

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Desain penelitian memiliki definisi sebagai sebuah kerangka kerja yang digunakan dalam melakukan sebuah penelitian. Desain penelitian memberikan serangkaian prosedur dalam rangka untuk mendapatkan informasi yang diperlukan untuk menstrukturkan dan atau menjawab permasalahan penelitian (Malhotra, 2004). Desain penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian eksploratif dan penelitian deskriptif.

3.1.1 Penelitian Eksploratif

Penelitian eksploratif digunakan untuk berbagai tujuan diantaranya adalah untuk memahami suatu masalah atau situasi dalam menjelaskan suatu keadaan, mengidentifikasi alternatif arah kegiatan penelitian, mendapatkan pemahaman saat melakukan pendekatan terhadap permasalahan, dan mendapatkan prioritas untuk penelitian selanjutnya (Malhotra, 2004). Penelitian eksploratif dilakukan dengan riset kepustakaan dan riset data-data publikasi untuk mendapatkan data-data sekunder yang relevan dari berbagai sumber, misalnya, jurnal, buku-buku, internet, majalah, koran dan lain-lain.

3.1.2 Penelitian Deskriptif

Penelitian deskriptif merupakan penelitian yang dirancang untuk membantu pembuat keputusan dalam menentukan, mengevaluasi, dan memilih alternatif terbaik dalam memecahkan masalah. Penelitian yang bersifat deskriptif merupakan penelitian yang

bertujuan untuk menggambarkan sesuatu (Malhotra, 2004). Penelitian kuantitatif ini akan dilakukan satu kali dalam satu periode (*cross-sectional design*). Pengumpulan data dilakukan melalui teknik *survey* kuesioner kepada responden, kemudian selanjutnya data akan diolah dengan metode statistik menggunakan program *SPSS 11.5 for Windows*.

Peneliti melakukan *pretesting* kepada beberapa responden sebelum pengambilan data primer, dengan tujuan untuk mengurangi masalah yang mungkin timbul. *Pretesting* juga bertujuan untuk menguji pemahaman responden terhadap petunjuk pengisian, daftar pertanyaan, *layout*, dan kata-kata pada kuesioner yang nanti akan dibagikan kepada responden.

3.2 Data Penelitian

3.2.1 Data Primer

Data primer dihasilkan secara langsung oleh peneliti untuk tujuan tertentu dalam menjawab permasalahan penelitian (Malhotra, 2004). Pada penelitian ini, data primer dikumpulkan dengan metode *survey* menggunakan kuesioner yang terstruktur.

Pada pengambilan data primer melalui penyebaran kuesioner, peneliti menggunakan bentuk dasar dalam mendesain kuesioner (Malhotra, 2004) yaitu :

- a. *Close-ended questions*, yaitu suatu bentuk pertanyaan dengan berbagai alternatif pilihan atau jawaban kepada responden guna mengetahui karakteristik responden.
- b. *Open-ended questions*, yaitu suatu bentuk pertanyaan yang memberikan kebebasan bagi responden untuk membuat alternatif jawabannya sendiri.
- c. *Scaled response questions*, yaitu suatu bentuk pertanyaan yang menggunakan skala dalam mengukur dan mengetahui sikap responden terhadap pertanyaan-pertanyaan di kuesioner, dari sudut pandang responden. Dalam penelitian ini menggunakan skala *likert* yang terbagi atas lima tingkatan, yaitu :

1. STS (Sangat Tidak Penting)
2. TS (Tidak Penting)
3. N (Netral)
4. S (Penting)
5. SS (Sangat Penting)

Skala *likert* memungkinkan responden untuk mengindikasikan tingkat kesetujuan atau ketidaksetujuannya pada setiap pernyataan yang terkait dengan suatu objek tertentu. Kelebihan dari penggunaan skala *likert* (1-5) ini adalah mudah dibuat, dibagikan dan dipahami. Sedangkan kekurangannya adalah banyak memakan waktu (Malhotra, 2004).

3.2.2 Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang dikumpulkan dari berbagai sumber-sumber yang sudah ada sebelumnya untuk berbagai tujuan, misalnya artikel-artikel terkait dari majalah, koran, dan situs-situs web. Selain itu, peneliti mengumpulkan data sekunder melalui studi pustaka untuk membangun landasan teori yang sesuai dengan permasalahan atau model penelitian sehingga dapat menunjang pembahasan masalah yang sedang diteliti. Studi pustaka dilakukan dengan membaca buku-buku referensi (baik buku-buku wajib maupun buku-buku umum), tugas akhir, jurnal-jurnal penelitian, artikel-artikel, serta penelusuran internet yang berkaitan dengan pembahasan penelitian untuk mencari teori-teori dan prinsip-prinsip yang dapat diterapkan dalam penelitian ini.

3.3 Metode Pengambilan Sampel

3.3.1 Ukuran Sampel Populasi

Untuk menentukan ukuran sampel, peneliti menggunakan rumus Slovin (1960), yaitu sebagai berikut:

$$n = N / (1 + Ne^2)$$

n : ukuran sampel

N : ukuran populasi

e : nilai kritis (batas penelitian) yang diinginkan atau persen kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sampel populasi.

Tabel 3-1 Jumlah Kunjungan Wisatawan Indonesia ke Malaysia tahun 2000-2007

Tahun	Wisatawan Indonesia
2000	545,051
2001	777,449
2002	769,128
2003	621,651
2004	789,925
2005	962,957
2006	1,217,024
2007	1,804,535
Total	7,487,720
Rata-rata	935,965

Sumber: CEIC-Hongkong dan diolah oleh peneliti

Jumlah perkiraan populasi wisatawan Indonesia yang berkunjung ke Malaysia rata-rata per tahun = 935.965 orang. Maka, dengan batas ketelitian sebesar 10%, ukuran sampel yang didapat adalah:

$$n = 935.965 / (1 + 935.965 * (0.1)^2)$$

$$= 100 \text{ orang}$$

Dengan begitu jumlah sampel yang diambil adalah 100 orang, yaitu wisatawan Indonesia yang pernah melakukan perjalanan wisata ke Malaysia dalam kurun waktu lima

(5) tahun terakhir. Akan tetapi, pada penelitian ini, peneliti melebihkan 5 orang untuk dijadikan sebagai responden yaitu jumlah sampel menjadi 105 orang.

3.3.2 Metode Pengambilan Sampel

Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah *non probability sampling*, dimana elemen-elemen populasi tidak memiliki kesempatan yang sama untuk terpilih menjadi sampel (Indriantoro, Nur dan Bambang S., *Metodologi Penelitian Bisnis.*, 1999, BPFE-Yogyakarta, hal.130). Metode *non probability sampling* secara garis besar dibagi menjadi empat jenis: *convenience sampling*, *judgmental sampling*, *quota sampling*, dan *snowball sampling*. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan teknik *judgmental sampling* yaitu teknik pengambilan sampel dimana elemen populasi memiliki kriteria tertentu yang ditentukan berdasarkan penilaian peneliti (Malhotra, 2004). Kriteria pengambilan sampel tersebut didasarkan pada (1) pernah atau tidaknya responden melakukan perjalanan wisata ke Malaysia; (2) responden tersebut melakukan perjalanan wisata ke Malaysia tidak lebih dari 5 (lima) tahun terakhir sebelum dibagikan kuesioner.

3.3.3 Metode Pengumpulan Data

Kuesioner akan diisi sendiri oleh responden (*self-administered questionnaire*) kemudian peneliti menunggu dan mengawasi responden selama pengisian kuisisioner agar dapat diperoleh data yang *valid* dan keterangan yang jelas serta dapat memberikan keterangan bagi responden yang mengalami masalah pada saat pengisian kuesioner.

Peneliti meminta kesediaan responden yang baru tiba dari Malaysia di Bandara Soekarno-Hatta untuk mengisi kuesioner. Selain itu, peneliti juga menghubungi teman, kerabat, dan pengunjung pusat-pusat perbelanjaan yang ada di Jakarta dan sekitarnya yang memenuhi kriteria menjadi responden untuk meminta kesediaannya mengisi kuesioner. Hal

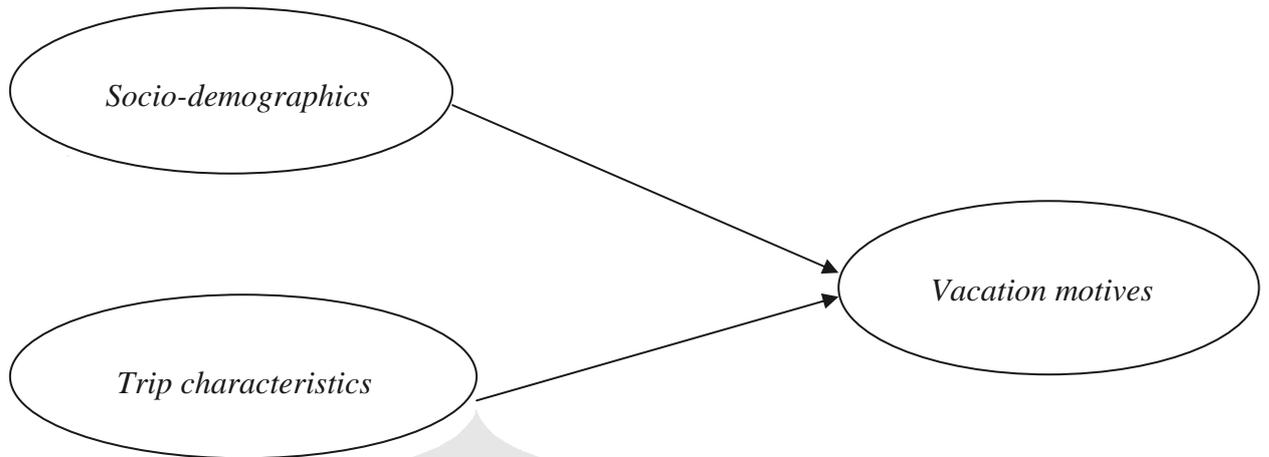
ini dilakukan untuk mencapai target pengisian kuesioner sebanyak 100 kuesioner. Namun peneliti melebihi 5 orang untuk dijadikan sebagai responden yaitu jumlah sampel menjadi 105 orang.

3.4 Kerangka Penelitian

Penelitian ini bersumber pada penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Vincent C.S Heung et al. (2001). Peneliti melakukan replikasi pada penelitian ini namun dengan mengambil kasus yang berbeda yaitu wisatawan Indonesia yang melakukan perjalanan wisata ke Malaysia.

Pada penelitian sebelumnya, Vincent C.S Heung et al. menemukan 25 (dua puluh lima) motivasi perjalanan dari wisatawan Jepang yang melakukan perjalanan ke Hongkong. Penelitian kali ini, berdasarkan hasil dari penelitian-penelitian sebelum Heung et al., peneliti menambahkan beberapa motivasi perjalanan yang belum teridentifikasi oleh Vincent C.S Heung et al., yaitu: (1) *sport tourism* (Gibson, 1998). Yang dimaksud dengan *sport tourism* oleh Gibson adalah semua perjalanan yang didasarkan pada motivasi untuk mengambil bagian dalam olah raga, *event* olah raga, ataupun nostalgia olah raga. (2) *gambling* (Moscardo, Morrison, Pearce, Lang & O'leary, 1996; Witt & Wright, 1992; Uysal & Hagan, 1993) (3) *ethnic motives* (Lundberg, 1971) yaitu mengunjungi tempat tinggal suku asli negara tersebut, (4) *a group of sundry motives* (Shoemaker, 1994) seperti olah raga, berkumpul dengan keluarga dan kerabat serta menikmati pesta (*party*) dan musik. Untuk variabel-variabelnya, peneliti tidak melakukan modifikasi, namun hanya menambahkan beberapa motivasi perjalanan yang peneliti dapatkan dari penelitian-penelitian sebelumnya. Adapun model dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

Bagan 3-1 Model Penelitian



Sumber: Vincent C.S. Heung et al. dan dimodifikasi oleh peneliti

3.5 Variabel Penelitian

Variabel motivasi perjalanan yang terdiri dari 29 motivasi perjalanan yang selanjutnya difaktorkan menjadi beberapa faktor yaitu *exploration*, *dream fulfillment*, *benefit sought*, *cosmopolitan city*, dan *attraction and climate*. Berdasarkan bagan 3-1 di atas, untuk mengetahui apakah ada hubungan antara sosial-demografis dan karakteristik perjalanan dengan faktor-faktor motivasi perjalanan maka dilakukan *one-way* ANOVA. Berikut adalah variabel-variabel yang dapat mempengaruhi motivasi perjalanan:

1. Sosial-demografi (*socio-demographics*) yaitu terdiri dari:

a. Jenis kelamin

Variabel ini melihat apakah ada perbedaan yang melatarbelakangi motivasi perjalanan berdasarkan *gender*, apakah perbedaan yang melatarbelakangi motivasi perjalanan karena *gender* cukup signifikan.

b. Usia

Variabel ini melihat seberapa signifikankah usia mempengaruhi motivasi perjalanan wisatawan Indonesia untuk melakukan wisata ke Malaysia.

c. Pekerjaan

Variabel ini melihat apakah dengan berbeda jenis pekerjaan akan membuat suatu latar belakang motivasi perjalanan yang berbeda pula.

d. Tingkat pengeluaran per bulan

Variabel ini melihat apakah dengan perbedaan tingkat pendapatan akan mempengaruhi motivasi perjalanan.

2. Karakteristik perjalanan (*trip characteristics*) yaitu terdiri dari:

a. Frekuensi ke Malaysia

Variabel ini melihat apakah dengan semakin seringnya wisatawan tersebut berkunjung ke Malaysia maka akan mempengaruhi motivasi perjalanan wisatawan tersebut ke Malaysia.

b. Lamanya menetap

Variabel ini melihat apakah lamanya wisatawan menetap di Malaysia akan mempengaruhi motivasi perjalanan.

c. Sumber informasi

Variabel ini melihat apakah sumber informasi yang didapat wisatawan akan mempengaruhi motivasi perjalanan.

3.5.1 Hipotesis Penelitian

Berdasarkan atas variabel di atas, maka penelitian ini memiliki hipotesis sebagai berikut:

a. Jenis kelamin, dengan hipotesis:

H_0 : Variabel jenis kelamin tidak memiliki perbedaan rata-rata yang signifikan dengan variabel motivasi perjalanan.

H₁: Variabel jenis kelamin memiliki perbedaan rata-rata yang signifikan dengan variabel motivasi perjalanan.

b. Usia, dengan hipotesis:

H₀: Variabel usia tidak memiliki perbedaan rata-rata yang signifikan dengan variabel motivasi perjalanan.

H₂: Variabel usia memiliki perbedaan rata-rata yang signifikan dengan variabel motivasi perjalanan.

c. Pekerjaan, dengan hipotesis:

H₀: Variabel pekerjaan tidak memiliki perbedaan rata-rata yang signifikan dengan variabel motivasi perjalanan.

H₃: Variabel pekerjaan memiliki perbedaan rata-rata yang signifikan dengan variabel motivasi perjalanan.

d. Tingkat pengeluaran per bulan, dengan hipotesis:

H₀: Variabel tingkat pengeluaran per bulan tidak memiliki perbedaan rata-rata yang signifikan dengan variabel motivasi perjalanan.

H₄: Variabel tingkat pengeluaran per bulan memiliki perbedaan rata-rata yang signifikan dengan variabel motivasi perjalanan.

e. Frekuensi ke Malaysia

H₀: Variabel frekuensi ke Malaysia tidak memiliki perbedaan rata-rata yang signifikan dengan variabel motivasi perjalanan.

H₅: Variabel frekuensi ke Malaysia memiliki perbedaan rata-rata yang signifikan dengan variabel motivasi perjalanan.

f. Lamanya menetap

H₀: Variabel lamanya menetap tidak memiliki perbedaan rata-rata yang signifikan dengan variabel motivasi perjalanan.

H₆: Variabel lamanya menetap memiliki perbedaan rata-rata yang signifikan dengan variabel motivasi perjalanan.

g. Sumber informasi

H₀: Variabel sumber informasi tidak memiliki perbedaan rata-rata yang signifikan dengan variabel motivasi perjalanan.

H₇: Variabel sumber informasi memiliki perbedaan rata-rata yang signifikan dengan variabel motivasi perjalanan.

3.5.2 Operasionalisasi Variabel Penelitian

Secara garis besar penelitian ini dibagi atas tiga bagian besar variabel, yaitu sosial-demografi, karakteristik perjalanan dan motivasi perjalanan. Berikut adalah deskripsi dan *item-item* pertanyaan untuk mengukur masing-masing variabel:

Tabel 3-2 Operasionalisasi Variabel

Variabel	Operasionalisasi Variabel	Jenis Pengukuran
Screening	Pernah melakukan perjalanan ke Malaysia dalam 5 (lima) tahun terakhir	Nominal
Tingkat Kepentingan Motivasi Perjalanan	1. Menikmati liburan (<i>enjoying holidays</i>)	Likert
	2. Menikmati banyak variasi makanan (<i>enjoying a great variety of food</i>)	Likert
	3. Berpergian ke tempat yang aman (<i>travelling to a safe destination</i>)	Likert
	4. Mengeksplorasi kebudayaan yang berbeda (<i>exploring a different culture</i>)	Likert
	5. Mencari kesenangan (<i>seeking fun</i>)	Likert
	6. Melihat-lihat berbagai tempat wisata (<i>sight-seeing a tourist spot</i>)	Likert
	7. Mencari petualangan dalam liburan (<i>seeking adventure</i>)	Likert
	8. Mengambil keuntungan dari tarif diskon dan paket - paket tour (<i>taking advantage of discounted fares and tour packages</i>)	Likert
	9. Berbelanja (<i>shopping</i>)	Likert
	10. Berwisata ke empat yang disukai orang (<i>travelling to a destination that people appreciate</i>)	Likert
	11. Mengeksplorasi gaya hidup yang berbeda (<i>exploring a different lifestyle</i>)	Likert
	12. Mencari sesuatu yang baru (<i>seeking novelty</i>)	Likert
	13. Melepaskan diri dari rutinitas sehari-hari (<i>escaping from daily routine</i>)	Likert
	14. Merasakan cuaca/temperatur yang menyenangkan (<i>experiencing pleasant climate/temperature</i>)	Likert

	15. Bertemu orang-orang (<i>meeting people</i>)	Likert
	16. Hanya berwisata ke tempat yang dekat (<i>travelling to a closer or nearby destination</i>)	Likert
	17. Berwisata ke tempat yang tidak ada halangan bahasa (<i>travelling to a destination without language barrier</i>)	Likert
	18. Memiliki uang yang cukup untuk berwisata (<i>having enough money to travel</i>)	Likert
	19. Berwisata ke tempat di mana terdapat percampuran budaya timur dan barat (<i>travelling to a destination with a mixture of East and West</i>)	Likert
	20. Hanya sekedar melewati untuk sampai pada tujuan wisata yang lain (<i>bypassing a gateway to other destination</i>)	Likert
	21. Menikmati kehidupan malam (<i>enjoying night life</i>)	Likert
	22. Berwisata ke kota kosmopolitan (<i>travelling to a cosmopolitan city</i>)	Likert
	23. Memenuhi impian untuk berwisata (<i>fulfilling dreams of travelling</i>)	Likert
	24. Berwisata ke tempat yang belum pernah saya kunjungi (<i>travelling to a destination that i have never been to</i>)	Likert
	25. Mengunjungi teman dan kerabat (<i>visiting friends and relatives</i>)	Likert
	26. Menikmati olah raga atau acara olah raga (<i>enjoying sport and/or even sport</i>)	Likert
	27. Menikmati musik, pesta, dan/atau konser (<i>enjoying music, party, and/or concert</i>)	Likert
	28. Berjudi (<i>gambling</i>)	Likert
	29. Menikmati kebudayaan etnik (<i>enjoying ethnicity</i>)	Likert
Karakteristik Perjalanan	1. Frekuensi melakukan perjalanan wisata ke Malaysia	Nominal
	2. Lamanya tinggal di Malaysia ketika melakukan perjalanan wisata	Nominal
	3. Sumber informasi	Nominal
Sosial-Demografis	1. Jenis kelamin responden	Nominal
	2. Usia responden	Nominal
	3. Pekerjaan responden	Nominal
	4. Tingkat pengeluaran per bulan	Nominal

Sumber: dibuat oleh peneliti

3.6 Metode Analisis Data

3.6.1 Analisis Awal

Peneliti melakukan *early-survey* untuk mendapatkan responden yang dijadikan objek penelitian. Pemilihan responden dilakukan sesuai dengan kriteria: responden pernah melakukan perjalanan wisata ke Malaysia dalam kurun waktu 5 (lima) tahun terakhir dan bukan perjalanan bisnis.

Hal lain yang dilakukan pada analisis awal adalah pemeriksaan kuesioner, hal ini dilakukan karena ada beberapa hal yang menyebabkan kuesioner tidak dapat diolah (Malhotra, 2004) yaitu:

1. Responden melakukan perjalanan ke Malaysia bukan untuk wisata melainkan perjalanan bisnis.
2. Jumlah halaman kuesioner yang diterima tidak lengkap.
3. Pola jawaban dari responden mengindikasikan bahwa responden tidak sepenuhnya memahami pertanyaan atau instruksi dalam kuesioner.
4. Jawaban/respon responden tidak cukup bervariasi atau menunjukkan *central tendency* (kecenderungan untuk menjawab hanya salah satu pilihan saja), misalnya responden hanya memilih angka 3 saja pada rangkaian pertanyaan yang memiliki 5 skala.
5. Tidak semua pertanyaan dalam kuesioner diisi.
6. Kuesioner diterima sesudah batas pengumpulan data lapangan.

3.6.2 Distribusi Frekuensi

Distribusi fekuensi adalah distribusi secara matematis yang bertujuan untuk menghitung jumlah respon yang memiliki asosiasi dengan nilai yang berbeda dari satu variabel dan untuk menunjukkan nilai tersebut ke dalam suatu presentase (Malhotra, 2004). Peneliti akan menggunakan analisis distribusi frekuensi, hal ini dilakukan untuk melihat jumlah responden dalam suatu karakter penelitian. Analisis ini dilakukan untuk profil responden, seperti: jenis kelamin, usia, pekerjaan, tingkat pengeluaran per bulan responden dan wilayah yang dituju wisatawan.

3.6.3 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah suatu pendekatan yang dilakukan untuk mengukur keandalan (reliabilitas) dimana responden termasuk dalam cakupan skala yang sama pada dua waktu yang berbeda dengan kondisi yang dianggap sama (Malhotra, 2004). Peneliti melakukan uji reliabilitas untuk mengukur konsistensi dan reliabilitas pertanyaan-pertanyaan dalam kuesioner terhadap variabelnya. Menurut Malhotra (2004), dengan melihat batas nilai Alpha Cronbach's sebesar 0,6 maka pertanyaan dalam kuesioner dianggap sudah dianggap *reliable*, konsisten dan relevan terhadap variabel atau faktor dalam penelitian, sedangkan menurut Nunnally (1967) nilai batasnya adalah 0,4. sudah dianggap *reliable*. Dalam penelitian kali ini, peneliti akan melakukan uji reliabilitas terhadap variabel sosial-demografis, karakteristik perjalanan, dan motivasi perjalanan.

3.6.4 Analisis Faktor

Analisis faktor bertujuan untuk mereduksi data dan mengidentifikasi suatu jumlah kecil faktor yang menerangkan beberapa faktor yang mempunyai kemiripan karakter. Selain itu analisis faktor sebagai cara yang digunakan untuk mengidentifikasikan variabel dasar atau faktor yang menerangkan pola hubungan dalam suatu himpunan variabel observasi (Singgih, 2004).

Dalam penelitian kali ini, peneliti akan melakukan analisis faktor terhadap variabel motivasi perjalanan yang terdiri dari 29 item motivasi perjalanan. Dengan melakukan analisis faktor, maka didapatkan hasil yaitu dari 29 item motivasi perjalanan mencakup 5 faktor yaitu: (1) eksplorasi (*exploration*); (2) pemenuhan impian (*dream fulfillment*); (3) pencarian manfaat (*benefit sought*); (4) kota kosmopolitan (*cosmopolitan city*); dan (5) ketertarikan dan iklim (*attraction and climate*).

3.6.5 ANOVA

Tujuan utama dari ANOVA adalah untuk membandingkan *mean* dari dua kelompok atau lebih, untuk memberikan informasi apakah perbedaan yang teramati (*observe difference*) antar kelompok tersebut terjadi karena kebetulan (*chance*) atau karena suatu pengaruh tertentu yang bersifat sistematis (*systematic effect*).

ANOVA berusaha membandingkan variabilitas skor yang terjadi dalam suatu kelompok (*within group*) yaitu variabilitas skor yang disebabkan oleh *sampling error* itu sendiri dengan variabilitas yang terjadi antar kelompok (*between group*) yaitu variabilitas yang disebabkan karena *sampling error* (Modul Riset Pemasaran Laboratorium Komputasi Departemen Manajemen, 2005).

3.7 Sistematika Kuesioner

Pertanyaan dalam kuesioner dirancang sesuai dengan input yang didapatkan dari riset data sekunder. Dalam kuesioner, digunakan pertanyaan terstruktur. Pertanyaan terstruktur (*structured questions*) merupakan pertanyaan yang telah memberikan serangkaian alternatif jawaban dengan format tertentu, yang dapat berbentuk *multiple-choice questions* (pilihan berganda). Secara umum, sistematika dalam kuesioner yang digunakan adalah sebagai berikut:

1. *Screening Section*

Bagian ini untuk melakukan identifikasi apakah responden yang mengisi kuesioner merupakan bagian dari *population of interest* atau tidak, yang mencakup pertanyaan mengenai apakah responden pernah melakukan perjalanan wisata (BUKAN perjalanan bisnis) ke Malaysia dalam kurun waktu 5 (lima) tahun terakhir.

2. Bagian A: Tingkat Kepentingan Motivasi Perjalanan

Bagian ini bertujuan untuk identifikasi terhadap motivasi perjalanan responden yang melakukan perjalanan wisata ke Malaysia. Hal-hal apa saja yang menurut responden penting ketika mereka melakukan kunjungan wisata ke Malaysia. Pada bagian ini, responden diminta untuk mengisi tingkat kepentingan tersebut dengan skala *likert* sebagai berikut:

(1) sangat tidak penting

(2) tidak penting

(3) netral

(4) penting

(5) sangat penting

3. Bagian B: Informasi Karakteristik Perjalanan

Bagian ini merupakan lanjutan informasi setelah profil demografi. Pada bagian ini, peneliti ingin mengetahui karakteristik wisatawan Indonesia ketika berkunjung ke Malaysia. Pada informasi karakteristik perjalanan, responden diminta untuk mengisi sudah berapa kali responden melakukan perjalanan wisata ke Malaysia, lamanya menginap, dan dari mana sumber responden mendapatkan informasi tentang pariwisata Malaysia yaitu dengan memberi tanda *check* (✓) pada kotak yang disediakan.

4. Bagian C: Informasi Sosial-Demografis

Bagian ini merupakan bagian setelah responden mengisi bagian A, yang ditujukan untuk melihat profil demografis responden, seperti jenis kelamin, usia, pekerjaan dan tingkat pengeluaran responden. Pada bagian ini, responden diminta untuk mengisi profil responden sendiri dengan memberi tanda *check* (✓) pada kotak yang disediakan.