

3. METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Gambaran Umum Konteks Penelitian

Kawasan Jalan Tunjungan merupakan salah satu peninggalan bersejarah Belanda, pada tahun 1930-an kawasan ini merupakan kompleks pertokoan utama di Surabaya dengan bangunan beton dan gaya arsitektur modern. Pada awal abad ke-20, Jalan Tunjungan telah menjadi pusat komersial yang merupakan jalan penghubung antara daerah perumahan disebelah Selatan-Timur dan Barat Kota Surabaya, dan terdapat daerah perdagangan yang ada di sekitar Jembatan Merah.

Gedung Siola adalah salah satu bangunan yang terkenal di Jalan Tunjungan. Berdiri sejak Maret 1923, gedung yang merupakan pusat perdagangan dan bisnis memiliki nama asli “Whiteaway Laidlaw” sebagai toko serba ada yang menjual barang-barang Jepang yang kemudian berganti nama menjadi “Toko Chidoya”. Saat ini, gedung Siola telah menjadi bangunan cagar budaya untuk tempat pelayanan publik sekaligus museum monumen yang mengabadikan kisah keberanian pejuang Surabaya dalam melawan penjajah. Selain gedung, di Jalan Tunjungan juga memiliki peninggalan hotel mewah bersejarah dalam proses kemerdekaan Indonesia yakni Hotel Majapahit. Hotel yang telah berdiri sejak 1910, dengan nama awal “Hotel Oranje” dan mengalami perubahan nama beberapa kali. Hotel Majapahit telah menjadi bukti perjuangan kemerdekaan Bangsa Indonesia, ketika bendera Belanda dirobek oleh pemuda-pemuda Surabaya.

Dilansir dari Surabaya Tourism (2024), Jalan tunjungan sebagai saksi bisu sejarah memiliki daya tarik yang unik dan banyak terutama pada bangunan-bangunan tua yang terus berdiri kokoh dan awet. Adanya hotel bersejarah tempat berkibarnya bendera merah putih pertama kali, menjadi bukti otentik masa lalu. Dengan paduan sejarah dan hadirnya restoran-restoran kekinian, Jalan Tunjungan yang dulunya dikenal sebagai pusat perdagangan kini berhasil menarik perhatian pengunjung dengan pesona masa lalu dengan gaya hidup modern dan menjadi pusat kuliner dan bisnis.

3.2 Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif eksplanatif yang menjelaskan signifikansi hubungan antar variabel. Variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Object-based Authenticity*, *Overall Perceived Value*, dan *Behavioral Intentions*.

3.3 Gambaran Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh masyarakat kota Surabaya yang mengunjungi *heritage spots* di Surabaya, khususnya Jalan Tunjungan. Profil pengunjung tersebut adalah:

- Warga Surabaya dan luar Surabaya
- Berusia 12 - 65 tahun
- Remaja hingga dewasa
- Berprofesi sebagai pelajar, mahasiswa, pekerja, pemilik bisnis

3.3.2 Sampel

Sampel dalam penelitian ini diambil berdasarkan metode *purposive sampling* dimana setiap anggota populasi tidak memiliki kesempatan atau peluang yang sama untuk direkrut sebagai responden penelitian (Malhotra, 2015). Oleh karena itu, penulis memberikan kriteria-kriteria tertentu untuk menjamin bahwa responden-responden yang direkrut memiliki kualifikasi yang akurat dalam menjawab tujuan maupun permasalahan penelitian. Kriteria-kriteria yang dimaksud adalah sebagai berikut:

- Mahasiswa dan Pelajar SMA/Sederajat
- Berusia 16 - 22 tahun
- Pernah mengunjungi Jalan Tunjungan minimal 1 kali dalam kurun waktu 3 bulan terakhir

Dalam penelitian ini, pengambilan sampel dengan kriteria di atas dikarenakan target market responden yang dituju sangat luas, terlebih lagi dapat dikatakan pengunjung dominan dari Jalan Tunjungan Surabaya adalah Generasi Z atau setara dengan siswa menengah atas hingga mahasiswa. Dengan sampel yang dituju, peneliti ingin mengetahui bagaimana karakter

Generasi Z dalam perilaku konsumsinya dan nilai serta persepsi terhadap destinasi wisata Jalan Tunjungan Surabaya.

3.4 Jenis dan Sumber Data

Berdasarkan sumbernya, data dibagi menjadi 2 jenis yakni data kuantitatif dan data kualitatif. Sedangkan berdasarkan sifatnya, terdapat 2 jenis data yakni data primer dan data sekunder. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik penelitian kuantitatif dengan menyebarkan kuesioner yang kemudian hasilnya akan diolah dalam bentuk angka. Peneliti menggunakan jenis data berdasarkan sumbernya, dengan penjelasan sebagai berikut:

- Data Primer

Data Primer merupakan data yang didapat dari informasi secara langsung terhadap objek penelitian tanpa mengandalkan data yang sudah ada sebelumnya. Dalam penelitian ini, peneliti akan mendapatkan data primer melalui wawancara singkat dan pengisian kuesioner.

- Data Sekunder

Data Sekunder merupakan data yang didapat dari sumber-sumber yang telah dipublikasi sebelumnya. Dalam penelitian ini, peneliti memperoleh dan menggunakan data sekunder dari artikel jurnal terdahulu, berita *online*, buku digital yang diakses melalui media elektronik.

3.5 Metode dan Prosedur Pengumpulan Data

Metode penelitian dalam sebuah penelitian sangat penting karena bertujuan untuk mendapatkan data yang diperlukan. Peneliti akan menggunakan metode pengumpulan data sebagai berikut :

- Metode Survei

Metode yang digunakan untuk mengumpulkan data penelitian adalah dengan menyebarkan angket survei dalam bentuk kuesioner singkat berisi pertanyaan-pertanyaan tertulis yang akan diisi oleh responden. Melalui aplikasi media sosial antara lain *whatsapp*, *instagram*, dan *line*, kuesioner akan dibagikan dengan menggunakan tautan *Google Form*.

- Studi pustaka

Studi pustaka dilakukan untuk membangun landasan teori yang kuat dengan mengkaji berbagai karya ilmiah para ahli terdahulu dan membaca artikel berita dari berbagai sumber terpercaya. Data tersebut kemudian diolah sebagai acuan untuk membantu peneliti memahami lebih dalam tentang variabel yang diteliti yakni *Object-based Authenticity*, *Overall Perceived Value*, dan *Behavioral Intentions* dengan Jalan Tunjungan Surabaya sebagai objek.

- Instrumen Penelitian

Semua informasi yang diperoleh secara langsung dari responden melalui kuesioner yang disebut juga data primer. Dalam pembuatan kuesioner, peneliti menggunakan skala Likert untuk mengukur pendapat responden. Skala yang digunakan adalah rentang angka 1 sampai 5 (dari sisi kiri ke sisi kanan), dimana angka yang lebih rendah mengindikasikan konotasi negatif (ketidaksetujuan) dan angka yang lebih tinggi mengindikasikan konotasi positif (persetujuan). 1 2 3 4 5

Keterangan:

1 = Sangat Tidak Setuju (STS)

2 = Tidak Setuju (TS)

3 = Netral (N)

4 = Setuju (S)

5 = Sangat Setuju (SS)

3.6 Definisi Operasional Variabel

3.6.1 *Object-Based Authenticity*

Object-Based Authenticity didefinisikan sebagai persepsi atau evaluasi konsumen mengenai keaslian arsitektur, bangunan, kekhasan desain interior, dan pemandangan jalanan dari sebuah spot *heritage* (Lee & Phau, 2018), yang mempengaruhi persepsi konsumen mengenai nilai/manfaat heritage spot tersebut. *Object-Based Authenticity* diukur melalui indikator-indikator empirik berikut ini

(Lee & Phau, 2018):

Assimilation

- Pengunjung senang melihat bagaimana kota Surabaya menyatu dengan kawasan bersejarah Jalan Tunjungan

Peculiarities

- Pengunjung menyukai keunikan desain interior di dalam bangunan-bangunan bersejarah di Jalan Tunjungan (contoh: di dalam Hotel Majapahit, Gedung Siola)
- Pengunjung menyukai keunikan perabotan-perabotan sepanjang area Jalan Tunjungan (contoh: lampu taman, kursi, papan informasi, dll)

Atzeni et al. (2022):

Historical

- Jalan Tunjungan memiliki objek-objek bersejarah asli dari masa lalu (contoh: Hotel Majapahit, Gedung Siola, Monumen Pers)
- Jalan Tunjungan memiliki benda-benda bersejarah asli dari masa lalu (contoh: lampu taman, kursi, papan informasi, dll)

Originality

- Objek-objek bersejarah di Jalan Tunjungan (contoh: Hotel Majapahit, Gedung Siola, Monumen Pers) terlihat asli (tidak dipugar atau direnovasi)

Culturally genuine

- Jalan Tunjungan adalah kawasan yang benar-benar bersejarah
- Jalan Tunjungan adalah kawasan yang memiliki warisan budaya asli dari masa lalu

3.6.2 Overall Perceived Value

Overall Perceived Value didefinisikan sebagai penilaian konsumen terhadap nilai suatu objek wisata dari pengalaman mengkonsumsi produk maupun jasa di situs terkait (Lee & Phau, 2018; Duman & Mattila, 2005), dan dapat diukur melalui indikator-indikator empiris sebagai berikut:

Pleasure

- Berkunjung ke Jalan Tunjungan memberikan kepuasan tersendiri bagi pengunjung

Overall Experience

- Berkunjung ke Jalan Tunjungan merupakan pengalaman yang menyenangkan bagi pengunjung

Beyond Expectation

- Pengalaman berkunjung ke Jalan Tunjungan melebihi ekspektasi pengunjung

Improved Perception

- Pandangan pengunjung terhadap Jalan Tunjungan menjadi lebih baik setelah berkunjung kesana

Favorability

- Pengunjung menikmati waktunya selama berkunjung ke Jalan Tunjungan

Valuable

- Menurut pengunjung, pengalaman mengunjungi Jalan Tunjungan sepadan dengan harganya

3.6.3 Behavioral Intentions

Dalam penelitian ini, *Behavioral Intentions* didefinisikan sebagai keinginan atau komitmen yang kuat untuk terus menggunakan/membeli produk atau layanan di masa yang akan datang. Dalam penelitian menurut Loureiro (2014) *Behavioral Intentions* ini dapat diukur dari indikator-indikator berikut:

Positive Testimonial

- Pengunjung akan memberikan testimoni positif tentang Jalan Tunjungan kepada orang lain

Recommendation

- Jika ada yang bertanya mengenai rekomendasi situs bersejarah, pengunjung akan merekomendasikan Jalan Tunjungan

Invitation

- Pengunjung akan mengajak keluarga, teman dan kerabat untuk mengunjungi Jalan Tunjungan

Revisit Intention

- Ketika ada kesempatan (liburan, waktu luang, dll), pengunjung akan berkunjung kembali ke Jalan Tunjungan

Preference (tambahan penulis)

- Pengunjung akan memilih Jalan Tunjungan dibandingkan tempat *heritage spot* yang lain di Surabaya
- Pengunjung akan mengunjungi Jalan Tunjungan terlepas dari biaya yang harus dikeluarkan

3.7 Teknik Analisa Data

3.7.1 Teknik Analisa Deskriptif

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode analisis deskriptif dengan menghitung nilai mean dan nilai standar deviasi. Mean atau rata-rata didapat dengan menjumlahkan seluruh nilai data lalu dibagi dengan jumlah total data. Cara ini sesuai dengan rumus yang dijelaskan oleh Kuncoro (2013) sebagai berikut:

$$\bar{x} = \frac{\sum_{i=1}^n x_i}{n}$$

Keterangan:

n = jumlah data

\bar{x} = data yang akan ke i

Σ = jumlah keseluruhan data

Perhitungan Rentang Skala:

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan skala likert untuk digunakan dalam kuesioner untuk mengukur nilai terendah yaitu 1 dan nilai tertinggi yaitu 5. Skala Likert digunakan untuk mengukur pendapat responden dan berfungsi untuk mengkategorikan jawaban dan memungkinkan analisis kuantitatif, seperti menghitung rata-rata. Untuk menentukan interval kelas dari data yang diperoleh, peneliti menggunakan rumus yang diusulkan oleh Umar (2019), yaitu:

$$RS = \frac{(m-n)}{b}$$

RS = Rentang Skala

m = Skala tertinggi

n = Skala terendah

b = Jumlah kelas

Rentang Skala:

$$RS = \frac{(5-1)}{5} = \frac{4}{5} = 0.8$$

Dengan rentang skala 0.8, maka skala numerik yang akan digunakan adalah:

1.00 - 1.80 = Sangat tidak setuju

1.80 - 2.60 = Tidak setuju

2.60 - 3.40 = Netral

3.40 - 4.20 = Setuju

4.20 - 5.00 = Sangat setuju

3.7.2 Analisis Statistik Inferensial

Ali dan Bhaskar (2016) menjelaskan statistik Inferensial memungkinkan peneliti menarik kesimpulan tentang generalisasi dari kelompok sampel ke populasi. Dalam konteks penelitian ini, penggunaan PLS-SEM untuk menganalisis data yang kompleks. PLS-SEM merupakan metode yang tepat untuk memodelkan hubungan kausal dan membuat prediksi tanpa memerlukan asumsi distribusi data (Hair et al., 2019).

Evaluasi *Goodness of Fit Model PLS*

Sebagai langkah awal dalam analisis data untuk memastikan kualitas model penelitian, evaluasi model PLS dilakukan untuk menguji kesesuaian model pengukuran dan model struktural. Berdasarkan Jogiyanto (2018), pemeriksaan terhadap validitas konstruk dan reliabilitas instrumen penelitian untuk memastikan model pengukuran yang digunakan sudah tepat yang meliputi penilaian terhadap *outer model* dan *inner model*.

Outer Model

Outer Model atau model pengukuran merupakan hubungan konsep abstrak dengan indikator yang digunakan untuk mengukur dalam penelitian (Henseler et al., 2016). Tujuan dari *outer model* adalah untuk menguji validitas (mengukur keberhasilan indikator) dan reliabilitas (tingkat konsistensi pengukuran) dari instrumen penelitian yang digunakan.

Validitas Konvergen

Dalam mengukur suatu konstruk saling konsisten dan berada dalam satu konsep indikator yang sama, Cheung et al., (2023) menggunakan validitas konvergen untuk memastikan instrumen penelitian yang digunakan dapat mengukur konstruk yang ingin diukur secara akurat dan dapat diandalkan. Agar validitas konvergen tercapai, indikator-indikator harus saling terikat erat dan

memiliki *factor loading* yang tinggi minimal 0,5 atau lebih baik secara ideal jika diatas 0,7. Selain *factor loading*, ada *average variance extracted (AVE)* yang digunakan untuk mengukur seberapa besar dan baik varian dalam indikator yang dapat menjelaskan konstraknya.

Validitas Diskriminan

Menurut Cheung et al., (2023), validitas diskriminan adalah konsekuensi dari validitas konvergen. Sebelum menguji perbedaan antara dua konstruk, sangat diperlukan untuk memastikan dua konstruk yang berbeda memiliki validitas konvergen yang baik terlihat dari indikator-indikatornya. Maka dari itu, pentingnya mengetahui bahwa satu indikator hanya digunakan untuk mengukur satu konstruk untuk menghindari kesulitan dalam membedakan antar konstruk satu dengan yang lain.

Composite Reliability

Menurut Jogiyanto (2018), nilai *composite reliability* merupakan indikator penting untuk mengukur konsistensi internal suatu konstruk. Semakin tinggi nilai, maka semakin konsisten jawaban responden terhadap pertanyaan-pertanyaan tersebut. Secara umum, nilai *composite reliability* dianggap baik jika diatas 0,7.

Inner Model

Analisis inner model bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis hubungan kausal antara variabel laten dalam model penelitian. Koefisien suatu variabel pada inner model juga diukur guna untuk menunjukkan kekuatan dan arah hubungan antar variabel. Proses bootstrapping juga dilakukan untuk mendapatkan dan menguji nilai t-statistik yang lebih akurat. Semakin tinggi nilai yang didapatkan pada model struktural PLS maka akan lebih baik. Nilai R-square sebesar 0,7 artinya 70% dari perubahan pada suatu konsep bisa dijelaskan oleh konsep lain dalam model kita.

Dalam menguji kebenaran hipotesis, nilai *inner model* akan memperlihatkan tingkat signifikannya. Hipotesis dapat diterima bila model menunjukkan nilai t-statistik diatas angka 1,96 dalam hipotesis *two tailed* dan untuk hipotesis *one tailed* diharuskan untuk berada diatas angka 1,64. Menurut Jogiyanto (2018), hal tersebut dilakukan untuk menguji hipotesis alpha 5% dan power 80%. Lalu R-Square Variabel dengan menggunakan *Stone-Geisser Q-Square test* akan menunjukkan konstruk laten dependen guna untuk melihat seberapa besar koefisien jalur struktural. Koefisien jalur struktural menunjukkan kekuatan hubungan antara variabel-variabel

dalam model. Nilai Q-square lebih besar dari 0 mengindikasikan bahwa model memiliki kemampuan prediksi yang baik. Sebaliknya, nilai Q-square dan lt 0 menunjukkan bahwa model kurang memiliki kemampuan prediksi (Jogiyanto, 2018). Metode PLS akan menggunakan R-Square untuk mengevaluasi model. Uji Q-Square memastikan bahwa model kita dapat digunakan untuk memprediksi hasil yang akurat.

Menurut Jogiyanto (2018), asumsi data yang berdistribusi bebas, evaluasi model struktural PLS akan dilakukan dengan mengukur R-Square untuk menilai kesesuaian model dengan data, serta Q-Square untuk mengukur relevansi prediktifnya. Pengujian signifikansi pengaruh antar variabel laten akan dilakukan dengan melihat nilai T-statistik lebih dari 1.96 atau P-value kurang 0.05. Berdasarkan teknik PLS-SEM, nilai T-statistik lebih dari 1.96 atau P-value kurang 0.05 menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antar variabel.