

BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Penelitian mengenai pengaruh aspek penawaran pariwisata terhadap keputusan berkunjung di wisata kolam pancing Lembah Gunung Kujang ini menggunakan pendekatan aspek penawaran pariwisata sebagai variabel bebas (*independent variabel*), serta keputusan berkunjung wisatawan sebagai variabel terikat (*dependent variabel*).

Variabel pertama adalah aspek penawaran pariwisata, yang memiliki tiga indikator yaitu atraksi, fasilitas dan aksesibilitas. Sedangkan yang menjadi variabel kedua adalah keputusan berkunjung yang terdiri dari faktor eksternal dan faktor internal.

Objek yang dijadikan responden dalam penelitian ini adalah wisatawan yang berkunjung ke Lembah Gunung Kujang, sehingga diteliti pengaruh penawaran pariwisata terhadap keputusan berkunjung di wisata kolam pancing Lembah Gunung Kujang (survei terhadap wisatawan wisata kolam pancing Lembah Gunung Kujang).

Menurut Kerlinger yang dikutip oleh Sugiyono (2008:32), yang dimaksud dengan variabel adalah konstruk atau sifat yang akan dipelajari. Sedangkan variabel penelitian menurut Sugiyono (2008:31) adalah sesuatu hal yang terbentuk

apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulan dalam objek penelitian, peneliti menggunakan variabel bebas dan variabel tidak bebas.

3.2 Metode Penelitian

3.2.1 Jenis Penelitian dan Metode Yang Digunakan

Setiap penelitian yang akan dilakukan terlebih dahulu harus ditentukan jenis penelitian dan metode yang akan digunakan, sehingga tujuan dari penelitian tersebut dapat dicapai. Jenis penelitian ini adalah penelitian verifikatif dan deskriptif.

Menurut Sugiyono (2008:53) mengemukakan bahwa “Penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan dengan variabel lain”. Penelitian deskriptif disini bertujuan untuk memperoleh deskripsi atau gambaran mengenai penawaran pariwisata dan keputusan berkunjung wisatawan yang berkunjung di Lembah Gunung Kujang. Penelitian verifikatif pada dasarnya ingin menguji kebenaran pengumpulan data di lapangan. Dalam penelitian ini diuji mengenai pengaruh penawaran pariwisata dan keputusan berkunjung wisatawan di wisata kolam pancing Lembah Gunung Kujang.

Berdasarkan jenis penelitian di atas, yaitu penelitian deskriptif dan verifikatif yang dilaksanakan melalui pengumpulan data di lapangan, maka metode penelitian yang digunakan adalah *deskriptif survey* dan *explanatory survey*.

Menurut Kerlinger yang dikutip oleh Sugiyono (2008:11), yang dimaksud dengan metode survei yaitu “metode penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil, tetapi data yang dipelajari adalah data dari sampel yang diambil dari populasi tersebut, sehingga ditemukan kejadian-kejadian relatif distribusi dan hubungan-hubungan antar variabel sosiologi maupun psikologis”.

Penelitian ini dilakukan dalam kurun waktu kurang dari satu tahun sehingga metode pengembangan yang digunakan adalah *cross-sectional method*. Menurut Asep Hermawan (2006:45) mendefinisikan “penelitian *cross-sectional* seringkali disebut penelitian sekali bidik (*one snapshot*), merupakan penelitian yang pengumpulan datanya dilakukan pada suatu titik waktu tertentu.”

3.2.2 Operasionalisasi Variabel

Penelitian ini menggunakan dua variabel yaitu variabel bebas dan variabel terikat.

Menurut Sugiyono (2008:59) menjelaskan bahwa:

Variabel bebas (*independent variable*) merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel terikat, sedangkan variabel terikat (*dependent variabel*) merupakan variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas.

Operasionalisasi variabel menurut Asep Hermawan (2006:118) adalah “bagaimana caranya kita mengukur suatu variabel yang telah dijelaskan secara rinci pada Sub-Bab sebelumnya (pengukuran variabel)”. Dalam suatu penelitian agar dapat membedakan konsep teoritis dengan konsep analisis, maka perlu adanya penjabaran konsep melalui operasionalisasi variabel.

Variabel yang dikaji dalam penelitian ini terdiri dari pengaruh aspek penawaran pariwisata sebagai variabel X dan keputusan berkunjung sebagai variabel Y. Konsep operasionalisasi variabel dalam penelitian ini digunakan untuk mengukur skor atau nilai dari variabel Y (keputusan berkunjung) dapat dilihat dari segi operasionalisasi variabel X (aspek penawaran pariwisata). Penjabaran dari variabel-variabel yang diteliti dapat dilihat pada Tabel 3.1 di bawah ini:

TABEL 3.1
OPERASIONALISASI VARIABEL

Variabel	Sub Variabel	Konsep Variabel dan Sub Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
Aspek Penawaran Pariwisata (X)	Semua macam produk dan pelayanan atau jasa yang dihasilkan oleh kelompok perusahaan industri pariwisata sebagai pemasok, yang ditawarkan baik kepada wisatawan yang datang secara langsung atau yang membeli melalui Agen Perjalanan (AP) atau Biro Perjalanan Wisata (BPW) sebagai perantara. (Oka A.Yoeti, 2008:163)					
	1. <i>Attractions</i>	Daya tarik bagi wisatawan yang datang pada suatu Daya Tarik Wisata yang terdiri dari <i>landscape</i> (pemandangan), daya tarik dan aktivitas, (Oka A.Yoeti, 2008:163)	Daya tarik pemandangan alam	Tingkat kemenarikan pemandangan alam	<i>Hibryd Ordinal Interval</i>	A.1.1
			Kenyamanan pada saat memancing di Lembah Gunung Kujang	Tingkat kenyamanan pada saat memancing di Lembah Gunung Kujang		A.1.2
			Kenyamanan tempat bermain anak	Tingkat kenyamanan tempat bermain anak		A.1.3
			Kenyamanan pada saat makan ikan hasil pancingan di Rumah Makan Sunda Lembah Gunung Kujang	Tingkat kenyamanan pada saat makan ikan hasil pancingan di Rumah Makan Sunda Lembah Gunung Kujang		A.1.4
			Kenyamanan pada saat menginap di Hotel Lembah Gunung Kujang	Tingkat kenyamanan pada saat menginap di Hotel Lembah Gunung Kujang		A.1.5
	2. <i>Facilities</i>	Pelayanan yang diberikan oleh perusahaan-perusahaan	Kelengkapan fasilitas pendukung (Rumah makan, <i>cottages</i> , pendopo,	Tingkat kelengkapan fasilitas pendukung		<i>Hibryd Ordinal Interval</i>

Variabel	Sub Variabel	Konsep Variabel dan Sub Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
		kelompok industri pariwisata. (Oka A.Yoeti, 2008:163) Semua kemudahan yang diberikan bukan hanya kepada calon wisatawan yang ingin berkunjung, tetapi juga kemudahan selama mereka melakukan perjalanan di Daya Tarik Wisata yang dikunjungi (Oka A.Yoeti, 2008:163)	kolam renang, <i>jogging track</i> , toilet, sarana ibadah, tempat sampah, <i>security center</i> , <i>tourist information center</i> , dan area parkir).	(Rumah makan, <i>cottages</i> , pendopo, <i>jogging track</i> , toilet, sarana ibadah, tempat sampah, <i>security center</i> , <i>tourist information center</i> , dan area parkir).		
			Kelengkapan toko peralatan pancing	Tingkat kelengkapan toko peralatan pancing		A.2.7
			Variasi fasilitas memancing	Tingkat variasi fasilitas memancing		A.2.8
			Ketertarikan wisatawan terhadap kolam pancing keluarga	Tingkat ketertarikan wisatawan terhadap kolam pancing keluarga		A.2.9
			Ketertarikan wisatawan terhadap kolam pancing reservasi	Tingkat ketertarikan wisatawan terhadap kolam pancing reservasi		A.2.10
			Ketertarikan wisatawan terhadap kolam pancing perusahaan	Tingkat ketertarikan wisatawan terhadap kolam pancing perusahaan		A.2.11
	3. <i>Accessibilities</i>	Semua kemudahan yang diberikan bukan hanya kepada calon wisatawan yang ingin berkunjung, tetapi juga kemudahan selama mereka melakukan perjalanan di DTW yang dikunjungi (Oka A.Yoeti, 2008:163)	Kemudahan pencapaian lokasi wisata	Tingkat kemudahan pencapaian lokasi wisata	<i>Hibryd Ordinal Interval</i>	B.3.12
			Kelengkapan sarana transportasi menuju lokasi wisata	Tingkat kelengkapan sarana transportasi menuju lokasi wisata		B.3.13
			Kondisi sarana <i>infrastructure</i> jalan menuju Lembah Gunung Kujang	Tingkat kondisi sarana <i>infrastructure</i> jalan menuju Lembah Gunung Kujang		B.3.14
			Kemudahan akses informasi mengenai Lembah	Tingkat kemudahan akses informasi		B.3.15

Variabel	Sub Variabel	Konsep Variabel dan Sub Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
			Gunung Kujang	mengenai Lembah Gunung Kujang		
Keputusan Berkunjung (Y)	Keputusan pembelian adalah suatu keputusan (<i>decision</i>) melibatkan pilihan diantara dua atau lebih alternatif tindakan atau perilaku. Keputusan selalu mensyaratkan pilihan diantara beberapa perilaku yang berbeda dan membentuk preferensi atas merek-merek dalam kumpulan pilihan konsumen juga akan membentuk niat membeli produk yang paling disukai. Kotler&Keller (2009:240)					
	1. Keputusan berkunjung berdasarkan produk	Pemilihan produk adalah alasan mengapa wisatawan memilih produk untuk memenuhi kebutuhannya. Kotler & Keller (2009:240)	Pemilihan produk wisata berdasarkan daya tarik wisata (<i>attraction</i>) Lembah Gunung Kujang	Tingkat penilaian wisatawan terhadap keputusan pembelian berdasarkan daya tarik (<i>attraction</i>) di Lembah Gunung Kujang	Hybrid Ordinal Interval	B.3.16
			Pemilihan produk wisata berdasarkan aktivitas di Lembah Gunung Kujang	Tingkat penilaian wisatawan terhadap keputusan pembelian berdasarkan aktivitas di Lembah Gunung Kujang		C.4.17
			Pemilihan produk berdasarkan kualitas (<i>amenities</i>) fasilitas wisata di Lembah Gunung Kujang	Tingkat penilaian wisatawan terhadap keputusan pembelian berdasarkan (<i>amenities</i>) fasilitas wisata di Lembah Gunung Kujang		C.4.18
			Pemilihan produk berdasarkan kemudahan aksesibilitas menuju Lembah Gunung Kujang	Tingkat penilaian wisatawan terhadap keputusan pembelian berdasarkan menuju Lembah Gunung Kujang		C.4.19

Variabel	Sub Variabel	Konsep Variabel dan Sub Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
	2. Keputusan berkunjung berdasarkan merek	Pemilihan merek yaitu bagaimana suatu merek memposisikan dirinya di dalam benak wisatawan yang meliputi citra (<i>image</i>) merek yang baik dari sebuah produk. Kotler & Keller (2009:240)	<i>Brand awareness</i> Lembah Gunung Kujang	Tingkat pengetahuan mengenai Lembah Gunung Kujang	<i>Hibryd Ordinal Interval</i>	C.4.20
			Citra Lembah Gunung Kujang di mata masyarakat	Tingkat kepercayaan Lembah Gunung Kujang di mata masyarakat		C.4.21
	3. Keputusan berkunjung berdasarkan waktu berkunjung	Waktu adalah salah satu unsur terpenting bagi konsumen untuk membeli suatu produk. Seseorang melakukan suatu perjalanan salah satunya karena adanya waktu luang untuk melakukan kegiatan tersebut. Kotler & Keller (2009:240)	Kenyamanan jam operasi Lembah Gunung Kujang	Tingkat kenyamanan jam operasi Lembah Gunung Kujang	<i>Hibryd Ordinal Interval</i>	C.4.22
			Kenyamanan jam kunjungan ke Lembah Gunung Kujang pada saat <i>weekday</i>	Tingkat kenyamanan jam kunjungan ke Lembah Gunung Kujang pada saat <i>weekday</i>		C.4.23
			Kenyamanan jam kunjungan ke Lembah Gunung Kujang pada saat <i>weekend</i>	Tingkat kenyamanan jam kunjungan ke Lembah Gunung Kujang pada saat <i>weekend</i>		C.4.24
	4. Keputusan berkunjung berdasarkan jumlah kunjungan	Pemilihan jumlah pembelian yaitu menentukan seberapa besar dan seberapa banyak konsumen membeli suatu produk atau seberapa seringkah frekuensi wisatawan untuk mengunjungi sebuah destinasi wisata. Kotler & Keller (2009:240)	Banyaknya kegiatan yang dilakukan di Lembah Gunung Kujang	Tingkat banyaknya kegiatan yang dilakukan di Lembah Gunung Kujang	<i>Hibryd Ordinal Interval</i>	C.4.25
Frekuensi berkunjung ke Lembah Gunung Kujang			Tingkat frekuensi berkunjung ke Lembah Gunung Kujang	C.4.26		

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2009

Data yang diperoleh dalam penelitian ini adalah data gabungan skala interval-ordinal (*hibryd ordinal-interval scale*). Menurut Hermawan (2006:123)

hibryd ordinal-interval scale yaitu merupakan suatu skala yang secara artifisial ditransformasikan ke dalam apa yang diasumsikan (*assumed distance property*) sehingga peneliti dapat melakukan beberapa analisis statistik yang tingkatannya lebih tinggi (*advance statistic analysis*).

3.2.3 Jenis dan Sumber Data

Menurut Hermawan (2005:168) berdasarkan sumbernya, data dibedakan menjadi dua yaitu:

1. Data Primer (*Primary Data Source*)

Data primer merupakan data yang dikumpulkan secara langsung oleh peneliti untuk menjawab masalah atau tujuan penelitian yang dilakukan dalam penelitian eksploratif, deskriptif maupun kausal dengan menggunakan metode pengumpulan data berupa survei ataupun observasi

2. Data Sekunder (*Secondary Data Source*)

Data sekunder merupakan struktur data historis mengenai variabel-variabel yang telah dikumpulkan dan dihimpun sebelumnya oleh pihak lain. Sumber data sekunder bisa diperoleh dari dalam suatu perusahaan (sumber internal), berbagai internet, website, perpustakaan umum lembaga pendidikan, membeli dari perusahaan-perusahaan yang memang mengkhususkan diri untuk menyajikan data sekunder.

Sumber data primer adalah pelaku yang terlibat langsung dengan karakter yang diteliti sedangkan sumber data sekunder adalah karakter hasil liputan lain.

Untuk lebih jelasnya mengenai data dan sumber data yang dipergunakan dalam penelitian ini, maka penulis mengumpulkan dan menyajikannya dalam Tabel 3.2 berikut:

TABEL 3.2
JENIS DAN SUMBER DATA

No	Jenis Data	Sumber Data
Data Sekunder		
1	Pertumbuhan Wisatawan Nusantara Di Indonesia tahun 2001-2009	<i>Statistical Report On Visitor Arrivals To Indonesia 2008</i>
2	Pertumbuhan Kunjungan Wisatawan Nusantara Ke Objek Wisata Di Provinsi Jawa Barat Tahun 2001 – 2009	Disbudpar Kab/Kota di Jawa Barat, 2008
3	Jumlah Kunjungan Wisatawan Nusantara Ke Objek Wisata Di Kabupaten Subang Tahun 2001 – 2009	Disbudpar Kabupaten Subang, 2009
4	Daya Tarik Wisata Di Kabupaten Subang	Disbudpar Kabupaten Subang, 2009
5	Jumlah Wisatawan Yang Memancing Ke Wisata Kolam Pancing Lembah Gunung Kujang Subang 2006 – 2009	Salah satu <i>Staff Departement Marketing</i> , Wisata Kolam Pancing Lembah Gunung Kujang, 2009
6	Aspek Penawaran Pariwisata Di Wisata Kolam Pancing Lembah Gunung Kujang Subang	Salah satu <i>Staff Departement Marketing</i> , Wisata Kolam Pancing Lembah Gunung Kujang, 2009
7	Profil Perusahaan Wisata Kolam Pancing Lembah Gunung Kujang	www.lembahgunungkujang.com
Data Primer		
8	Tanggapan Wisatawan Mengenai Aspek Penawaran Pariwisata Lembah Gunung Kujang	Wisatawan Domestik Lembah Gunung Kujang
9	Tanggapan Wisatawan Mengenai Keputusan Berkunjung	Wisatawan Domestik Lembah Gunung Kujang

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2009

3.2.4 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

3.2.4.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2008:72), populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Sedangkan menurut Malhotra (2005:364) mengemukakan bahwa populasi adalah gabungan seluruh elemen yang memiliki serangkaian karakteristik serupa, yang mencakup semesta untuk kepentingan masalah riset pemasaran. Menurut Kuncoro (2003:103) mengemukakan bahwa populasi adalah kelompok elemen yang lengkap, yang biasanya berupa orang, objek, transaksi atau kejadian di mana kita tertarik untuk mempelajarinya atau menjadi objek penelitian. Sedangkan yang disebut populasi sasaran yaitu populasi yang akan menjadi cakupan kesimpulan penelitian.

TABEL 3.3
JUMLAH WISATAWAN YANG BERKUNJUNG KE LEMBAH GUNUNG
KUJANG TAHUN 2009

BULAN	JUMLAH WISATAWAN YANG MEMANCING (orang)
Januari	512
Februari	470
Maret	456
April	385
Mei	231
Juni	386
Juli	430
Agustus	532
September	375
Oktober	479

BULAN	JUMLAH WISATAWAN YANG MEMANCING (orang)
November	334
Desember	530
JUMLAH	5.120

Sumber: *Departement Marketing*, Lembah Gunung Kujang, 2009

Populasi sasaran pada penelitian ini adalah wisatawan yang berkunjung ke kolam pancing Lembah Gunung Kujang dengan jumlah wisatawan pada tahun 2009 adalah 5.120 orang. Menurut salah satu *Staff Departement Marketing* Wisata Kolam Pancing Lembah Gunung Kujang, jumlah wisatawan tersebut terdiri dari wisatawan domestik yaitu wisatawan lokal dan wisatawan nusantara. Dikarenakan penelitian ini ditujukan hanya untuk wisatawan domestik yang terdiri dari wisatawan lokal dan wisatawan nusantara, maka jumlah populasi yang diambil adalah sebesar 5.120 orang.

3.2.4.2 Sampel

Penelitian ini tidak mungkin dilaksanakan terhadap keseluruhan jumlah dalam populasi, meskipun kesimpulan dan saran dari penelitian ini ditujukan untuk populasi. Hal ini disebabkan karena beberapa faktor diantaranya keterbatasan biaya, tenaga, dan waktu yang tersedia. Oleh karena itu penelitian ini mengambil sebagian objek populasi yang telah ditentukan, dengan catatan bagian yang diambil tersebut mewakili bagian lain yang diteliti. Pengambilan sebagian subjek dari populasi dinamakan sampel.

Menurut Asep Hermawan (2006:145):

Sampel merupakan suatu bagian (subset) dari populasi. Hal ini mencakup sejumlah anggota yang dipilih dari populasi. Dengan demikian, sebagian elemen dari populasi merupakan sampel. Dengan mengambil sampel peneliti ingin menarik kesimpulan yang akan digeneralisasi terhadap populasi.

Berkaitan dengan hal tersebut maka untuk menentukan besarnya sampel yang dapat mewakili dari populasi penelitian atau sumber data, dapat ditentukan berdasarkan aturan yang dikemukakan Sugiyono (2009:11) bahwa :

Beberapa jumlah anggota sampel yang akan digunakan sebagai sumber data tergantung pada tingkat kepercayaan yang dikehendaki. Bila dikehendaki sampel dipercaya 100% mewakili populasi, maka jumlah anggota sampel sama dengan jumlah anggota populasi. Bila tingkat kepercayaan 95%, maka jumlah anggota sampel akan lebih kecil dari jumlah anggota populasi.

Adapun rumus yang digunakan dalam menentukan besar atau tidaknya ukuran sampel yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan rumus iterasi, yaitu ukuran sampel yang merupakan perbandingan dari ukuran populasi dengan prosentase kelonggaran ketidaktelitian, karena dalam pengambilan sampel masih dapat ditolerir atau diinginkan. Dalam pengambilan sampel ini digunakan taraf kesalahan sebesar 5%. Adapun langkah-langkah metode iterasi adalah sebagai berikut (Sitepu, 1994:110):

1. Tentukan perkiraan harga koefisien terkecil antara variable penyebab yang akan dibandingkan atau diuji perbedaan pengaruhnya dan yang ada dalam jalur variabel akibat. Hal ini didasarkan pada intuisi peneliti dalam bidang yang akan diteliti dan keterangan-keterangan lainnya.
2. Tentukan taraf nyata dan kuasa diuji yang diinginkan dalam penelitian ini.

3. Lihat tabel distribusi normal, harus diperhatikan bentuk perumusan hipotesis konseptual yang diajukan, apakah hipotesis konseptual itu secara statistik memperlihatkan pengujian satu arah atau dua arah.

4. Tentukan ukuran sampel secara iteratif.

a. Sampel dapat ditentukan berdasarkan rumus sebagai berikut:

$$n = \frac{(Z_{1-\alpha}) + Z_{(1-\beta)}^2}{U^1 \rho^2} \quad \text{dengan} \quad U^1 \rho^2 = \frac{1}{2} \ln \left(\frac{1+\rho}{1-\rho} \right)$$

Keterangan:

ρ = koefisien korelasi terkecil yang diperkirakan dengan menggunakan rumus korelasi

$Z_{1-\alpha}$ = konstanta yang diperoleh dari tabel distribusi normal

$Z_{1-\beta}$ = konstanta yang diperoleh dari tabel distribusi normal

α = tingkat signifikansi

β = kekeliruan

b. Pada iterasi kedua menggunakan rumus:

$$n = \frac{(Z_{1-\alpha}) + Z_{(1-\beta)}^2}{U^1 \rho^2} + 3 \quad \text{dengan} \quad U^1 \rho^2 = \frac{1}{2} \ln \left(\frac{1+\rho}{1-\rho} \right) + \frac{\rho}{2(n-1)}$$

5. Apabila ukuran sampel minimal pada iterasi pertama dan kedua harganya sampai dengan bilangan satunya sama, maka iterasi berhenti. Apabila belum sama, lakukan iterasi ketiga dengan menggunakan rumus iterasi kedua

(demikian seterusnya sampai suatu saat ukuran sampel yang akan digunakan sama, baru berhenti)

Berikut langkah kerjanya :

$$\rho = 0,34 \quad Z_{1-\alpha} = 1,645$$

$$\alpha = 0,05 \quad Z_{1-\alpha} = 1,645$$

a. iterasi 1

$$U^1_{\rho} = \frac{1}{2} \ln \left(\frac{1+0,34}{1-0,34} \right) = \frac{1}{2} (\ln 1,34 - \ln 0,66)$$

$$= \frac{1}{2} (0,292669614 - (-0,415515444))$$

$$= \frac{1}{2} (0,708185058)$$

$$= 0,354092529$$

$$n_1 = \frac{(1,645+1,645)^2}{(0,354092529)^2} = \frac{10,8241}{0,125381519+3}$$

$$= 86,32930982 + 3$$

$$= 89,32930982 = 89$$

b. iterasi 2

$$U^2_{\rho} = \frac{1}{2} \ln \left(\frac{1+0,34}{1-0,34} \right) + \frac{0,34}{2(89-1)} = 0,354092529 + \frac{0,34}{176}$$

$$= 0,354092529 + 0,001931818182$$

$$= 0,356024347$$

$$\begin{aligned}
 n_1 &= \frac{(1,645+1,645)^2}{(0,356024347)^2} + 3 = \frac{10,8241}{0,126753335} + 3 \\
 &= 85,39499178 + 3 \\
 &= 88,3499178 = 88
 \end{aligned}$$

c. iterasi 3

$$\begin{aligned}
 U^1_{\rho} &= \frac{1}{2} \ln \frac{1+0,34}{1-0,34} + \frac{0,34}{2(89-1)} = 0,354092529 + \frac{0,34}{176} \\
 &= 0,354092529 + 0,001931818182 \\
 &= 0,356024347 \\
 n_1 &= \frac{(1,645+1,645)^2}{(0,356024347)^2} + 3 = \frac{10,8241}{0,126753335} + 3 \\
 &= 85,39499178 + 3 \\
 &= 88,3499178 = 88
 \end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan di atas, maka ukuran sampel minimal dalam penelitian ini ditetapkan, kemudian untuk $\alpha = 0,05$, $\beta = 0,05$, $Z_{1-\alpha} = 1,645$, $Z_{1-\alpha} = 1,645$ adalah sebesar 88. Menurut Winarno Surakhman (1998:100) mengatakan bahwa “untuk jaminan ada baiknya sampel selalu ditambah sedikit lagi dari jumlah matematika”. Berdasarkan ukuran sampel (n) minimal, maka dalam penelitian ini ditetapkan ukuran sampel (n) yaitu 100 responden yang merupakan wisatawan yang sudah berkunjung ke Lembah Gunung Kujang agar lebih representatif.

3.2.4.3 Teknik Sampling

Teknik sampling merupakan teknik pengambilan sampel atau sebagian populasi untuk memahami karakteristik dari keseluruhan populasi. Sugiyono (2009:73) mengemukakan bahwa “Teknik sampling adalah merupakan teknik pengambilan sampel”. Teknik sampel yang digunakan dalam penelitian ini dilakukan dengan *systematic random sampling*, karena populasinya dianggap homogen dan dapat digunakan tanpa pengetahuan mengenai bingkai sampling. Metode sampling sistematis menurut Malhotra (2005:377) adalah Teknik sampling probabilitas yang didalamnya sampel dipilih dengan memilih acara titik awal dan kemudian mengambil setiap elemen ke-*i* secara urut dari bingkai sampling. Adapun langkah-langkah teknik penarikan sampel dalam penelitian ini, sebagai berikut:

1. Tentukan populasi sasaran. Dalam penelitian ini yang menjadi populasi sasaran adalah wisatawan yang memancing di Lembah Gunung Kujang
2. Tentukan sebuah tempat tertentu sebagai *checkpoint*, dalam penelitian ini yang menjadi tempat *checkpoint* adalah Lembah Gunung Kujang Subang.
3. Tentukan waktu yang akan digunakan untuk menentukan sampling. Dalam penelitian ini waktu konkrit yang digunakan oleh peneliti adalah pukul 10.00-17.00 (rentang waktu kepadatan pengunjung)
4. Lakukan orientasi lapangan, terutama pada *checkpoint*. Orientasi ini akan dijadikan dasar untuk menentukan interval pemilihan pertama dengan menentukan interval yang menggunakan rumus $I = N/n$
5. Tentukan ukuran sampel

3.2.5 Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data merupakan langkah yang penting dalam metode ilmiah karena data yang dikumpulkan, digunakan untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan. Pada penelitian ini penulis menggunakan teknik pengumpulan data dengan teknik:

1. Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawab. Kuesioner berisi pertanyaan-pertanyaan mengenai karakteristik responden berkunjung ke daya tarik wisata kolam pancing Lembah Gunung Kujang Subang, serta bentuk pelaksanaan penawaran pariwisata yang terdiri dari *attractions*, *facilities* dan *accessibilities* sehingga responden mempunyai keputusan untuk berkunjung ke daya tarik wisata kolam pancing Lembah Gunung Kujang Subang.

2. Observasi

Pengamatan terhadap objek penelitiandan data diperlukan dalam penelitian, yang diteliti adalah penawaran pariwisata dan proses keputusan wisatawan untuk memancing di Lembah Gunung Kujang.

3. Studi Literatur

Studi literatur merupakan usaha yang dilakukan untuk perolehan dan pengumpulan informasi yang berhubungan dengan teori-teori yang ada serta

kaitannya dengan masalah penelitian dan variabel yang diteliti yaitu penawaran pariwisata yang terdiri dari *attractions*, *facilities* dan *accessibilities*.

4. Wawancara

Wawancara sebagai teknik komunikasi langsung untuk memperoleh data yang diperlukan yang ditujukan kepada pihak manajemen yaitu melalui salah satu *Staff Departement Marketing* Wisata Kolam Pancing Lembah Gunung Kujang.

3.2.6 Pengujian Validitas dan Reliabilitas

3.2.6.1 Hasil Pengujian Validitas

Suharsimi Arikunto, (2009:145), “validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan dan kesahihan suatu instrument”. Suatu instrumen yang valid atau sah mempunyai validitas yang tinggi. Sebaliknya instrumen yang kurang berarti memiliki validitas yang rendah.

Sebuah instrumen dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang seharusnya diukur serta dapat mengungkap data dari variabel yang diteliti secara tepat. Tinggi rendahnya validitas instrumen menunjukkan sejauh mana data yang terkumpul tidak menyimpang dari gambaran tentang validitas yang dimaksud.

Langkah-langkah yang dilakukan untuk menguji validitas (Umar, 2002:110) adalah sebagai berikut:

- 1) Mendefinisikan secara operasional suatu konsep yang akan diukur.

- 2) Melakukan uji coba pengukur tersebut pada sejumlah responden.
- 3) Mempersiapkan tabel tabulasi jawaban.
- 4) Menghitung nilai korelasi antara data pada masing-masing pernyataan dengan skor total memakai rumus teknik korelasi product moment, yang rumusnya seperti berikut:

$$r_{xy} = \frac{n\sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{(n\sum X^2) - (\sum X)^2\}\{(n\sum Y^2) - (\sum Y)^2\}}} \quad (\text{Suharsimi Arikunto, 2009:170})$$

dimana: r_{xy} = koefisien korelasi antara variabel bebas dan variabel terikat, dua variabel yang dikorelasikan.

r_{xy} = Koefisien korelasi product moment

n = Jumlah sampel

\sum = Kuadrat faktor variabel X

$\sum Y^2$ = Kuadrat faktor variabel Y

$\sum XY$ = Jumlah perkalian faktor korelasi variabel X dan Y

Peneliti dapat memberi interpretasi terhadap kuatnya suatu hubungan dengan melihat besarnya koefisien korelasi. Menurut Suharsimi Arikunto (2009:245) untuk mengadakan interpretasi mengenai besarnya koefisien korelasi dapat dilihat pada Tabel 3.3 berikut.

TABEL 3.3
KOEFISIEN KORELASI

Besarnya Nilai	Interpretasi
Antara 0,700 sampai dengan 1,00	Sangat tinggi
Antara 0,600 sampai dengan 0,500	Tinggi
Antara 0,500 sampai dengan 0,400	Agak tinggi
Antara 0,400 sampai dengan 0,300	Sedang
Antara 0,300 sampai dengan 0,200	Agak tidak tinggi
Antara 0,200 sampai dengan 0,100	Tidak tinggi
Antara 0,100 sampai dengan 0,000	Sangat tidak tinggi

Sumber : Suharsimi Arikunto (2009:245)

Selanjutnya perlu diuji apakah koefisien validitas tersebut signifikan pada taraf signifikan tertentu, artinya koefisien validitas tersebut bukan karena faktor kebetulan, diuji dengan rumus statistik t sebagai berikut :

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}} \quad (\text{Suharsimi Arikunto, 2009:157})$$

Keputusan pengujian validitas menggunakan taraf signifikansi dengan kriteria sebagai berikut :

1. Nilai r dibandingkan dengan harga r_{tabel} dengan dk = n-2 dan taraf signifikansi $\alpha = 0,05$.
2. Jika $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$ maka soal tersebut valid.
3. Jika $r_{\text{hitung}} < r_{\text{tabel}}$ maka soal tersebut tidak valid.

Uji validitas pada penelitian ini dilaksanakan dengan menggunakan alat bantu *software* komputer program SPSS (*Statistical product for Service Solution*)

18 for windows. Berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan SPSS 18 for windows diperoleh hasil pengujian validitas dari item pertanyaan yang diajukan peneliti.

TABEL 3.4
HASIL PENGUJIAN VALIDITAS

No	Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1	Kemenarikan Pemandangan Alam	0,558	0,413	Valid
2	Kenyamanan Pada Saat Memancing di Lembah Gunung Kujang	0,639	0,413	Valid
3	Kenyamanan Tempat Bermain Anak	0,909	0,413	Valid
4	Kenyamanan Pada Saat Makan Ikan Hasil Pancingan di Rumah Makan Sunda Lembah Gunung Kujang	0,854	0,413	Valid
5	Kenyamanan Pada Saat Menginap di Hotel Lembah Gunung Kujang	0,832	0,413	Valid
6	Kelengkapan fasilitas pendukung (Rumah makan, <i>cottages</i> , pendopo, kolam renang, <i>jogging track</i> , toilet, sarana ibadah, tempat sampah, <i>security center</i> , <i>tourist information center</i> , dan area parkir).	0,775	0,413	Valid
7	Kelengkapan toko peralatan pancing	0,802	0,413	Valid
8	Variasi fasilitas memancing	0,769	0,413	Valid
9	Ketertarikan wisatawan terhadap kolam pancing keluarga	0,800	0,413	Valid
10	Ketertarikan wisatawan terhadap kolam pancing reservasi	0,621	0,413	Valid
11	Ketertarikan wisatawan terhadap kolam pancing perusahaan	0,739	0,413	Valid
12	Kemudahan pencapaian lokasi wisata	0,938	0,413	Valid
13	Kelengkapan sarana transportasi menuju lokasi wisata	0,924	0,413	Valid
14	Kondisi sarana infrastruktur jalan menuju Lembah Gunung Kujang	0,964	0,413	Valid
15	Kemudahan akses informasi mengenai Lembah Gunung Kujang	0,864	0,413	Valid
16	Pemilihan produk wisata berdasarkan daya tarik wisata (<i>attraction</i>) di Lembah Gunung Kujang	0,855	0,413	Valid
17	Pemilihan produk wisata berdasarkan aktivitas di Lembah Gunung Kujang	0,829	0,413	Valid

No	Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
18	Pemilihan produk berdasarkan kualitas (<i>amenities</i>) fasilitas wisata di Lembah Gunung Kujang	0,880	0,413	Valid
19	Pemilihan produk berdasarkan kemudahan aksesibilitas menuju Lembah Gunung Kujang	0,854	0,413	Valid
20	<i>Brand awareness</i> Lembah Gunung Kujang	0,970	0,413	Valid
21	Citra Lembah Gunung Kujang di mata masyarakat	0,936	0,413	Valid
22	Kenyamanan jam operasi Lembah Gunung Kujang	0,844	0,413	Valid
23	Kenyamanan waktu kunjungan ke Lembah Gunung Kujang pada saat <i>weekday</i>	0,937	0,413	Valid
24	Kenyamanan waktu kunjungan ke Lembah Gunung Kujang pada saat <i>weekend</i>	0,957	0,413	Valid
25	Banyaknya kegiatan yang dilakukan di Lembah Gunung Kujang	0,837	0,413	Valid
26	Frekuensi berkunjung ke Lembah Gunung Kujang	0,814	0,413	Valid

Sumber : Hasil Pengolahan Data, 2010

Berdasarkan jumlah angket yang diuji kepada 25 responden dengan tingkat signifikansi 5% dan derajat kebebasan (df) $n-2$ ($25-2=23$), maka didapat nilai r_{tabel} sebesar 0,413. Berdasarkan Tabel di atas dapat diketahui bahwa instrumen yang diajukan kepada responden dapat dikatakan valid, karena setiap pertanyaan memiliki r_{hitung} yang lebih besar daripada r_{tabel} sehingga instrumen tersebut dapat dijadikan sebagai alat ukur terhadap konsep yang seharusnya diukur.

3.2.6.2 Hasil Pengujian Reliabilitas

Suharsimi Arikunto (2009:178) menyatakan pengertian reliabilitas sebagai berikut:

Reliabilitas menunjuk pada suatu pengetahuan bahwa suatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data, karena instrumen tersebut sudah baik, instrumen yang sudah dapat dipercaya, yang reliabel akan menghasilkan data yang dapat dipercaya juga. Reliabilitas menunjukkan tingkat keterandalan sesuatu.

Sedangkan menurut Asep Hermawan (2006:126), mendefinisikan reliabilitas berkaitan dengan konsistensi dan prediktabilitas suatu alat ukur". Berdasarkan pendapat para ahli tersebut, dapat disimpulkan bahwa reliabilitas berkaitan dengan akurasi dan ketepatan suatu alat ukur untuk mengukur karena instrumennya sudah baik.

Pengujian pada reliabilitas penelitian ini menggunakan reliabilitas internal dengan rumus *Cronbach Alpa*. Hal ini dikarenakan instrumen pertanyaan kuesioner yang dipakai merupakan rentang beberapa nilai dalam hal ini menggunakan skala 1 sampai dengan 7 dan termasuk penelitian yang menggunakan skala interval, pada penelitian ini skala yang digunakan adalah *hybrid ordinaly interval scale* yaitu skala ordinal yang diasumsikan sebagai skala interval. Rumus *Cronbach Alpa*:

$$r_{11} = \left(\frac{k}{(k-1)} \right) \left(\frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_1^2} \right) \quad \text{Sumber: Arikunto (2009:196)}$$

Keterangan:

- r_{11} = Reliabilitas instrumen
- k = Banyak butir pertanyaan atau soal
- σ_1^2 = Varians total
- $\sum \sigma_b^2$ = Jumlah varians butir

Jumlah variasi butir dapat dicari dengan cara mencari nilai variasi setiap butir terlebih dahulu kemudian jumlahkan, seperti yang dipaparkan berikut:

$$\sigma = \frac{\Sigma X^2 - \frac{(\Sigma X)^2}{n}}{n} \quad \text{Sumber: Arikunto (2009:184)}$$

Keterangan:

σ_1^2 = Varians total

ΣX = Jumlah skor

N = Jumlah responden

Koefisien *Cronbach alpha* (α) merupakan statistik yang paling umum digunakan untuk menguji reliabilitas suatu instrumen penelitian. Suatu instrumen penelitian diindikasikan memiliki tingkat reliabilitas memadai jika koefisien *cronbach alpha* lebih besar atau sama dengan 0,70 (Hair, Anderson, Tatham & Black, 1998:88). Uma Sekaran (2006:177) mengemukakan:

Cronbach alpha adalah koefisien keandalan yang menunjukkan seberapa baik item dalam suatu kumpulan secara positif berkorelasi atau satu sama lain. *Cronbach alpha* dihitung dalam rata-rata interkorelasi antar item yang mengukur konsep. Semakin dekat *cronbach alpha* dengan 1, semakin tinggi keandalan konsistensi internal.

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui ketetapan nilai kuesioner, artinya instrumen penelitian bila diujikan pada kelompok yang sama walaupun pada waktu yang berbeda hasilnya akan sama

Keputusan pengujian reliabilitas item instrumen, adalah sebagai berikut:

1. Item pertanyaan yang telah diteliti dikatakan valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$.
2. Item pertanyaan yang diteliti dikatakan tidak valid jika $r_{hitung} < r_{tabel}$

Pengujian reliabilitas instrumen dilakukan terhadap 25 responden dengan tingkat signifikansi 5% dan derajat kebebasan (dk) $n-2$ ($25-2=23$). Dengan

menggunakan alat bantu *software* komputer SPSS 18 (*Statistical Product for Service Solution*), diketahui bahwa semua variabel reliabel, hal ini dikarenakan r_{hitung} lebih besar daripada r_{tabel} yaitu sebesar 0,70, berikut tabel uji reliabilitas instrumen penelitian.

Berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan SPSS 18 *for windows* diperoleh hasil pengujian reliabilitas sebagai berikut:

TABEL 3.5
HASIL PENGUJIAN RELIABILITAS

No	Variabel	r_{hitung} (Alpha)	r_{tabel}	Keterangan
1	<i>Attraction</i>	0,827	0,70	Reliabel
2	<i>Facilities</i>	0,822	0,70	Reliabel
3	<i>Accesibilities</i>	0,931	0,70	Reliabel
4	Pemilihan produk	0,875	0,70	Reliabel
5	Pemilihan merek	0,870	0,70	Reliabel
6	Pemilihan waktu berkunjung	0,889	0,70	Reliabel
7	Pemilihan jumlah kunjungan	0,833	0,70	Reliabel

Sumber : Hasil Pengolahan Data, 2010

Jika koefisien internal seluruh item $r_{hitung} \geq r_{tabel}$, maka item pertanyaan dikatakan reliabel, sehingga variabel keduanya cukup reliabel.

3.3 Rancangan Teknik Analisis Data dan Pengujian Hipotesis

3.3.1 Rancangan Teknik Analisis Data

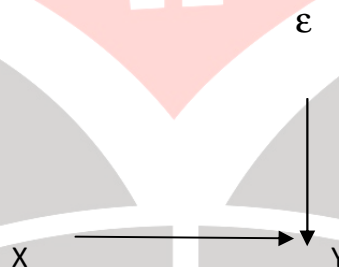
Alat penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner atau angket. Kuesioner ini disusun oleh penulis berdasarkan variabel yang terdapat dalam penelitian, yaitu memberikan keterangan dari data mengenai pengaruh penawaran pariwisata (X) yang terdiri dari *attractions* (X.1.1), *facilities* (X.1.2) dan *accessibilities* (X.1.3) terhadap keputusan berkunjung wisatawan untuk memancing (Y) sebagai variabel terikat yang memiliki indikator pemilihan produk, pemilihan merek, pemilihan waktu pembelian dan pemilihan jumlah penelitian.

Proses untuk menguji hipotesis di mana metode analisis yang dilakukan dalam penelitian ini adalah metode analisis verifikatif, analisis verifikatif dipergunakan untuk menguji hipotesis dengan menggunakan uji statistik dan menitikberatkan pada pengungkapan perilaku variabel penelitian. maka dilakukan analisis jalur (*path analysis*). Dalam hal ini, analisis jalur digunakan untuk menentukan besarnya pengaruh variabel *independent* (X) terhadap variabel *dependent* (Y) baik secara langsung ataupun tidak langsung. Untuk memenuhi persyaratan digunakannya metode analisis jalur maka sekurang-kurangnya data yang diperoleh adalah data interval.

Data yang diperoleh dalam penelitian ini adalah data gabungan skala interval-ordinal (*hibryd ordinal-interval scale*). Menurut Hermawan (2006:123) *hibryd ordinal-interval scale* yaitu merupakan suatu skala yang secara artifisial

ditransformasikan ke dalam apa yang diasumsikan (*assumed distance property*) sehingga peneliti dapat melakukan beberapa analisis statistik yang tingkatannya lebih tinggi (*advance statistic analysis*).

Selanjutnya skala *hibryd ordinal-interval* tersebut akan ditentukan pasangan data variabel independennya dengan variabel dependen dari semua sampel penelitian. Data penelitian yang sudah berbentuk interval selanjutnya akan ditentukan pasangan data variabel bebasnya dengan variabel terikat dari semua sampel penelitian. Berdasarkan hipotesis konseptual yang diajukan, terhadap hubungan antara variabel penelitian. Hipotesis tersebut digambarkan dalam sebuah paradigma seperti pada Gambar 3.2 sebagai berikut.



GAMBAR 3.1
STRUKTUR KAUSAL ANTARA X DAN Y

Keterangan :

- X = nilai pada aspek penawaran pariwisata
- Y = nilai pada keputusan berkunjung
- ε = epsilon (variabel lain)
- = hubungan kausalitas

Gambar 3.1 di atas menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara penawaran pariwisata terhadap keputusan berkunjung wisatawan untuk memancing. Selain itu terdapat faktor-faktor lain yang mempengaruhi hubungan antara X (penawaran pariwisata) dan Y (keputusan berkunjung wisatawan untuk memancing) yaitu variabel residu yang dilambangkan dengan ϵ , namun pada penelitian ini variabel tersebut tidak diperhatikan.

3.3.2 Rancangan Pengujian Hipotesis

Variabel yang dianalisis adalah variabel bebas (*independent*) yaitu penawaran pariwisata (X) sedangkan variabel terikat (*dependent*) yaitu keputusan berkunjung wisatawan untuk memancing (Y). Dengan memperhatikan karakteristik variabel yang akan diuji, maka adapun yang menjadi hipotesis dalam penelitian ini adalah:

Hipotesis : Pengaruh Aspek Penawaran Pariwisata yang terdiri dari atraksi (X1), fasilitas (X2) dan aksesibilitas (X3) terhadap keputusan berkunjung (Y)

Data yang terkumpul dari kuesioner diolah agar memperoleh makna yang berguna. Data yang diperoleh dengan criteria sebagai berikut:

1. Setiap variabel yang dinilai diklasifikasikan ke dalam tujuh alternative jawaban, dimana setiap option terdiri dari tujuh kriteria skor.
2. Pembobotan setiap jawaban menggunakan *Hibryd Ordinal Interval Scale* yang menggambarkan peringkat jawaban. Peringkat jawaban diberi skor antara 1 sampai 7.

3. Setiap jawaban mencerminkan peringkat wisatawan terhadap keputusan wisatawan untuk memancing di Lembah Gunung Kujang.

TABEL 3.4
ALTERNATIF JAWABAN TIAP ITEM PERTANYAAN

Nilai	Alternatif Jawaban
Positif 7	Sangat menarik, sangat baik, sangat sesuai, sangat sering, sangat lengkap, sangat unik, sangat setuju, dsb.
6	Menarik, baik, sesuai, sering, lengkap, unik, setuju, dsb.
5	Agak menarik, agak baik, agak sesuai, agak sering, agak lengkap, agak unik, agak setuju, dsb.
4	Antara menarik dan tidak, antara baik dan tidak, antara sesuai dan tidak, antara sering dan tidak, antara lengkap dan tidak, antara unik dan tidak, antara setuju dan tidak, dsb.
3	Agak tidak menarik, agak tidak baik, agak tidak sesuai, agak tidak sering, agak tidak lengkap, agak tidak unik, agak tidak setuju, dsb.
2	Tidak menarik, tidak baik, tidak sesuai, tidak sering, tidak lengkap, tidak unik, tidak setuju, dsb.
1 Negatif	Sangat tidak menarik, sangat tidak baik, sangat tidak sesuai, sangat tidak sering, sangat tidak lengkap, sangat tidak unik, sangat tidak setuju, dsb.

Sumber : Modifikasi dari pedoman konfigurasi skala (Malhotra, 2005:304)

Analisis data merupakan kegiatan yang dilakukan setelah data dari seluruh komponen terkumpul. Langkah-langkah dalam teknik analisis data adalah sebagai berikut:

1. Menyusun Data

Kegiatan ini dilakukan untuk memeriksa kelengkapan data serta isian data yang sesuai dengan tujuan penelitian.

2. Tabulasi Data

Penelitian ini melakukan tabulasi data dengan langkah-langkah sebagai berikut:

- a. Memberi skor pada setiap item
 - b. Menjumlahkan skor pada setiap item
 - c. Menyusun rangking skor pada setiap variabel penelitian
3. Pengujian

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis jalur (*path analysis*). Analisis jalur bertujuan untuk menerangkan besarnya pengaruh langsung dan tidak langsung dari satu arah atau lebih variabel sebagai variabel penyebab terhadap satu atau lebih variabel lainnya sebagai variabel akibat.

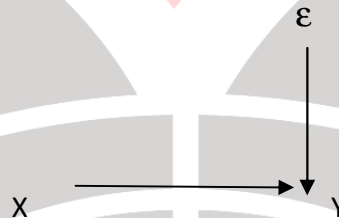
Analisis Jalur

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis jalur (*path analysis*). Analisis jalur yang digunakan untuk menentukan besarnya pengaruh penawaran pariwisata (X) terhadap keputusan berkunjung wisatawan untuk memancing (Y). Skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah *hybrid ordinally-interval scale*. Data penelitian yang sudah berbentuk interval selanjutnya akan ditentukan pasangan data variabel bebasnya dengan variabel terikat dari semua sampel penelitian.

Pengolahan data dapat dilakukan dengan bantuan program SPSS 18 *for windows*, yang menurut Kusnedi (2004:26) dilakukan dengan:

1. Transformasikan data mentah menjadi data dalam skor Z. untuk itu dipilih menu *analyze*. Pilih *descriptive statistic*. Klik *descriptive*. Blok semua variabel, klik $>$. Klik *save* untuk menyimpan data.
2. Untuk memperoleh semua nilai PA, prosedurnya adalah dari menu utama *analyze*, pilih *regression*, klik linier. Pengisian kotak *dependent*, klik variabel endogen, yaitu Zscore (Y)(zy) dan klik $>$. Pengisian kotak *independent*, blok semua variabel eksogen dan klik $>$. *Method*, pilih Backward. Kemudian dari kotak statistik klik *descriptive*.

Berdasarkan hipotesis konseptual yang diajukan, terhadap hubungan antara variabel penelitian. Hipotesis tersebut digambarkan dalam sebuah paradigma seperti pada Gambar 3.2 sebagai berikut:



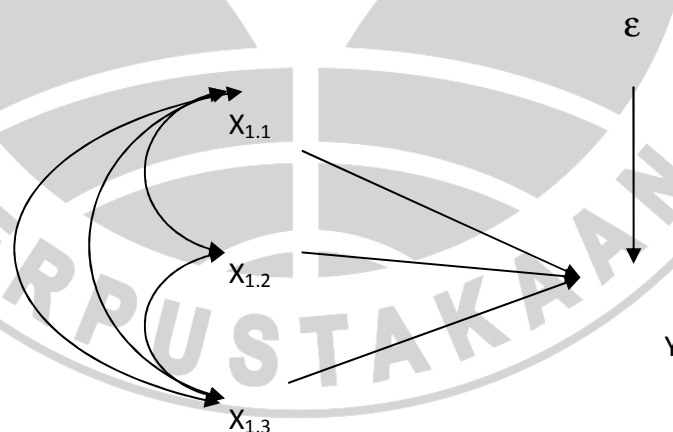
GAMBAR 3.2
DIAGRAM JALUR HIPOTESIS

Keterangan :

- | | |
|-------------------|-----------------------------------|
| X | = nilai pada penawaran pariwisata |
| Y | = nilai pada keputusan berkunjung |
| ϵ | = epsilon (variabel lain) |
| \longrightarrow | = hubungan kausalitas |

Gambar 3.2 di atas menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara aspek penawaran pariwisata terhadap keputusan berkunjung wisatawan untuk memancing. Selain itu terdapat faktor-faktor lain yang mempengaruhi hubungan antara X (penawaran pariwisata) dan Y (keputusan berkunjung wisatawan untuk memancing) yaitu variabel residu yang dilambangkan dengan ϵ , □□namun pada penelitian ini variabel tersebut tidak diperhatikan.

Struktur hubungan antara X dan Y terdapat pengaruh antara aspek penawaran pariwisata yang terdiri dari *attractions*, *facilities* dan *accessibilities* terhadap keputusan berkunjung wisatawan untuk memancing. Beberapa sub hipotesis yang menyatakan pengaruh sub variabel independent yang paling dominan terhadap variabel *dependent*. Lebih jelasnya dapat dilihat pada Gambar 3.3. berikut:



GAMBAR 3.3
DIAGRAM JALUR SUB STRUKTUR HIPOTESIS

Keterangan :

X = Penawaran Pariwisata

X_{1.1} = Atraksi

X_{1.2} = Fasilitas

X_{1.3} = Aksesibilitas

Y = Keputusan Berkunjung Wisatawan untuk Memancing

ε = Epsilon (variabel lain)

1. Menghitung matriks korelasi antar variabel bebas

$$R_1 = \begin{pmatrix} X_{1.1} & X_{1.2} & X_{1.3} \\ 1 & r_{X_{1.1}X_{1.2}} & r_{X_{1.3}X_{1.1}} \\ & 1 & r_{X_{1.3}X_{1.2}} \\ & & 1 \end{pmatrix}$$

2. Menghitung matriks invers korelasi

$$R_1^{-1} = \begin{pmatrix} X_{1.1} & X_{1.2} & X_{1.3} \\ C_{1.1.1.1} & C_{1.1.1.2} & C_{1.1.1.3} \\ & C_{1.2.1.2} & C_{1.2.1.3} \\ & & C_{1.3.1.3} \end{pmatrix}$$

3. Menghitung semua koefisien jalur melalui rumus

$$\begin{pmatrix} \text{PYX}_{1.1} \\ \text{PYX}_{1.2} \\ \text{PYX}_{1.3} \end{pmatrix} = \begin{pmatrix} X_{1.1} & X_{1.2} & X_{1.3} \\ C_{1.1.1.1} & C_{1.1.1.2} & C_{1.1.1.3} \\ C_{1.2.1.2} & C_{1.2.1.3} \\ C_{1.3.1.3} \end{pmatrix} \begin{pmatrix} r_{YX_{1.1}} \\ r_{YX_{1.2}} \\ r_{YX_{1.3}} \end{pmatrix}$$

4. Hitung $R^2_Y (X_{1.1}, X_{1.2}, X_{1.3})$ yaitu koefisien yang menyatakan determinasi total $X_{1.1}, X_{1.2}, X_{1.3}$ terhadap Y dengan menggunakan rumus :

$$R^2_Y (X_{1.1}, \dots, X_{1.3}) = (\text{PYX}_{1.1}, \dots, \text{PYX}_{1.3}) \begin{pmatrix} r_{YX_{1.1}} \\ \dots \\ r_{YX_{1.3}} \end{pmatrix}$$

5. Menguji pengaruh langsung maupun tidak langsung dari setiap variabel.

Pengaruh X_1 terhadap Y:

a. Pengaruh $(X_{1.1})$ terhadap (Y)

Pengaruh langsung = $\text{PYX}_{1.1} \cdot \text{PYX}_{1.1}$

Pengaruh tidak langsung melalui $(X_{1.2})$ = $\text{PYX}_{1.1} \cdot r_{X_{1.1}X_{1.2}} \cdot \text{PYX}_{1.2}$

$\text{PYX}_{1.2}$

Pengaruh tidak langsung melalui $(X_{1.3})$ = $\text{PYX}_{1.1} \cdot r_{X_{1.1}X_{1.3}} \cdot \text{PYX}_{1.3}$

$\text{PYX}_{1.3}$ +

Pengaruh total $(X_{1.1})$ terhadap Y =

b. Pengaruh $(X_{1.2})$ terhadap (Y)

Pengaruh langsung $= PYX_{1,2} \cdot PYX_{1,2}$

Pengaruh tidak langsung melalui $(X_{1,1})$ $= PYX_{1,2} \cdot r_{X_{1,2}X_{1,1}}$

$PYX_{1,1}$

Pengaruh tidak langsung melalui $(X_{1,3})$ $= PYX_{1,2} \cdot r_{X_{1,2}X_{1,3}}$

$PYX_{1,3}$

+

Pengaruh total $(X_{1,1})$ terhadap Y $= \dots\dots\dots$

c. Pengaruh $(X_{1,3})$ terhadap (Y)

Pengaruh langsung $= PYX_{1,3} \cdot PYX_{1,3}$

Pengaruh tidak langsung melalui $(X_{1,1})$ $= PYX_{1,3} \cdot r_{X_{1,3}X_{1,1}}$

$PYX_{1,1}$

Pengaruh tidak langsung melalui $(X_{1,2})$ $= PYX_{1,3} \cdot r_{X_{1,3}X_{1,2}}$

$PYX_{1,2}$

Pengaruh total $(X_{1,1})$ terhadap Y $= \dots\dots\dots$

6. Menghitung pengaruh variabel lain (ϵ) dengan rumus sebagai berikut :

$$P_{Y\epsilon} = \sqrt{1 - R^2_{Y(X_{1,1}, X_{1,2}, X_{1,3})}}$$

Keputusan penerimaan atau penolakan H_0

Rumusan hipotesi operasional :

$H_0 : PYX_{1,1} = PYX_{1,2} = PYX_{1,3} = 0$

$H_i : \text{sekurang-kurangnya ada sebuah } PYX_i \neq 0, i = 1, 2 \text{ dan } 3, \text{ Statistik uji yang digunakan adalah}$

$$F = \frac{(n-k-1) \sum_{i=1}^k P_{YXi} P_{YXi}}{k(1 - \sum_{i=1}^k P_{YXi} P_{YXi})}$$

Hasil F_{hitung} dibandingkan dengan tabel distribusi F Snedecor, apabila $F_{hitung} \geq F_{tabel}$, maka H_0 ditolak dengan demikian dapat diteruskan pada pengujian secara individual, statistik yang digunakan adalah :

$$t = \frac{P_{YXi} - P_{YXi}}{\sqrt{\frac{(1 - R^2_{Y(X1.1...X1.3)})(C_{ii} + C_{ij} + C_{jj})}{(n-k-1)}}$$

t mengikuti distribusi t-student dengan derajat kebebasan $n-k-1$.

Semua teknis analisis data di atas dalam pelaksanaan perhitungannya menggunakan program SPSS 18 *for window*. Penafsiran terhadap besarnya koefisien korelasi berpedoman pada penggolongan koefisien yang dikemukakan oleh Sugiyono (2008:184) adalah seperti yang terdapat pada Tabel 3.5 di halaman selanjutnya :

TABEL 3.4
PEDOMAN UNTUK MEMBERIKAN INTERPRETASI 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

Sumber : Sugiyono (2008:184)

Secara statistik, hipotesis yang akan diuji dalam rangka pengambilan keputusan penerimaan atau penolakan hipotesis dapat ditulis sebagai berikut :

Hipotesis Pertama

$H_0 : p \leq 0$, Artinya tidak terdapat pengaruh yang positif antara penawaran pariwisata yang terdiri atraksi, fasilitas dan aksesibilitas terhadap keputusan berkunjung wisatawan untuk memancing di Lembah Gunung Kujang.

Hipotesis Kedua :

$H_a : p \geq 0$, Artinya terdapat pengaruh yang positif antara atraksi terhadap keputusan berkunjung wisatawan untuk memancing di Lembah Gunung Kujang.