachment*, *tourism satisfaction*, *revisit intention* dan *recommendation intention*.

3.2.2.1 Jenis Data

Menggunakan jenis data *cross-sectional*, merupakan data yang dilakukan pengambilannya hanya satu kali pada waktu yang telah ditentukan tanpa mengamati berulang kali. Karena itu jenis data ini cocok untuk mengevaluasi persepsi, sikap atau pandangan responden secara efisien dalam satu periode. *Cross-sectional* dapat memberikan gambaran kondisi pada saat data dikumpulkan dan akan cocok digunakan pada studi survei kuantitatif (Saunders *et al.*, 2023:212). Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah primer. Data primer secara langsung dikumpulkan yang diperoleh peneliti dari sumbernya. Data diambil melalui objek penelitian dengan responden yang telah melakukan kunjungan pada situs wisata *heritage*, yaitu Candi Prambanan

3.2.2.2 Populasi Sasaran

Populasi mengacu pada seluruh kasus maupun elemen yang menjadi sumber pengambilan sampel (Saunders *et al.*, 2023:183). Dalam penelitian ini populasi sasarannya adalah pengunjung Candi Prambanan. Karena, data

pengunjung wisata di Candi Prambanan tidak meliputi data yang lengkap seperti, nama, asal, dan usia maka ukuran populasi sebenarnya tidak dapat diketahui secara pasti.

3.2.2.3 Penentuan Sampel

Dalam penelitian mengenai wisata warisan budaya di Candi Prambanan ini, sampel dimaknai sebagai sub kelompok dari populasi wisatawan yang dipilih untuk diteliti, mengingat bahwa pengambilan data dari seluruh populasi, tidaklah efisien dari segi waktu maupun biaya, namun tetap memungkinkan peneliti untuk menarik kesimpulan yang mewakili populasi secara keseluruhan (Saunders *et al.*, 2023). Untuk menjamin ketepatan analisis statistik serta validitas model yang dibangun, penentuan ukuran sampel direkomendasikan yaitu lima kali lipat dari jumlah parameter yang diestimasi dengan perhitungan 42 (jumlah ukuran) dikalikan 2 yang menghasilkan $84 + 10$ (jumlah hipotesis) ditambahkan dengan 5 variabel endogen yang menghasilkan jumlah 99 *estimated parameters*. Oleh karena itu, dengan adanya 99 *estimated parameters* dalam model penelitian ini, maka perhitungan jumlah sampel minimal yang ditetapkan adalah 5 dikalikan 99 untuk memudahkan dan mengefisiensikan waktu peneliti dalam mengumpulkan responden, yang menghasilkan angka 495 responden sebagai batas minimum (Hair *et al.*, 2019).

3.2.2.4 Teknik Sampling

Penelitian ini berfokus pada kawasan wisata *heritage* Candi Prambanan, teknik penentuan sampel yang diterapkan adalah *non probability sampling* yang lebih tepatnya *purposive sampling* (sampling bertujuan). Pendekatan ini dipilih

mengingat karakteristik pengunjung Candi Prambanan yang sangat heterogen, sehingga peneliti perlu menggunakan pertimbangan subjektif untuk menyeleksi responden yang dinilai paling relevan dan mampu memberikan informasi mendalam terkait pengalaman wisata warisan budaya. Metode digunakan untuk memilih individu secara sengaja berdasarkan kualitas informasi yang dimiliki. Dengan demikian, fokus utama dalam pengambilan sampel ini bukanlah untuk menghasilkan representasi statistik dari seluruh pengunjung, melainkan untuk memastikan bahwa responden yang terpilih sesuai dengan kriteria yang dibutuhkan untuk menjawab pertanyaan dan tujuan penelitian secara komprehensif (Saunders *et al.*, 2023). Adapun kriteria responden yang akan digunakan pada penelitian ini, sebagai berikut:

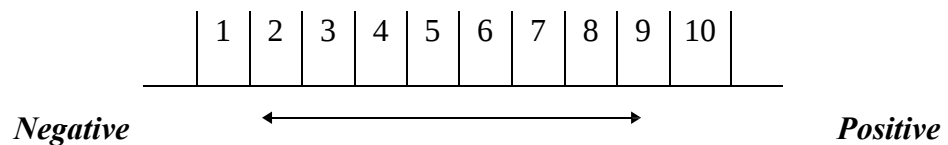
1. Minimal usia 18 tahun
2. Wisatawan domestik
3. Wisatawan yang pernah mengunjungi Candi Prambanan

Penelitian ini menggunakan kuisisioner (angket) sebagai metode pengumpulan data dengan kuisisioner yang disebarakan *online/daring* dengan menggunakan aplikasi *Google Form*. Kuisisioner disebarakan menggunakan media sosial Instagram dan WhatsApp. Penyebaran ini dilakukan untuk mempertimbangkan pelaksanaan pengumpulan data yang lebih efisien dari segi waktu dan biaya, kemudahan akses, fleksibilitas hingga keamanan dan kerahasiaan, selain itu kemudahan dalam pengolahan data dipertimbangkan juga karena data dicatat secara otomatis.

3.2.2.5 Metode Pengumpulan Data

Pertanyaan yang diberikan kepada responden ini tertutup. Skala *bipolar*

adjective digunakan untuk mengukur jawaban responden dalam bentuk skala interval. *bipolar adjective* merupakan penyempurnaan dari *semantic scale* dengan tujuan agar respons yang dihasilkan dapat merupakan *intervally scaled* (Ferdinand, 2016). Skala yang digunakan pada rentang 1-10. Pengguna skala 1-10 skala genap untuk menghindari jawaban responden yang cenderung memilih jawaban di tengah-tengah karena akan mempengaruhi hasil respons yang mengumpul di tengah *grey area* (Suliyanto, 2011:10).



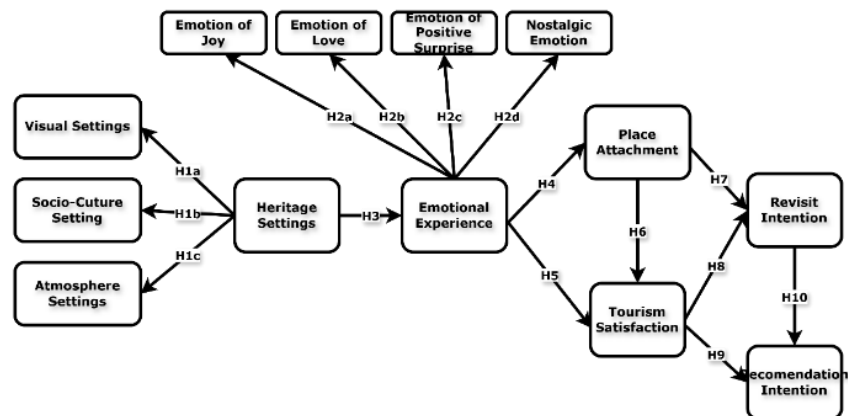
Peringkat pada skala pengukuran adalah

Skala 1-5 : Menyatakan penilaian sangat tidak setuju

Skala 6-10 : Menyatakan penilaian sangat setuju

3.3 Model Penelitian

Dalam penelitian penulis digambarkan suatu hubungan antar variabel satu dengan variabel lainnya. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini Yaitu *Visual Settings, Socio Culture, Atmosphere Settings* pada *Heritage Settings, Emotion Of Joy, Love, Positive Surprise, Nostalgic Emotion* pada *Emotional Experience, Place Atachment, Tourism Satisfaction, Revisit Intention* dan *Recommendation Intention*. Model penelitiannya seperti Gambar 3.3 di bawah ini



Sumber: Dikembangkan untuk Penelitian 2025

Gambar 3.1 Model Penelitian

3.4 Teknik Pengumpulan Data

3.4.1 Analisis Data *Structural Equation Modeling* (SEM)

Peneliti menggunakan teknik analisis data *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan bantuan perangkat lunak SPSS versi 27 dan AMOS versi 24. Penggunaan analisis statistik canggih seperti ini relevan dengan tujuan penelitian eksplanatori (*explanatory research*), yaitu penelitian yang menekankan pada pengujian hubungan antar variabel laten, indikator, serta jalur struktural dalam satu model untuk menjelaskan suatu fenomena secara akurat. (Hair *et al.*, 2019; Kline, 2023).

Mengingat sifat multidimensional variabel penelitian, model pengukuran di konstruksi melalui *Second Order Confirmatory Factor Analysis* (CFA). *Second Order Confirmatory Factor Analysis* (CFA) sendiri adalah model pengukuran yang digunakan ketika sebuah variabel laten tidak diukur secara langsung oleh indikator, melainkan diukur melalui perantara dimensi atau sub-konstruk yang nantinya memiliki indikator masing-masing. Dalam model penelitian ini, setiap dimensi variabel dianggap sebagai sub-konstruk yang berkontribusi pada variabel laten utama. Pendekatan ini dirancang untuk mengevaluasi validitas konstruk secara

bertingkat, memastikan keselarasan dimensi sebagai refleksi dari konstruk yang diamati (Awang, 2019).

3.4.1.1 Pengembangan Model Berbasis Teori

Structural Equation Modeling (SEM) merupakan pendekatan analisis multivariat yang memungkinkan peneliti menguji hubungan laten melalui kombinasi antara analisis faktor dan model struktural. SEM sendiri digunakan untuk menguji kesesuaian model teoritis dengan data empiris melalui estimasi hubungan antar konstruk (Kline, 2023). Selain itu SEM juga mampu mengonfirmasi model pengukuran dan mengevaluasi hubungan sebab akibat (kausalitas) teoritis dalam satu prosedur analitik (Hair *et al.*, 2019).

Tahap awal SEM memerlukan pengembangan model teoritis deduktif, di mana kerangka teoritis dan hipotesis dirumuskan sebelum pengumpulan data. Berbeda dengan metode induktif yang membangun teori dari data, SEM menguji validitas teori yang ada menggunakan data empiris. Oleh karena itu, model SEM memverifikasi secara ketat (*rigorous test*) dukungan data terhadap kerangka teoritis, bukan untuk menciptakan teori baru (Saunders, *Research Methods For Business Student*, 2019, p. 216).

Tabel 3.2 Variabel dan Konstruk Penelitian

No	<i>Unobserved Variable</i>	<i>Construct</i>
1.	<i>Visual Settings</i>	• Pemandangan di sekitar situs terlihat utuh • Bangunan situs warisan menyatu dengan lingkungan sekitarnya • Area transisi menuju situs mampu membawa nuansa sejarah • Fasilitas sekitar situs memiliki desain yang selaras dengan situs sejarah asli.
2.	<i>Socio Culture Settings</i>	• Adanya tradisi budaya yang masih aktif • Warga lokal sekitar situs bersikap ramah ketika berinteraksi • Situs masih berfungsi sebagai tempat kegiatan sosial warga (ibadah)
3.	<i>Atmosphere Settings</i>	• Suasana di situs tenang • Aroma khas di lingkungan situs memperkuat suasana sejarah • Merasakan sejarah yang nyata saat berada di situs • Suasana nya mampu memicu imajinasi tentang masa lalu.
4.	<i>Emotion of Joy</i>	• Merasa senang ketika mengunjungi situs • Menikmati suasana di situs • Suasana di situs membuat mood menjadi ceria • Antusias ketika mengeksplorasi setiap sudut di situs • Kunjungan ke situs membuat batin terpuaskan
5.	<i>Emotion of Love</i>	• Menyukai situs secara personal • Situs terasa berharga sehingga tumbuh rasa sayang • Peduli dalam menjaga kelestarian situs
6.	<i>Emotion of Positive Surprise</i>	• Menemukan hal positif yang tidak terduga sebelumnya • Merasa takjub dengan keindahan objek situs • Kenyataan melampaui ekspektasi • Daya tarik tempat ini sangat kuat dan membuat tercengang • Berkunjung ke situs dapat memberikan insiprasi

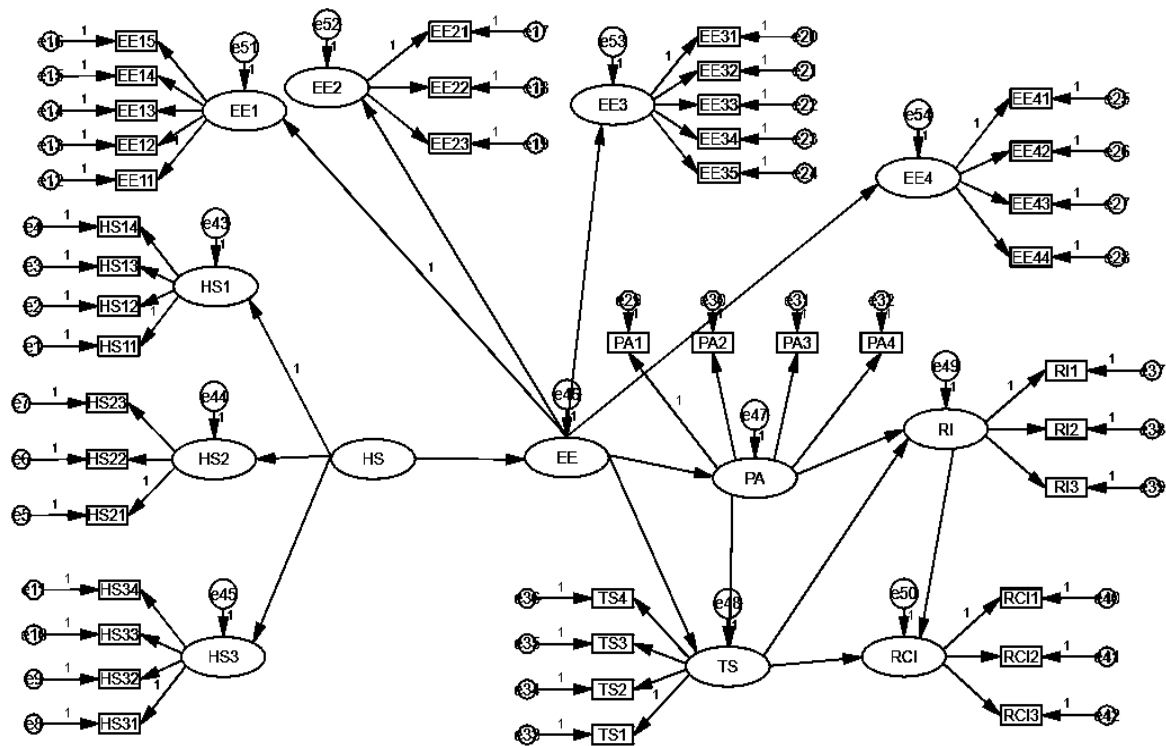
No	<i>Unobserved Variable</i>	<i>Construct</i>
7.	<i>Nostalgic Emotion</i>	• Arsitektur pada situs membangkitkan ingatan pada periode tertentu di masa lalu • Situs mampu membangkitkan kenangan indah • Berada di situs dapat membuat rasa rindu akan suasana masa lalu yang lebih sederhana • Suasana di situs mampu memberikan kehangatan seperti “pulang ke rumah”
8.	<i>Place Attachment</i> (Keterikatan Tempat)	• Situs ini merepresentasikan sebagian jati diri • Situs ini adalah tempat terbaik untuk menikmati wisata sejarah dibanding tempat lain • Memiliki ikatan emosional yang kuat ketika berada di situs • Menikmati interaksi sosial yang hangat dengan orang sekitar situs
9.	<i>Tourism Satisfaction</i> (Kepuasan Wisatawan)	• Petugas di tempat ini responsif dalam melayani kebutuhan pengunjung • Fasilitas fisik terawat dengan baik • Tingkat keramaian tidak mengganggu kenikmatan saat berkunjung • Pengalaman sebanding dengan biaya yang dikeluarkan
10.	<i>Revisit Intention</i> (Niat Kunjungan Ulang)	• Berencana untuk mengunjungi lagi situs ini di masa depan • Lebih memilih situs wisata bersejarah Candi Prambanan dibanding yang lain • Memiliki keinginan emosional kuat untuk merasakan kembali suasana di situs ini
11.	<i>Recommendation Intention</i> (Niat Merekomendasikan Ulang)	• Menyarankan situs ini kepada orang lain • Menceritakan hal positif mengenai situs ini • Secara aktif membujuk orang lain untuk segera berkunjung ke situs ini

Sumber: Dikembangkan untuk penelitian (2025)

3.4.1.2 Pengembangan *Path Diagram*

Visualisasi *path diagram* memfasilitasi identifikasi kausalitas. Arah panah lurus mengindikasikan hubungan kausal langsung antar konstruk. Sementara itu, garis melengkung dalam diagram menunjukkan relasi antar gugus konstruk.

1. *Konstruk eksogen*, dikenal juga sebagai variabel anteseden atau independen, merupakan variabel awal yang tidak dipengaruhi oleh variabel lain dalam model, namun berperan mempengaruhi variabel lain. Konstruk ini direpresentasikan dengan panah tunggal mengarah pada variabel lain seperti *Visual Settings*, *Socio Culture Settings*, *Atmosphere Settings* yang merefleksikan *Heritage Settings*
2. *Konstruk endogen* adalah faktor yang dipengaruhi oleh satu atau lebih konstruk lain. Konstruk endogen berpotensi mempengaruhi konstruk endogen lainnya, namun konstruk eksogen hanya memiliki relasi kausal dengan *Emotion of Joy*, *Love*, *Positive Surprise*, *Nostalgic* pada *Emotional Experience*, *Place Attachment*, *Tourism Satisfaction*, *Revisit Intention* dan *Recommendation Intention* pada *Path Diagram* dalam penelitian yang disajikan pada Gambar dibawah :



Sumber: Dikembangkan untuk penelitian (2025)

Gambar 3.2 Path Diagram

3.4.1.3 Konversi Path Diagram ke dalam Persamaan

Spesifikasi model kemudian ditransformasi menjadi persamaan. Berikut adalah jenis-jenis persamaan:

1. Persamaan struktural (*structural equations*), menunjukkan hubungan kausal antara konstruk dalam model penelitian. Persamaan struktural dinyatakan sebagai Variabel Endogen = Variabel Eksogen + Variabel Endogen + *Error*
- (1). Penelitian ini mengubah model menjadi persamaan struktural seperti pada Tabel 3.3 berikut:

Tabel 3.3 Persamaan Struktural

Variabel Endogen	Persamaan Struktural
<i>Emotional Experience</i>	$= \beta \text{ Heritage Settings} + \alpha 1$
<i>Place Attachment</i>	$= \beta \text{ Emotional Experience} + \alpha 2$
<i>Tourism Satisfaction</i>	$= \beta \text{ Emotional Experience} + \beta \text{ Place Attachment} + \alpha 3$

<i>Tourism Satisfaction</i>	$= \beta \text{ Place Attachment} + \alpha 4$
<i>Revisit Intention</i>	$= \beta \text{ Place Attachment} + \beta$
	$\text{Tourism Satisfaction} + \alpha 5$
<i>Recommendation Intention</i>	$= \beta \text{ Tourism Satisfaction} + \alpha 6$
<i>Recommendation Intention</i>	$= \beta \text{ Revisit Intention} + \alpha 7$

Sumber: Dikembangkan untuk penelitian (2025)

2. Persamaan spesifikasi model pengukuran (*measurement model*), mendefinisikan variabel yang digunakan untuk mengukur konstruk dan satu set matriks yang menunjukkan hubungan antara konstruk dan variabel. Model pengukuran disajikan dalam Tabel 3.4 berikut:

Tabel 3.4 Model Pengukuran

Konstruk Exogenous	Konstruk Endogenous
$X_1 = \lambda_1 \text{ Visual Settings}$	$Y_1 = \lambda_{12} \text{ Emotion of Joy} + \epsilon_{12}$
$X_2 = \lambda_2 \text{ Visual Settings}$	$Y_2 = \lambda_{13} \text{ Emotion of Joy} + \epsilon_{13}$
$X_3 = \lambda_3 \text{ Visual Settings}$	$Y_3 = \lambda_{14} \text{ Emotion of Joy} + \epsilon_{14}$
$X_4 = \lambda_4 \text{ Visual Settings}$	$Y_4 = \lambda_{15} \text{ Emotion of Joy} + \epsilon_{15}$
$X_5 = \lambda_1 \text{ Socio Culture Settings}$	$Y_5 = \lambda_{16} \text{ Emotion of Joy} + \epsilon_{16}$
$X_6 = \lambda_2 \text{ Socio Culture Settings}$	$Y_6 = \lambda_{17} \text{ Emotion of Love} + \epsilon_{17}$
$X_7 = \lambda_3 \text{ Socio Culture Settings}$	$Y_7 = \lambda_{18} \text{ Emotion of Love} + \epsilon_{18}$
$X_8 = \lambda_1 \text{ Atmosphere Settings}$	$Y_8 = \lambda_{19} \text{ Emotion of Love} + \epsilon_{19}$
$X_9 = \lambda_2 \text{ Atmosphere Settings}$	$Y_9 = \lambda_{20} \text{ Emotion of Positive Surprise} + \epsilon_{20}$
$X_{HS1} = \lambda \text{ Visual Settings} + \epsilon_{43}$	$Y_{10} = \lambda_{21} \text{ Emotion of Positive Surprise} + \epsilon_{21}$
$X_{HS2} = \lambda \text{ Socio Culture Settings} + \epsilon_{44}$	$Y_{11} = \lambda_{22} \text{ Emotion of Positive Surprise} + \epsilon_{22}$
$X_{HS3} = \lambda \text{ Atmosphere Settings} + \epsilon_{45}$	$Y_{12} = \lambda_{23} \text{ Emotion of Positive Surprise} + \epsilon_{23}$
	$Y_{13} = \lambda_{24} \text{ Emotion of Positive Surprise} + \epsilon_{24}$
	$Y_{14} = \lambda_{25} \text{ Nostalgic Emotion} + \epsilon_{25}$
	$Y_{15} = \lambda_{26} \text{ Nostalgic Emotion} + \epsilon_{26}$
	$Y_{16} = \lambda_{27} \text{ Nostalgic Emotion} + \epsilon_{27}$
	$Y_{17} = \lambda_{28} \text{ Nostalgic Emotion} + \epsilon_{28}$
	$Y_{EE1} = \lambda_{30} \text{ Emotion of Joy} + \epsilon_{47}$
	$Y_{EE2} = \lambda_{31} \text{ Emotion of Love} + \epsilon_{48}$
	$Y_{EE3} = \lambda_{32} \text{ Emotion of Positive Surprise} + \epsilon_{49}$
	$Y_{EE4} = \lambda_{33} \text{ Nostalgic Emotion} + \epsilon_{50}$
	$Y_{18} = \lambda_{29} \text{ Place Attachment} + \epsilon_{29}$

Konstruk Exogenous	Konstruk Endogenous
	$Y_{19} = \lambda_{30} \text{ Place Attachment} + \varepsilon_{30}$
	$Y_{20} = \lambda_{31} \text{ Place Attachment} + \varepsilon_{31}$
	$Y_{21} = \lambda_{32} \text{ Place Attachment} + \varepsilon_{32}$
	$Y_{22} = \lambda_{33} \text{ Tourism Satisfaction} + \varepsilon_{33}$
	$Y_{23} = \lambda_{34} \text{ Tourism Satisfaction} + \varepsilon_{34}$
	$Y_{24} = \lambda_{35} \text{ Tourism Satisfaction} + \varepsilon_{35}$
	$Y_{25} = \lambda_{36} \text{ Tourism Satisfaction} + \varepsilon_{36}$
	$Y_{26} = \lambda_{37} \text{ Revisit Intention} + \varepsilon_{37}$
	$Y_{27} = \lambda_{38} \text{ Revisit Intention} + \varepsilon_{38}$
	$Y_{28} = \lambda_{39} \text{ Revisit Intention} + \varepsilon_{39}$
	$Y_{29} = \lambda_{40} \text{ Recommendation Intention} + \varepsilon_{40}$
	$Y_{30} = \lambda_{41} \text{ Recommendation Intention} + \varepsilon_{41}$
	$Y_{31} = \lambda_{42} \text{ Recommendation Intention} + \varepsilon_{42}$

Sumber: Dikembangkan untuk penelitian (2025)

3.4.1.4 Memilih Matriks Input dan Persamaan Model

Proses estimasi data input dalam SEM dapat dilakukan melalui penggunaan matriks kovarians atau korelasi. Matriks kovarians menawarkan keunggulan dalam perbandingan antar populasi atau sampel secara spasial, yang tidak dimiliki matriks korelasi. Pengujian hipotesis lebih disarankan menggunakan matriks kovarians atas dasar kesesuaian metodologis yang lebih kuat. Selain itu, akurasi *standard error* yang dihasilkan cenderung lebih presisi dibandingkan dengan metode matriks korelasi.

3.4.1.5 Kemungkinan Munculnya Masalah Identifikasi

Permasalahan ini muncul karena ketidakmampuan model dalam menghasilkan variasi estimasi. Hal ini didasari pada setiap estimasi perlu disesuaikan jika muncul masalah identifikasi.

3.4.1.6 Evaluasi Asumsi SEM

Beberapa asumsi dalam penggunaan SEM perlu dipenuhi sebagai dasar dalam penggunaannya. Hal tersebut akan terurai dalam penjelasan di bawah ini:

1. Normalitas Data

Uji normalitas dalam SEM mencakup penilaian normalitas univariat dan multivariat. Variabel yang normal secara individual belum tentu normal jika dianalisis bersama. Data dinyatakan tidak normal jika nilai Z melebihi 2,58 pada tingkat signifikansi 0,01 mengindikasikan penyimpangan dari distribusi normal yang diperlukan untuk analisis (Ghozali, 2018:111)

2. Ukuran Sampel

SEM membutuhkan ukuran sampel yang cukup besar. Dalam pengujian model SEM disarankan untuk memiliki sampel minimal yang bergantung pada jumlah parameter variabel laten sebanyak 5-10 kali untuk memperoleh minimum sampel yang dibutuhkan (Hair *et al.*, 2019).

3. *Outlier*

Data dengan karakteristik yang berbeda secara signifikan dapat bervariasi baik dari pengamatan variabel tunggal maupun variabel gabungan. Analisis pencilan (*outliers*) dilakukan secara univariat dan multivariat. Data dikategorikan sebagai pencilan univariat jika memiliki *Z-score* di luar rentang ± 3 . Namun, uji

multivariat tetap diperlukan untuk mendeteksi kombinasi nilai ekstrem yang sering kali tidak terlihat pada pemeriksaan variabel tunggal (Suliyanto, 2011:274).

4. *Multikolinearitas dan Singularitas*

Dalam SEM adalah ketiadaan singularitas dan multikolinieritas diperlukan, karena jika multikolinieritas *dan singularitas* muncul akan memicu determinan matriks bernilai nol. Hal itu akan berpengaruh pada proses perhitungan untuk mengestimasi parameter model tidak dapat dijalankan (Ghozali, 2017)

3.4.1.7 Evaluasi Kriteria Goodness of Fit

Evaluasi kesesuaian model *goodness-of-fit* merupakan tahapan krusial dalam validasi model penelitian. Indikator kesesuaian dan nilai batas (*cut-off value*) berikut digunakan sebagai kriteria penerimaan atau penolakan model.

1. Chi-Square (χ^2)

Nilai Chi-Square yang rendah mengindikasikan model SEM yang baik. Dengan kriteria $p > 0,10$, semakin kecil nilai χ^2 , semakin baik kecocokan model penelitian.

2. RMSEA (*The Root Mean Square Error of Approximation*)

RMSEA mengestimasi tingkat kesesuaian model terhadap populasi. Nilai $RMSEA \leq 0,08$ mengindikasikan penerimaan model sebagai *close fit* berdasarkan derajat kebebasan (*degree of freedom*).

3. GFI (*Goodness of Fit Index*)

Indeks ini bersifat non-statistik dengan rentang 0 (kesesuaian buruk) hingga 1,0 (kesesuaian sempurna). Nilai indeks yang lebih tinggi mencerminkan kesesuaian model yang lebih baik.

4. AGFI (*Adjusted Goodness of Fit Index*)

AGFI merupakan bentuk penyesuaian dari GFI yang mempertimbangkan kompleksitas model. Model dinyatakan layak jika nilai AGFI $\geq 0,90$.

5. CMIN/DF

Merepresentasikan nilai *chi-square* relatif terhadap derajat kebebasan (*df*). Nilai di bawah 2,0 atau 3,0 mengindikasikan kesesuaian model yang memadai dengan data empiris.

6. *Tucker Lewis Index* (TLI)

Indeks komparatif yang membandingkan model yang dianalisis dengan model dasar (*baseline model*). Ketika nilainya berada antara 0 dan 1, dan nilai $\geq 0,95$ menunjukkan tingkat kesesuaian model yang baik.

7. CFI (*Comparative Fit Index*)

CFI menilai kesesuaian model relatif terhadap model independen. Dengan rentang nilai 0-1, model dianggap fit ketika CFI memiliki nilai minimal 0,95.

Tabel 3.5 Indeks Pengujian Kelayakan Model

<i>Goodness of Fit Index</i>	<i>Cut-off Value</i>
χ^2 – Chi-square	Diharapkan Kecil
<i>Significance Probability</i>	≥ 0.05
RMSEA	≤ 0.08
GFI	≥ 0.90
AGFI	≥ 0.90
CMIN/DF	≤ 2.00
TLI	≥ 0.95
CFI	≥ 0.95

Sumber: Ferdinand, 2016

3.1.4.8 Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas dan reliabilitas digunakan untuk memastikan instrumen penelitian yang digunakan dapat menghasilkan data yang akurat dan dapat dipercaya. Berikut penjelasan uji validitas dan reliabilitas.

1. Uji Validitas

Uji Validitas dilakukan dengan membandingkan data yang diperoleh dari objek penelitian dengan data yang dilaporkan oleh peneliti. Hasil uji ini ditentukan melalui *loading factor* pada *standarized loading*. *loading factor* sebesar $> 0,40$ dapat digunakan untuk membangun variabel (Suliyanto, 2011)

2. Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas memastikan bahwa temuan akan menghasilkan hasil yang konsisten ketika diukur berulang kali pada objek yang sama. Perhitungan reliabilitas konstruk dan varians ekstrak adalah sebagai berikut:

$$Construct\ reliability = \frac{(\sum std.Loading)^2}{(\sum std.Loading)^2 + \sum \epsilon.j}$$

Penilaian model pengukuran mensyaratkan tingkat reliabilitas yang memuaskan, yaitu di atas 0,70. Selain itu, nilai *Average Variance Extracted* (AVE) harus mencapai minimal 0,50. Nilai ini menunjukkan bahwa konstruk laten mampu menjelaskan lebih dari setengah varians indikator-indikatornya (Ghozali, 2021:68) dan dapat dihitung dengan cara berikut:

$$Variance\ extracted = \frac{\sum std.Loading^2}{\sum std.Loading^2 + \sum \epsilon.j}$$

3.4.1.9 Interpretasi dan Modifikasi Model

Modifikasi model tidak boleh dilakukan semata-mata demi statistik, meskipun data menyarankan perbaikan dengan melakukan evaluasi model yaitu memeriksa *standarized residuals*, modifikasi tersebut harus memiliki landasan teoritis yang kuat. Nilai residual yang melebihi batas absolut 2.58 mengindikasikan adanya penyimpangan yang signifikan, sehingga model memerlukan peninjauan ulang (Kline, 2023).