BAB III
METODOLOGI PENELITIAN

Metode penelitian pada dasarnya merupakan suatu cara atau teknis yang diharapkan mampu menemukan, merumuskan, menganalisis, ataupun memecahkan masalah-masalah dalam penelitian agar data-data yang diperoleh lengkap, relevan, akurat, dan nyata. Maka dibutuhkan metode analisis yang tepat dan dapat diandalkan. Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode sebagai berikut:

A. Waktu dan Tempat Penelitian

Waktu yang digunakan untuk melakukan penelitian ini adalah pada bulan Mei tahun 2021. Tempat penelitian ini dilakukan di DM Wisata Air Tirta Persada yang terletak di Jl. Raya Mandalawangi No.15 Ds. Kadubungbang Kec. Cimanuk Kab. Pandeglang Banten 42271. Objek yang akan diteliti oleh penulis adalah wisatawan yang berkunjung ke DM Wisata Air Tirta Persada. Pemilihan lokasi penelitian ini karena didasarkan atas tempat yang peneliti ketahui, belum ada peneliti terdahulu yang melakukannya dan kebanyakan wisatawan dari luar daerah yang berdatangan. Maka dari itu penulis merasa tertarik untuk

meneliti terkait pengaruh media sosial dan daya tarik wisata terhadap minat berkunjung di DM Wisata Air Tirta Persada.

B. Jenis Penelitian dan Sumber Data

1) Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan penelitian yang berjenis kuantitatif, karena datanya berupa angka-angka dan diuji statistik, penelitian kuantitatif adalah penelitian yang mengumpulkan data berupa angka-angka, kemudian diolah dan dianalisis menggunakan statistik untuk mendapatkan informasi ilmiah.[1] Penelitian kuantitatif digunakan untuk menguji hipotesis. Penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh sosial media dan daya tarik wisata terhadap minat kunjung wisata di DM Wisata Air Tirta Persada. Selain itu jenis penelitian ini juga digunakan untuk menggambarkan keadaan DM Wisata Air Tirta Persada dengan data-data yang diperoleh.

2) Sumber Data

a. Data Primer

Data primer adalah data yang pertama kali yang harus dikumpulkan oleh peneliti dengan cara mengambil data

[1] Nanang Martono, "*Metode Penelitian Kuantitatif Analisis Isi dan Analisis Data sekunder",* (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2014) h. 20

langsung dilapangan. Data primer yang digunakan dalam penelitian ini adalah hasil pengisian melalui kuesioner oleh wisatawan, yaitu wisatawan DM Wisata Air Tirta Persada.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang berupa informasi yang telah ada sebelumnya, dan peneliti sengaja mengumpulkan data tersebut untuk melengkapi kebutuhan data penelitian. Pengambilan data sekunder dalam penelitian ini diambil dari buku, laporan, dan situs yang berkaitan dengan data yang sedang dicari.

C. Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel

1) Sampel

Populasi adalah wilayah yang berkesimpulan umum yang mana nantinya akan ditetapkan peneliti dan menarik kesimpulannya, yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu.[2]

Jadi, dapat ditarik kesimpulan bahwasannya populasi adalah bukan hanya orang, tetapi bisa juga berupa benda-benda atau

[2] Sugiyono, *"Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D"*, (Bandung: Alfabeta, 2019), cet ke-26, h.80

obyek yang lainnya. Populasi juga bukan tentang sekedar jumlah yang terdiri dari obyek/subyek, tetapi meliputi karakteristik/sifat pada obyek/subyek tersebut. Dalam penelitian ini penulis menggunakan populasi teoritis, yang mana ditunjukan kepada wisatawan yang datang berkunjung karena mengetahui informasi DM Wisata Air Tirta Persada melalui media sosial

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh banyaknya populasi. Pada dasarnya yang dipelajari pada sampel dan menghasilkan kesimpulan, maka kesimpulan itu dapat digunakan untuk populasi juga, maka dari itu sampel yang diambil dari populasi harus dapat mewakili.[3]

Dan jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini menggunakan rumus Lemeshow, hal ini dikarenakan populasi tidak diketahui atau tidak terhingga. Berikut ini rumusnya:[4]

$$n = \frac{Z_{1-\propto/2}P(1-P)}{d^2}$$

Keterangan:

---

[3] Sugiyono, *"Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D",* (Bandung: Alfabeta, 2019), cet ke-26, h.81

[4] Ika wulandari, *"Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Eceran (Retailing Mix) Terhadap Keputusan Pembelian pada Mini Market Omi King Mart Di Candi Siduarjo",* (Program Studi Manajemen Dakwah, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, 2015), h. 50

n = Jumlah Sampel

P = Proporsi Populasi Yang Tidak Diketahui Jumlahnya

d = Menunjukkan Jarak Pada Dua Arah

z = Mencerminkan Berapa Galad Baku yang Jauhnya dari Nilai Rata-Rata.

- Untuk Nilai **z**

  95% = sampel akan jatuh diantara 1,960 galad baku proporsi populasi

  99% = 2,576

  90% = 1,645

- Untuk Nilai P

P	P(1-P)
0,5 =	0,25
0,4 =	0,24
0,3 =	0,21
0,2 =	0,16
0,1 =	0.09

Oleh karena itu, jika peneliti tidak mengetahui P dalam populasi maka memilih P sebesar 0,5, tingkat kepercayaan sebesar 95%, dengan alpa sebesar 10% (0,10).

$$n = \frac{z^2 1-\alpha/2P(1-P)}{d^2}$$

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

$$n = \frac{3{,}8416\ .\ 0{,}25}{0{,}01}$$

$$n = 96{,}04$$

Jika berdasarkan rumus tersebut sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebesar 96,04, maka dalam penelitian ini penulis harus mengambil data setidaknya sejumlah 96 sampel wisatwan.

2) Teknik Pengambilan Sampel.

Teknik pengambilan sampel ada dua macam, yaitu propability sampling dan non propability sampling. Propability sampling adalah suatu teknik yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi yang dipilih untuk sampling. Teknik ini meliputi *simple random sampling, startifed sampling, cluster sampling, dan double sampling.*[5] Sedangkan nonpropability sampling kebalikan dari propability sampling yaitu teknik yang tidak memberi peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi yang dipilih untuk

[5] Sugiyono, *"Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D",* (Bandung: Alfabeta, 2019), cet ke-26, h.82

sampling. Teknik ini berupa *sampling sistematis, kuota, aksidental, purposive, jenuh, snowball.*[6]

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan teknik pengambilan sampel berupa nonpropability sampling, berdasarkan teknik *purposive sampling. Purposive sampling* adalah suatu teknik pengambilan sampel dengan pertimbangan atau kriteria-kriteria tertentu.[7] Adapun kriteria-kriterianya sebagai berikut:

a. Berusia 17 tahun hingga usia 55 tahun.
b. Wisatawan yang sudah dan sedang berkunjung mengetahui ke DM Wisata Air Tirta Persada melalui sosial media.

D. Teknik Pengumpulan Data dan Pengolahan Data

1) Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan cara yang digunakan peneliti untuk memperoleh data. Dalam pengumpulan data pada penelitian ini peneliti menggunakan metode sebagai berikut :

a. Survei

---

[6] Sugiyono, *"Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D",* (Bandung: Alfabeta, 2019), cet ke-26, h.84

[7] Sugiyono, *"Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D",* (Bandung: Alfabeta, 2019), cet ke-26, h.85

Survei merupakan metode pengumpulan data dengan cara menyusun dan menyiapkan pertanyaan-pertanyaa yang ditunjukan kepada responden untuk mendapatkan informasi data-data yang terkait hal ini bisa berbentuk sampel dari sebuah populasi.[8]

b. Kuesioner

Kuesioner adalah suatu pertanyaan yang berisi tentang pandangan atau persepsi yang sedang diteliti. Angket juga merupakan teknik pengumpulan data dengan memberikan pertanyaan atau pernyataan kepada responden.[9] Ditengah pandemi Covid-19 ini pengumpulan data melalui kuesioner peneliti tidak diwajibkan untuk datang dan bertemu dengan responden dan hadir menyaksikan pengisian kuesioner. Namun, peneliti membagikan *link* yang berisikan kuesioner secara serentak kepada responden.

Skala pengukuran dalam kuesioner ini dibuat dengan menggunakan skala likert. Skala ini berhubungan dengan pernyataan sikap, pendapat, dan persepsi seseorang terhadap

---

[8] Sugiyono, *"Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D",* (Bandung: Alfabeta, 2019), cet ke-26, h.56

[9] Sugiyono, *"Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D",* (Bandung: Alfabeta, 2019), cet ke-26, h.142

sesuatu. Alternatif pernyataan dari setuju sampai tidak setuju, senang sampai tidak senang.[68] Berikut adalah kategori penilaian dalam penelitian, dimana masing-masing pernyataan diberi skor 1 sampai 5, yaitu:

- 1 = Sangat Tidak Setuju
- 2 = Tidak Setuju
- 3 = Netral
- 4 = Setuju
- 5 = Sangat Setuju

c. Dokumentasi

Dokumentasi adalah suatu metode pengumpulan data yang dikumpulkan dan disiapkan oleh pihak lain yaitu berupa buku-buku, jurnal-jurnal, dan referensi yang berkaitan dengan penelitian yang sedang dilakukan.[10]

2) Pengolahan Data

Untuk mengetahui tujuan dalam penelitian ini, apakah terdapat pengaruh dan seberapa besar Pengaruh Sosial Media dan Daya Tarik Wisata Terhadap Minat Kunjung Wisatawan Dimasa *Pandemic* Covid-19 Pada DM Wisata Air Tirta Persada. Untuk itu dibutuhkan alat ukur agar dapat mengolah atau

---

[10] Sugiyono. "*Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif*". (Bandung: Alfabeta, 2019). h. 200

menghitung data yang diperoleh dari responden melalui teknik pengumpulan data kuesioner atau angket maka peneliti menggunakan analisis regresi linier sederhana dalam pengolahan data dengan bantuan program aplikasi perangkat lunak yaitu SPSS (*Statistical Product and Service Solution*) versi 26.

Adapun metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survey. Menurut Singarimbun, Efendi, dkk mengatakan bahwa penelitian survey adalah penelitian yang mengambil sampel dari satu populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data yang pokok.[11] Metode ini bertujuan untuk melihat keadaan yang menjadi objek penelitian apa adanya, tanpa intervensi dari peneliti. Oleh sebab itu, peneliti merasa perlu menggunakan metode survey karena metode ini lazim menggunakan angket atau kuesioner sebagai instrumen utama dalam mengumpulkan data di lapangan dan proses melakukan penelitian cepet dan sederhana.

E. Teknik Analisis Data

1) Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

---

[11] Sugiyono, *"Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D"*, (Bandung: Alfabeta, 2019), cet ke-26, h.86

a. Uji Validitas

Uji validitas adalah alat ukur yang menunjukkan keabsahan alat ukur. Uji validitas ini di gunakan cara untuk mengetahui suatu kelayakan suatu pertanyaan-pertanyaan didalam definisi suatu variabel. [12] Rumus yang akan digunakan adalah:

$$\mathbf{rxy} = \frac{n\sum xy-(\sum x)(\sum y)}{\sqrt{(n\sum_x 2-(\sum x)^2)-(n\sum_y 2-(\sum y)^2)}}$$

Keterangan:

r = Koefisien Korelasi

$\sum xy$ = Jumlah Hasil Perkalian x dan y

$\sum x$ = Jumlah Nilai variabel x

$\sum y$ = Jumlah Nilai Variabel y

$\sum_x 2$ = Jumlah Pangkat Dua Nilai Variabel x

$\sum_y 2$ = Jumlah Pangkat Dua Nilai Variabel y

n = Banyaknya Sampel

Kriteria uji valisdasi

a) Jika r hitung ≥ r tabel, dan bernilai positif, maka pertanyaan (indikator) dinyatakan valid.

[12] Sugiyono. "*Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif*". (Bandung: Alfabeta, 2019). h. 159

b) Jika r hitung < r tabel, dan bernilai positif, maka pertanyaan (indikator) dinyatakan tidak valid.

b. Uji Reliabilitas

Suatu alat ukur dikatakan dapat dipercaya atau realibilitas apabila alat ukur yang digunakan dapat diandalkan dapat dipercaya serta dapat dugunakan dalam peramalan. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan program SPSS. Rumus yang digunakan adalah:

$$A = \frac{K.r}{1+(K-1).r}$$

Keterangan:

A = Koefisien reliabilitas

K = Jumlah Item Reliabilitas

r = Rata-Rata Korelasi antar Item

1 = Bilangan Konstanta

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan program SPSS. Jika nilai Alpha > 0,60 maka data tersebut dapat dipercaya atau reliabel.[13] Pengujian reliabilitas kuesioner penelitiaan ini menggunakan metode *Cronbach's Alpha* (α).

2) Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

[13] Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu pendekatan Praktik* (Jakarta: Rineka Cipta, 2013), h. 221

Uji normalitas dapat digunakan ketika akan menganalisis data apakah terdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik yaitu yang memiliki residual yang terdistribusi normal. Jadi dapat dikatakan uji normalitas bukan hanya dilakukan pada masing-masing variabel, akan tetapi pada nilai residualnya. Dan apabila suatu data tidak berdistribusi normal maka menggunakan solusi lain yaitu dengan cara menambah lebih banyak sampel. Dalam uji *Kolmogorov-Smirnov* (Uji K-S) adalah salah satu alat uji normalitas, data dapat dikatakan normal apabila nilai sig > 0,05.[14]

b. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedestisitas digunakan untuk melihat variasi residual dari pengamatan satu kepengamatan yang lainnya, sehingga variasi residual harus bersifat homokedestisitas. Dan model yang baik apabila tidak terdapat pola pada grafik tertentu seperti mengumpul ditengah, menyempit, kemudian melebar atau sebaliknya.[15] Peneliti dalam penelitian ini

---

[14] Natalia Weny Sari, Skripsi, "*Pengaruh Persepsi Wisata Pada daya Tarik Objek Wisata dan Motivasi Wisatawan Terhadap Minat Kunjung Ulang Studi Pada Bukit Kelam Sintang",* (Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Sanata Dharma Yogyakarta, 2018), h. 51.

[15] Brian Erianti Karunia Asri, " Pengaruh *E-WoM* dan Daya Tarik Wisata Terhadap Minat Kunjung Wisatawan Berdasarkan Persepsi Daya Tarik Wisata

mengguankan metode pola pada grafik, dan uji spearmen's rho.

c. Uji Multikolenialitas

Pengujian ini bertujuan untuk menguji apakah ada kondisi yang terjadi korelasi atau hubungan yang kuat antar variabel bebas yang diikutsertakan dalam pembentukan model regresi linear. Prasyarat yang harus terpenuhi dalam model regresi adalah tidak adanya multikolenialitas. Adapun alat statitik yang sering digunakan untuk mengukur atau menguji gangguan multikolenialitas yaitu dengan *variance inflation faktor* (VIF), korelasi pearson antara variabel-variabel bebas, atau dengan melihat eigenvalues dan condition index (CI).[16]

3) Uji Hipotesis

a. Regresi Linear Berganda

Regresi linear berganda sebenarnya pengembangan dari regresi linear sederhana. Hanya saja pada analisis linear

---

Menurut Karakteristik Demografis Pada Taman Wisata Alam Mangrove Pantai Indah Kapuk", (Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Sanata Dharma Yogyakarta: 2018), 69.

[16] Irma Riantika, Skripsi, "Pengaruh *Electronic Word of Mouth*, Daya Tarik, dan Lokasi Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Dicurug Sidoharjo" (Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Sanata Dharma, Yogyakarta:2016), 56.

berganda agak kompleks, karena melibatkan banyak variabel bebas. Analisis linear berganda adalah hubungan linear anatara satu atau lebih variabel independen (X), dengan variabel dependen (Y). Rumus regresi linear berganda sebagai berikut:[17]

$$\mathbf{Y = a + b_1X_1 + b_2X_2}$$

Keterangan:

Y : keputusan konsumen

a : Konstanta (apabila nilai X = 0)

X_1 : Promosi Melalui Sosial media

X_2 : *Word of mouth*

e : Eror

b. Uji t

Uji t digunakan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel bebas secara parsial dalam menerangkan variasi variabel terikat. Uji t dilakukan pertama-tama menggunakan cara menentukan tingkat signifikasi α = 5%, kemudian menentukan t hitung rumusnya sebagai berikut :[18]

---

[17] Dyah Nirmala Arum Janie, *Statistik Deskriptif dan Regresi Linear Berganda dengan SPSS*, (Semarang : Semarang Univrsity Press, 2012), h.13.

[18] Irma Riantika, Skripsi, "Pengaruh *Electronic Word of Mouth*, Daya Tarik, dan Lokasi Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Dicurug Sidoharjo"

$$t \text{ hitung} = \frac{r\sqrt{n-k-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Keterangan :

r = Koefisien Korelasi parsial

k = Jumlah Variabel Independen

n = Jumlah data

Hipotesi yang di uji adalah :

H_0 ditolak dan H_α diterima jika $t_{hitung} \geq t_{tabel}$

H_0 diterima dan H_α ditolak jika $t_{hitung} < t_{tabel}$

c. Uji F

Uji F dugunakan untuk menunjukkan apakah semua variabel independent yang dimasukan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Pengujian ini dilakukan dengan membandingkan F hitung dengan F tabel dengan rumus sebagai berikut : [19]

$$F = \frac{\frac{R^2}{K}}{\frac{1-R^2}{(n-k-1)}}$$

(Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Sanata Dharma, Yogyakarta:2016), h. 53

[19] Brian Erianti Karunia Asri, " Pengaruh *E-WoM* dan Daya Tarik Wisata Terhadap Minat Kunjung Wisatawan Berdasarkan Persepsi Daya Tarik Wisata Menurut Karakteristik Demografis Pada Taman Wisata Alam Mangrove Pantai Indah Kapuk", (Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Sanata Dharma Yogyakarta: 2018), h. 74

Keterangan :

R^2 = Koefisien Korelasi Berganda

K = Jumlah Variabel Independen

n = Jumlah Anggota Sampel

dk = (n-k-1) Derajat kebebasan

Kriteria pengujian

Jika $F_{hitung} \geq F_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan Hα diterima

Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_0 diterima dan Hα ditolak

d. Koefisien Korelasi (R)

Uji koefisien korelasi digunakan untuk mengukur seberapa besar hubungan antara dua variabel serta uji koefisien korelasi ini menggambarkan kuat atau lemahnya suatu hubungan antara dua variabel

Tabel 3.1
Pedoman Uji Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat Rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat kuat

e. Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh antar variabel yaitu variabel independen terhadap variabel dependen. Adapun tujuannya dari uji ini yaitu untuk menentukan proporsi atau persentase total variasi dalam variabel dependen yang dijelaskan oleh variabel independen. Menghitung koefisien determinasi dapat menggunakan rumus sebagai berikut:[20]

$$\mathbf{R^2} = \frac{\boldsymbol{b_1 \sum x1Y + b_2 \sum x2Y}}{\boldsymbol{\sum_Y 2}}$$

Keterangan:

R^2 = Koefisien Determinasi

x = Variabel Independen

b = Koefisien Regresi

Y = Variabel Depen den

[20] Brian Erianti Karunia Asri, " Pengaruh *E-WoM* dan Daya Tarik Wisata Terhadap Minat Kunjung Wisatawan Berdasarkan Persepsi Daya Tarik Wisata Menurut Karakteristik Demografis Pada Taman Wisata Alam Mangrove Pantai Indah Kapuk", (Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Sanata Dharma Yogyakarta: 2018), h.70

F. Konsep Operasional Variabel Penelitian

Tabel 3.2
Konsep operasional variabel penelitian

Nama Variabel	**Konsep Variabel**	**Indikator**	**Dimensi**	**Skala**
Sosial Media (X1)	Menurut Kotler dan Keller sosial media adalah suatu sarana untuk konsumen yang digunakan untuk berbagi informasi, baik melalui foto, video, ataupun kolom komentar.	Context (kondisi)	Cara menyampaikan pesan kepada konsumen.	Likert
		Communications (komunikasi/percakapan)	Tingkat kemudahan dalam bertukar informasi.	Likert
		Connection (Keterhubungan)	Tingkat kemudahan komunikasi antar pengguna	Likert
			Tingkat kemudahan dalam menemukan informasi	Likert
			Tingkat kemudahan dalam mengakses situs dan sumber informasi	Likert
		Collaborations (kolaborasi/kerjasama)	Tingkat kemudahan dalam bertukar pikiran terhadap minat yang sama	Likert

		Openness (Keterbukaan)	Tingkat keleluasaan dalam membuat komentar atau pernyataan.	Likert
			Tingkat kemudahan menggunakan konten-konten.	Likert
Daya Tarik (X2)	Menurut UU No.10 tahun 2019 daya tarik wisata adalah sebagai salah satu yang mempunyai keunikan, kemudahan, dan nilai yang berupa keaneka ragaman kekayaan alam, budaya dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau	What to See (daya tarik yangdapat disaksikan)	Onjek wisata mempunyai daya tarik khusus yang tidak dimiliki oleh objek wisata lain.	Likert
		What to do(aktivitas yang dapat dilakukan)	Objek wisata dapat menarik calon wisatawan untuk dating berkunjung	Likert
		What to buy (sesuatu yang dapat dibeli)	Objek wisata tersebut dapat menarik wisatawan untuk membelanjakan uang mereka.	Likert
		What to arrive (alat transportasi)	Transfortasi untuk menuju ke tempat objek wisata tersebut	Likert

	kunjungan wisata.	Where to stay (penginpan)	Tempat istirahat wisatawan.	Likert
Minat Berkunjung (Y)	Minat berkunjung adalah suatu pernyataan seseorang untuk membeli suatu produk atau jasa	Tertarik untuk mencari informasi	Wisatawan terdorong mencari informasi lebih banyak mengenai objek wisata yang akan dituju.	Likert
		Mempertimbangkan untuk membeli	Wisatawan membandingkan objek wisatawan yang akan dituju dengan objek wisata lainnya	Likert
		Tertarik untuk mencoba	Wisatawan mengevaluasi secara rasional mengenai objek wisata yang akan dituju dengan objek wisata yang lainnya, yang membuat konsumen untuk berkunjung	Likert
		Ingin mengetahui produk	Setelah memiliki ketertarikan terhadap	Likert

			wisata, maka wisatawan tersebut akan terdorong mengetahui objek wisata yang akan dipilihnya.	