

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Objek penelitian pada penelitian kali ini terdiri dari dua variabel yaitu variabel X dan variabel Y. Menurut Sugiyono (2008: 59), variabel *independent* atau variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab berubahnya atau timbulnya variabel *dependent* (terikat). Dimana penelitian ini menggunakan pendekatan ilmu manajemen pemasaran pariwisata.

Penelitian ini menganalisis variabel bebas yaitu atribut *distro* dan *clothing* yang memiliki sub variabel yang terdiri dari *Destination Attractions, Destination Facilities and Services, Accessibilities of The Destinations, Image of the Destinations, Price to the Customers*. Adapun variabel *dependent* atau terikat adalah Kepuasan Wisatawan yang mempunyai indikator persepsi dan ekspektasi.

Penelitian ini dilakukan di beberapa kawasan penyebaran *Distro* dan *Clothing* di Kota Bandung selama 6 bulan.

3.2 Metode Penelitian

3.2.1 Jenis Penelitian dan Metode yang Digunakan

Setiap penelitian yang akan dilakukan sebelumnya harus ditentukan dahulu jenis dan metode penelitian yang akan di gunakan, hal ini bertujuan untuk mencapai tujuan dari penelitian tersebut. Jenis penelitian ini adalah penelitian verifikatif dan deskriptif.

Menurut Sugiyono (2008:11) "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 gambaran mengenai atribut Distro, Clothing dan kepuasan wisatawan yang mengunjungi Kota Bandung.

Suharisimi Arikunto (2002:7) mengemukakan bahwa”Penelitian verifikatif pada dasarnya ingin menguji kebenaran pengumpulan data di lapangan.” Dalam penelitian ini diuji mengenai pengaruh atribut produk wisata belanja terhadap kepuasan untuk mengunjungi Kota Bandung.

Berdasarkan jenis penelitian di atas yaitu penelitian deskriptif dan verifikatif yang dilakukan melalui pengumpulan data di lapangan, maka metode penelitian yang digunakan adalah *descriptive survey* dan *explanatory survey*. Menurut Kerlinger yang dikutip oleh Sugiyono (2008:7) yang dimaksud 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 sosiologis maupun psikologis.”

Penelitian yang menggunakan metode ini informasi dari sebagian populasi dikumpulkan langsung di tempat kejadian secara empirik guna mengetahui pendapat sebagian populasi terhadap objek yang sedang diteliti.

Penelitian ini dilakukan dalam kurun waktu kurang dari satu tahun atau selama 6 bulan, maka metode yang digunakan adalah metode *cross-sectional*.

Donal R. Cooper (Asep Hermawan 2008 : 160) mengemukakan : “ Metode yang

dilakukan hanya sekali dan mewakili suatu periode tertentu dalam waktu tertentu disebut metode *cross-sectional*.

3.2.2 Oprasionalisasi Variabel

Variabel yang diteliti dari penelitian ini adalah atribut *distro* dan *clothing* (x) sebagai variabel bebas serta kepuasan berkunjung sebagai (y) sebagai variabel terikat. Secara lengkap oprasional variabel dapat dilihat pad tabel berikut ini :

TABEL 3.1
OPERASIONAL VARIABEL

Variabel	Sub Variabel	Konsep Variabel dan Sub Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
Atribut <i>distro</i> dan <i>clothing</i> (X)	atribut produk merupakan pengembangan suatu produk atau jasa yang melibatkan penentuan manfaat yang akan diberikan. Berbeda halnya dengan produk manufaktur pada umumnya produk pariwisata mempunyai atribut yang berbeda sehingga membentuk produk pariwisata (Modifikasi, Kotler & Amstrong 2008: 206)					
	1. <i>Destination Attractions</i>	<i>attractions of destination is a both natural and people made (built, cultural and social) (Middleton,2001)</i>	Daya tarik aktivitas wisata belanja di distro	Tingkat kemenarikan wisata belanja	Hybrid Ordinal Interval	III.1.1
			Kenyamanan iklim (<i>climate</i>) Kota Bandung	Tingkat Kenyamanan Iklim (<i>climate</i>)di Kota Bandung		Hybrid Ordinal Interval
			Kemenarikan desain bangunan <i>distro</i> dan <i>clothing</i> di kota Bandung	Tingkat Kemenarikan <i>distro</i> dan <i>clothing</i> di kota Bandung.	Hybrid Ordinal Interval	III.1.3
			Keunikan koleksi barang yang di jual <i>distro</i> dan <i>clothing</i> di kota Bandung	Tingkat Keunikan <i>distro</i> dan <i>clothing</i> di kota Bandung.		III.1.4
	2. <i>Destination Facilities and Services</i>	<i>facilities and services available in destination, e.g. acommodation, retail and leisure Middleton (2001)</i>	Kelengkapan <i>basic tourist facilities</i> (Toilet, tempat sampah, sarana ibadah, <i>security centre</i> , fasilitas P3K,	Tingkat Kelengkapan <i>basic facilities</i> (Toilet, tempat sampah, sarana ibadah, <i>security centre</i> ,	Hybrid Ordinal Interval	III.2.a

Variabel	Sub Variabel	Konsep Variabel dan Sub Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
			area parkir)	fasilitas P3K)		
			Kelengkapan <i>specific tourist facilities</i> (<i>signage, tourist information center, Akomodasi, restoran</i>)	Tingkat Kelengkapan <i>specific tourist facilities</i> (<i>signage, tourist information center, Akomodasi, restoran</i>)	Hybrid Ordinal Interval	III.2.b
			Kondisi <i>basic tourist facilities</i> (Toilet, tempat sampah, sarana ibadah, <i>security centre</i> , fasilitas P3K, area parkir)	Tingkat Kondisi <i>basic tourist facilities</i> (Toilet, tempat sampah, sarana ibadah, <i>security centre</i> , fasilitas P3K, area parkir)	Hybrid Ordinal Interval	III.2.b
			Kondisi <i>specific tourist facilities</i> (<i>signage, tourist information center, , Akomodasi, restoran.</i>)	Tingkat Kondisi <i>specific tourist facilities</i> (<i>signage, tourist information center, Akomodasi, restoran.</i>)	Hybrid Ordinal Interval	III.2.d
	3. <i>Accessibilities of The Destinations</i>	<i>Accessibility of the destination affect the holiday cost and speed and convenience with which a traveler may reach a destination and encapsulates more tan the physical transport, it include the infrastructure (roads, airport, railway, seaports),</i>	Kemudahan pencapaian lokasi	Tingkat Kemudahan pencapaian menuju <i>distro</i> dan <i>clothing</i>	Hybrid Ordinal Interval	III.3.1
			Kelengkapan sarana transportasi menuju lokasi <i>distro</i> dan <i>clothing</i>	Tingkat kelengkapan sarana transportasi menuju <i>distro</i> dan <i>clothing</i>		III.3.2
			Kondisi sarana infrastruktur jalan menuju <i>distro</i> dan <i>clothing</i>	Tingkat Penilaian Wisatawan terhadap kondisi sarana infrastruktur jalan menuju	Hybrid Ordinal Interval	III.3.3

Variabel	Sub Variabel	Konsep Variabel dan Sub Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
		<i>equipment (size, speed, and range of public transport vehicles), operational factors (routes operated, frequency of services, price charged) and government regulations regarding transport. (Middleton,2001)</i>		<i>distro dan clothing</i>	<i>Hybrid Ordinal Interval</i>	III.3.4
			Kemudahan akses informasi mengenai <i>distro</i> dan <i>clothing</i> di Kota Bandung dalam berbagai media	Tingkat Kemudahan akses informasi mengenai <i>distro</i> dan <i>clothing</i> di Kota Bandung dalam berbagai media berbagai media		
	4. <i>Image of the Destinations</i>	<i>Image of the destination which influence prospective tourists expectations- all tourists have mental pictures of potensial destination, normally based on historic rather than current events, which destination area agencies seek to maintain or improve. (Middleton,2001)</i>	Keseuaian antara <i>Distro</i> atau <i>Clothing</i> dan Citra Kota Bandung	Tingkat keseuaian antara <i>Distro</i> atau <i>Clothing</i> dan Citra Kota Bandung	<i>Hybrid Ordinal Interval</i>	III.4.1
			Keunikan <i>Distro</i> dan <i>Clothing</i> dalam membentuk citra pariwisata Koota Bandung	Tingkat Keunikan <i>Distro</i> dan <i>Clothing</i> dalam membentuk citra pariwisata Koota Bandung		III.4.2
			Kekuatan daya tarik <i>Distro</i> dalam membentuk citra pariwisata Kota Bandung sebagai kota kreatif	Tingkat Kekuatan daya tarik <i>Distro</i> dalam membentuk citra pariwisata Kota Bandung sebagai kota kreatif		III.4.3
	5. <i>Price to the Customers</i>	<i>Price to the Customers total price to the consumer of the complete holiday package. Segala sesuatu biaya yang di pergunakan wisatawan pada saat melakukan perjalanan wisata inilah yang di sebut dengan</i>	Harga yang Tawarkan <i>distro</i> dan <i>clothing</i> di Kota Bandung	Tingkat harga yang ditawarkan <i>distro</i> dan <i>clothing</i> di Kota Bandung	<i>Hybrid Ordinal Interval</i>	III.5.1
			Waktu yang di keluar pada saat berbelanja di <i>Distro</i> dan <i>Clothing</i> Kota Bandung	Tingkat kesesuaian waktu yang dikeluarkan dengan kesenangan yang didapat ketika		<i>Hybrid Ordinal Interval</i>

Variabel	Sub Variabel	Konsep Variabel dan Sub Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
		price to the customers (Middleton,2001)		berwisata belanja di Distro dan Clothing Kota Bandung	Hybrid Ordinal Interval	III.5.1
			Energi yang di keluar pada saat berbelanja di Distro dan Clothing Kota Bandung	Tingkat Kesesuaian energi yang dikeluarkan dengan kesenangan yang didapat ketika berwisata belanja di Distro dan Clothing Kota Bandung		
Kepuasan Berkunjung (Y)	kepuasan adalah persamaan personal dari kesenangan atau kekecewaan sebagai hasil dari perbandingan antara manfaat produk yang dirasakan (<i>or come</i>) terhadap harapan atau pengalaman mereka". Kotler dan Keller (2009;161)					
	1. Kepuasan atas Dastination Atraction		Daya tarik aktivitas wisata belanja di distro	Tingkat Kepuasan atas kemenarikan wisata belanja	Hybrid Ordinal Interval	III.1.1
			Kenyamanan iklim (<i>climate</i>) Kota Bandung	Tingkat kepuasan atas Kenyamanan Iklim (<i>climate</i>)di Kota Bandung		Hybrid Ordinal Interval
			Kemenarikan desain bangunan <i>distro</i> dan <i>clothing</i> di kota Bandung	Tingkat kepuasan atas Keunikan <i>distro</i> dan <i>clothing</i> di kota Bandung.	Hybrid Ordinal Interval	
			Keunikan koleksi barang yang di jual <i>distro</i> dan <i>clothing</i> di kota Bandung	Tingkat kepuasan atas Keunikan <i>distro</i> dan <i>clothing</i> di kota Bandung.		III.1.4
	2. Kepusan Destination Facilities and Services		Kelengkapan <i>basic tourist facilities</i> (Toilet, tempat sampah, sarana ibadah, security centre, fasilitas P3K, area parkir)	Tingkat Kepuasan atas Kelengkapan <i>basic facilities</i> (Toilet, tempat	Hybrid Ordinal Interval	III.2.a

Variabel	Sub Variabel	Konsep Variabel dan Sub Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
				sampah, sarana ibadah, <i>security centre</i> , fasilitas P3K)	<i>Hybrid Ordinal Interval</i>	
			Kelengkapan <i>specific tourist facilities</i> (<i>signage, tourist information center, Akomodasi, restoran</i>)	Tingkat kepuasan atas Kelengkapan <i>specific tourist facilities</i> (<i>signage, tourist information center, Akomodasi, restoran</i>)		III.2.b
			Kondisi <i>basic tourist facilities</i> (Toilet, tempat sampah, sarana ibadah, <i>security centre</i> , fasilitas P3K, area parkir	Tingkat kepuasan atas Kondisi <i>basic tourist facilities</i> (Toilet, tempat sampah, sarana ibadah, <i>security centre</i> , fasilitas P3K, area parkir)		III.2.c
			Kondisi <i>specific tourist facilities</i> (<i>signage, tourist information center, , Akomodasi, restoran,)</i>	Tingkat kepuasan atas Kondisi <i>specific tourist facilities</i> (<i>signage, tourist information center, Akomodasi, restoran,)</i>		III.2.d
	3. <i>Accessibilities of The Destinations</i>		Kemudahan pencapaian lokasi	Tingkat Kepuasan atas Kemudahan pencapaian menuju <i>distro</i>	<i>Hybrid Ordinal Interval</i>	III.3.1

Variabel	Sub Variabel	Konsep Variabel dan Sub Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
				dan <i>clothing</i>		
			Kelengkapan sarana transportasi menuju lokasi <i>distro</i> dan <i>clothing</i>	Tingkat kepuasan atas kelengkapan sarana transportasi menuju <i>distro</i> dan <i>clothing</i>	<i>Hybrid Ordinal Interval</i>	III.3.2
			Kondisi sarana infrastruktur jalan menuju <i>distro</i> dan <i>clothing</i>	Tingkat kepuasan atas Penilaian Wisatawan terhadap kondisi sarana infrastruktur jalan menuju <i>distro</i> dan <i>clothing</i>	<i>Hybrid Ordinal Interval</i>	III.3.3
			Kemudahan akses informasi mengenai <i>distro</i> dan <i>clothing</i> di Kota Bandung dalam berbagai media	Tingkat kepuasan atas Kemudahan akses informasi mengenai <i>distro</i> dan <i>clothing</i> di Kota Bandung dalam berbagai media	<i>Hybrid Ordinal Interval</i>	III.3.4
	4. Kepuasan					
	<i>Image of the Destinations</i>		Keseuaian antara <i>Distro</i> atau <i>Clothing</i> dan Citra Kota Bandung	Tingkat kepuasan atas keseuaian antara <i>Distro</i> atau <i>Clothing</i> dan Citra Kota Bandung	<i>Hybrid Ordinal Interval</i>	III.4.1
			Keunikan <i>Distro</i> dan <i>Clothing</i> dalam membentuk citra pariwisata Koota Bandung	Tingkat kepuasan atas keunikan <i>Distro</i> dan <i>Clothing</i> dalam membentuk citra pariwisata Koota Bandung	<i>Hybrid Ordinal Interval</i>	III.4.2

Variabel	Sub Variabel	Konsep Variabel dan Sub Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
			Kekuatan daya tarik <i>Distro</i> dalam membentuk citra pariwisata Kota Bandung sebagai kota kreatif	Tingkat kesesuaian atas kekuatan daya tarik <i>Distro</i> dalam membentuk citra pariwisata Kota Bandung sebagai kota kreatif	<i>Hybrid Ordinal Interval</i>	III.4.3
	5. Price to the Customers		Harga yang Tawarkan <i>distro</i> dan <i>clothing di</i> Kota Bandung	Tingkat kepuasan atas harga yang ditawarkan <i>distro</i> dan <i>clothing di</i> Kota Bandung	<i>Hybrid Ordinal Interval</i>	III.5.1
			Waktu yang di keluar pada saat berbelanja di <i>Distro</i> dan <i>Clothing</i> Kota Bandung	Tingkat kepuasan atas kesesuaian waktu yang dikeluarkan dengan kesenangan yang didapat ketika berwisata belanja di <i>Distro</i> dan <i>Clothing</i> Kota Bandung	<i>Hybrid Ordinal Interval</i>	III.5.1
			Energi yang di keluar pada saat berbelanja di <i>Distro</i> dan <i>Clothing</i> Kota Bandung	Tingkat kepuasan atas Kesesuaian energi yang dikeluarkan dengan kesenangan yang didapat ketika berwisata belanja di <i>Distro</i> dan <i>Clothing</i> Kota Bandung	<i>Hybrid Ordinal Interval</i>	III.5.1

Sumber : Hasil pengolahan data 2009

3.2.3 Jenis dan Sumber Data

Sumber data adalah segala sesuatu yang dapat memberikan keterangan tentang data. Berdasarkan jenis dan sumber data dibedakan menjadi dua yaitu data primer dan data sekunder.

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

1. Data primer (*Primary Data Source*)

Data primer merupakan data yang di kumpulkan 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 *history* mengenai variabel-variabel yang telah dikumpulkan dan dihimpun sebelumnya oleh pihak lain. Data sekunder biasanya diperoleh dari dalam suatu perusahaan (sumber internal), berbagai *internet website* perpustakaan umum maupun lembaga pendidikan membeli dari perusahaan-perusahaan yang memang mengkhususkan diri untuk menyajikan data sekunder, dan lain-lain.

Untuk lebih jelasnya tentang data dan sumber data yang digunakan dalam penelitian, maka penelitian mengumpulkan dan menyajikan dalam Tabel 3.2 berikut :

TABEL 3.2
SUMBER SEKUNDER DAN PRIMER PENENTUAN DATA

No.	Jenis Data	Sumber Data
1	Kunjungan wisman di ASEAN	<i>Blue Print Pemasaran</i>
2	Statistik Perkembangan Wisatawan Nusanara 2001-2007	<i>Budpar.go.id</i>
3	Jumlah Kunjungan Wisatawan Nusanara Ke Objek Wisata Di Jawa Barat 2003-2007	<i>Westjava-indonesia.com</i>
4	Kontribusi Industri Kreatif Terhadap PDRB Jawa Barat	Cetak biru Sekolah Bisnis dan Manajemen Institut Teknologi Bandung Desember 2007
5	Jumlah Kunjungan Wisatawan Ke Kota Bandung Periode 2001-2008	Dinas Pariwisata Kota Bandung 2009
6	Asal Wisatawan Yang Mengunjungi Kota Bandung Tahun 2008	Dinas Pariwisata Kota Bandung 2008
7	Pasar Wisatawan Kota Bandung Tahun 2008	Dinas Pariwisata Kota Bandung 2008
8	Kepuasan Wisatawan Berwisata Belanja Di Distro Dan Clothing Kota Bandung	Wisatawan nusantara Kota Bandung
9	Atribut produk Distro dan Clothing Kota Bandung	Clothing Dan Distro kota Bandung

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2009

3.2.4 Populasi, Sampel Dan Teknik Sampel

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.”

Populasi bukan orang saja tetapi juga benda-benda alam yang lainnya. Populasi juga bukan saja jumlah yang ada pada objek atau subjek itu, tetapi juga karakteristik yang dimiliki subjek dan objek tersebut. Pada awalnya peneliti harus menentukan populasi yang menjadi sasaran penelitiannya yang dinamakan populasi sasaran, yaitu populasi yang nantinya akan menjadi cakupan kesimpulan penelitian. Adapun populasi dalam penelitian ini adalah pengunjung atau wisatawan yang berasal dari Jakarta sejumlah 1.705.057 wisatawan. Jumlah ini didapat berdasarkan jumlah persentase asal wisatawan yang mengunjungi Kota Bandung dari Jakarta sebesar 43,94 % dari jumlah total wisatawan nusantara yang mengunjungi Kota Bandung tahun 2008 sebanyak 3.875.130 wisatawan.

3.2.4.2 Sampel

Pengambilan sampel dari populasi agar diperoleh sampel yang presentatif atau mewakili, maka diupayakan setiap subjek dalam populasi mempunyai peluang untuk menjadi sampel. Menurut Sugiyono (2008:73), yang dimaksud dengan sampel adalah “Bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.” Sedangkan menurut Arikunto (2006: 91) mengemukakan “Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut”:

Pengambilan sampel dari populasi ini agar diperoleh sampel yang representatif, maka diupayakan setiap subjek dalam populasi mempunyai peluang untuk menjadi sampel.

Sampel dalam penelitian ini adalah sebagian dari populasi penelitian, yaitu sebagian dari pengunjung atau wisatawan Kota Bandung. Data yang dimiliki dalam penelitian ini berupa populasi homogen sebanyak 3.875.130 orang. Dalam menentukan jumlah sampel dalam penelitian ini penulis menggunakan metode iterasi, adapun langkah kerja yang dalam menentukan jumlah sampel minimal menurut Sitepu (1994: 110) adalah sebagai berikut:

- 1) Tentukan perkiraan harga koefisien (ρ) terkecil antara variabel penyebab yang akan dibandingkan atau diuji perbedaan pengaruhnya dan yang ada dalam jalur dengan variabel akibat. Hal ini didasarkan pada intuisi peneliti dalam bidang yang akan diteliti dan keterangan-keterangan yang lainnya.
- 2) Tentukan taraf nyata (α) dan kuasa uji ($1-\beta$) 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

Sampel dapat ditentukan berdasarkan rumus sebagai berikut:

$$n_1 = \frac{(Z_{1-\alpha} + Z_{1-\beta})}{(U' \rho)} + 3$$

dengan

$$U' \rho = \frac{1}{2} \ln \left(\frac{1+\rho}{1-\rho} \right)$$

Keterangan:

ρ = Koefisien korelasi terkecil yang diharapkan

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

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

α = kekeliruan tipe 1

β = kekeliruan tipe 2

Pada iterasi kedua menggunakan rumus:

$$n_1 = \frac{(Z_{1-\alpha} + Z_{1-\beta})^2}{(U' \rho)} + 3$$

$$U' \rho = \frac{1}{2} \ln \left(\frac{1+\rho}{1-\rho} \right) + \frac{\rho}{2(n-1)}$$

- 5) Apabila ukuran sampel minimal pada iteratif pertama dan iteratif kedua harganya sampai dengan bilangan satunya sama, maka iterasi berhenti.

Apabila belum sama lakukan iterasi ketiga dengan menggunakan rumus, demikian seterusnya sampai suatu saat ukuran sampel yang akan digunakan baru berhenti. Langkah kerja dalam menentukan sampel adalah sebagai berikut:

$$\rho = 0,35$$

$$\alpha = 0,05$$

$$\beta = 0,05$$

$$Z_{1-\alpha} = 1,645$$

$$Z_{1-\beta} = 1,645$$

Iterasi 1

$$U' \rho = \frac{1}{2} \ln \left(\frac{1+0,35}{1-0,35} \right) = \frac{1}{2} (\ln 1,35 - \ln 0,65)$$

$$= 0,365443754$$

$$n_1 = \frac{(1,645 + 1,645)^2}{0,365443754} + 3$$

$$= \frac{10,8241}{0,133549137} + 3$$

$$= 81,04956904 + 3$$

$$= 84,04956904 = 84$$

Iterasi 2

$$U' \rho = \frac{1}{2} \ln \left(\frac{1+0,35}{1-0,35} \right) + \frac{0,35}{2(84-1)}$$

$$= 0,365443754 + \frac{0,35}{2(84-1)}$$

$$= 0,365443754 + \frac{0,35}{166}$$

$$= 0,365443754 + 0,002108433$$

$$= 0,367552187$$

$$n_2 = \frac{(1,645 + 1,645)^2}{(0,365443754)^2} + 3$$

$$= \frac{10,8241}{0,135094605} + 3$$

$$= 83,12237054 + 83$$

Iterasi 3

$$U' \rho = \frac{1}{2} \ln \left(\frac{1+0,35}{1-0,35} \right) + \frac{0,35}{2(83-1)}$$

$$= 0,365443754 + \frac{0,35}{2(83-1)}$$

$$= 0,365443754 + \frac{0,35}{164}$$

$$= 0,365443754 + 0,2134146$$

$$= 0,3675779$$

$$= \frac{(1,645 + 1,645)^2}{(0,365443754)^2} + 3$$

$$\begin{aligned}
 n_3 &= \frac{(1,645 + 1,645)^2}{(0,3675779)^2} + 3 \\
 &= \frac{10,8241}{0,135113512} + 3 \\
 &= 83,1115868 = 83
 \end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan di atas, bahwa perhitungan pada iteratif pertama, iteratif kedua dan ketiga harganya sampai dengan bilangan satunya sama yaitu 83 pada iteratif kedua dan 83 pada iteratif ketiga, maka iterasi berhenti. Ukuran sampel minimal dalam penelitian ini ditetapkan dengan $\rho = 0,35$ kemudian untuk $\alpha = 0,05$ dan $\beta = 0,05$ maka diperoleh ukuran sampel (n) minimal sebesar 83. Menurut Winarno Surakhmad (1998:100) bahwa "untuk jaminan ada baiknya sampel selalu ditambah sedikit lagi dari jumlah matematik." Kemudian agar sampel yang digunakan representatif, maka pada penelitian ini ditentukan sampel yang berjumlah 100 orang.

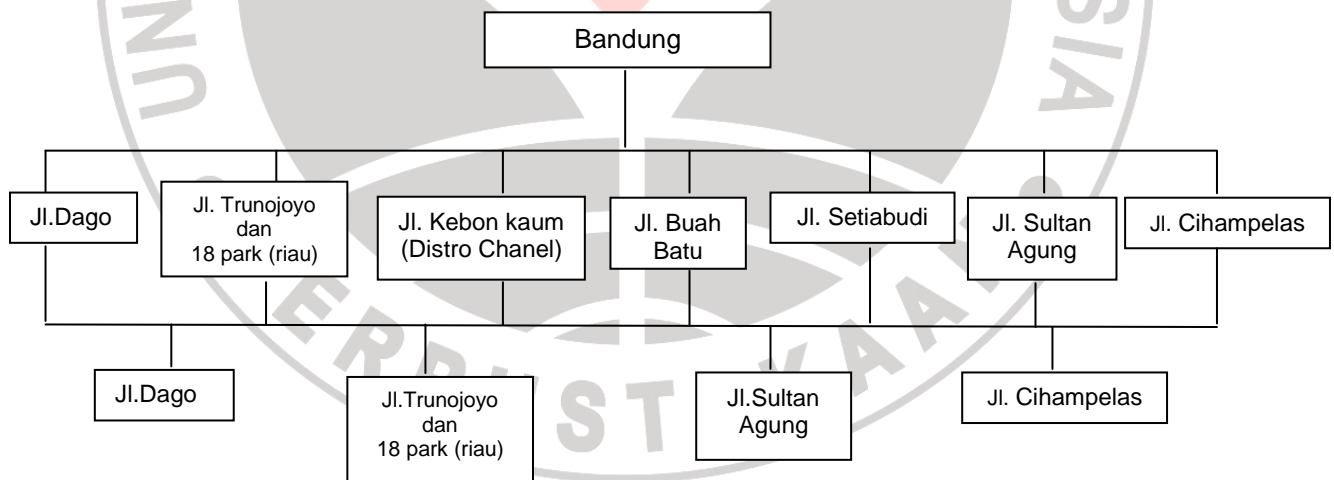
3.2.4.3 Teknik sampel

Teknik sampling merupakan teknik pengambilan sampel atau sebagian elemen populasi untuk memahami karakteristik dari keseluruhan populasi. Teknik pengambilan sampling dalam penelitian ini adalah dengan teknik *Cluster random sampling*.

Asep Hermawan (2005:151) mengungkapkan bahwa "*Cluster random sampling* merupakan suatu prosedur penarikan sampel probabilitas yang memilih sub-populasi yang disebut *cluster*, kemudian setiap elemen di dalam kelompok *cluster* tersebut dipilih sebagai anggota sampel".

Teknik *Cluster random sampling* ini digunakan apabila informasi atau catatan lengkap mengenai elemen populasi yang dijadikan sebagai objek penelitian ini sulit untuk diperoleh atau bahkan tidak tersedia. Pembentukan *cluster* ini berdasarkan karakteristik populasi. Terdapat beberapa kriteria yang paling sering digunakan peneliti adalah pola penyebaran elemen populasi target dilihat dari lokasi, daerah atau daerah geografis. Dengan membagi populasi kedalam *cluster-cluster* maka diharapkan diperoleh populasi dengan ciri di mana terdapat karakteristik yang homogen antar *cluster*.

Pada penelitian yang dimaksud dengan menggunakan *Cluster random sampling* merupakan penarikan sampel yang diambil berdasarkan kawasan penyebaran *distro* dan *clothing* di Kota Bandung seperti ditunjukkan gambar berikut.



Sumber : Data Olahan penulis 2009

GAMBAR 3.1
LOKASI PENYEBARAN DISTRO DAN CLOTHING DI KOTA BANDUNG

Untuk mendapatkan jumlah sampel 100 orang responden dari jumlah 100 orang wisatawan lokal yang berwisata belanja di distro dan clothing di Kota Bandung, maka penulis melakukan penarikan pada wisatawan yang berasal dari Jakarta yang berwisata belanja di kawasan Dago, Trunojoyo dan 18 park, Sultan Agung sesuai dengan pola perjalanan wisatwan dari Jakarta yang mengunjungi Kota Bandung. Keempat daerah itu dipilih dengan cara di undi dan menggunakan presentasi pola perjalanan wisatawan yang sedikit di sesuaikan oleh penulis. Berikut adalah hasil perhitungannya:

TABEL 3.3
PENARIAKN SAMPEL DI WILAYAH
DAGO,RIAU DAN 18PARK, SULTAN AGUNG

DAERAH	PERSENTASE POLA PERJALANAN WISATWAN/JUMLAH WISATWAN NUSANTARA X JUMLAH SAMPEL YANG DITELITI	SAMPEL
Dago	$40\%/1.705.057 \times 100$	40
Trunojoyo dan 18 Park	$30\%/1.705.057 \times 100$	30
Jl.sultan Agung	$20\%/1.705.057 \times 100$	20
Jl.Cihampelas	$10\%/1.705.057 \times 100$	10
	Jumlah	100

3.2.5 Teknik Pengumpulan Data dan Analisis Data

3.2.5.1 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan proses pengadaan data untuk keperluan penelitian, dimana data yang terkumpul adalah untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan. Sedangkan teknik pengumpulan data yang penulis gunakan adalah:

1. Angket atau *kuesioner*

Yaitu pengumpulan data melalui penyebaran seperangkat daftar pertanyaan tertulis pada responden yang menjadi anggota sampel penelitian yaitu wisatawan asal Jakarta yang berwisata Belanja di *distro* dan *clothing* Kota Bandung.

2. Wawancara atau *interview*

Sebagai teknik komunikasi langsung dengan pihak DISBUDPAR Kota Bandung dan *stakeholders* terkait. Wawancara ini dilakukan kepada pihak manajemen untuk memperoleh data mengenai profil *distro* dan *clothing*, pelanggan sasaran, program Atribut *distro* dan *clothing* di Kota Bandung.

3. Observasi

Observasi dilakukan dengan meninjau serta melakukan pengamatan langsung terhadap objek yang diteliti *distro* dan *clothing* di Kota Bandung, khususnya mengenai Atribut *distro* dan *clothing* yang sedang dilakukan oleh DISBUDPAR Kota Bandung.

4. Studi literatur

Yaitu pengumpulan data dengan cara mempelajari buku, majalah ilmiah guna memperoleh informasi yang berhubungan dengan teori-teori dan konsep-konsep yang berkaitan dengan masalah penelitian tentang kepuasan dan Atribut produk wisata.

TABEL 3.4
TEKNIK PENGUMPULAN DATA DAN SUMBER DATA
DIKAITKAN DENGAN TUJUAN PENELITIAN

No.	Teknik Pengumpulan Data	Sumber Data	Digunakan Untuk Tujuan Penelitian		
			T-1	T-2	T-3
1.	Wawancara	Pihak DISBUPAR Kota Bandung	✓	✓	
2.	Observasi	Aktivitas dalam atribut produk wisata belanja dan kepuasan berkunjung	✓	✓	
3.	Kuesioner	Wisatawan yang berkunjung Kota Bandung	✓	✓	✓
4.	Studi Literatur	Atribut Produk dan kepuasan berkunjung			✓

3.2.5.2 Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini data diperoleh dari jawaban responden yang terpilih sebagai sampel penelitian terhadap pernyataan-pertanyaan yang diajukan dalam daftar kuesioner. Penggunaan kuesioner dalam penelitian ini adalah untuk mengungkapkan persepsi responden terhadap pengaruh atribut *distro* dan *clothing* terhadap kepuasan berkunjung wisatawan. Pada pelaksanaannya pengumpulan data penelitian ini akan dilakukan secara langsung kepada kepada wisatawan yang berkunjung ke Kota Bandung yang dipilih sebagai sampel. Hal ini dilakukan guna mencegah kemungkinan adanya kekeliruan dalam memberikan jawaban.

Selanjutnya jawaban yang diperoleh dari responden diberi kode tertentu dengan menggunakan skor yang memiliki skala pengukuran ordinal terhadap yang

berkenaan dengan variabel penelitian ini. Penyusunan kuesioner ini berpedoman pada perancangan kuesioner yang dikemukakan oleh Malhorta (2005:375):

1. Menentukan informasi yang dibutuhkan, dimana memiliki cukup informasi mengenai siapa saja yang akan menjadi populasi sasaran.
2. Menentukan teknik pengolahan kuesioner yang akan digunakan.
3. Menentukan nilai masing-masing jawaban, dimana dalam hal ini penulis menggunakan skala diferensial semantik, seperti di tunjukan tabel berikut,

TABEL 3.5
ALTERNATIF JAWABAN BERDASARKAN SKALA
DIFERENSIAL SEMATIK

Nilai	Alternatif Jawaban
Positif	
7	sangat baik, sangat menarik, sangat setuju, sangat lengkap, sangat sesuai, sangat unik
6	baik, menarik, setuju, lengkap, sesuai, unik
5	agak baik, agak menarik, agak setuju, agak lengkap, agak sesuai, agak unik
4	antara baik dan tidak, antara menarik dan tidak antara setuju dan tidak, antara lengkap dan tidak, antara sesuai dan tidak, antara unik dan tidak
Negatif	
3	agak tidak baik, agak tidak menarik, agak tidak setuju , agak tidak lengkap, agak sesuai, agak tidak unik
2	tidak baik, tidak menarik, tidak setuju, tidak lengkap, tidak sesuai, tidak unik
1	Sangat tidak setuju, sangat tidak menarik, sangat tidak setuju, sangat tidak lengkap, sangat tidak sesuai, sangat tidak unik

Sumber: Maholtra (2005:325)

4. Merancang pertanyaan untuk mengatasi ketidakmampuan dan ketidaksesuaian responden menjawab
5. Membuat keputusan mengenai struktur pertanyaan
6. Menentukan susunan kata dari pertanyaan
7. Mengurutkan pertanyaan dalam urutan yang sesuai
8. Mengidentifikasi bentuk dan layout
9. Memperbanyak Kuesioner
10. Uji coba kuesioner

3.2.6 Pengujian Validitas dan Realibilitas

3.2.6.1 Pengujian Validitas

Menurut Suharsimi Arikunto, yang dimaksud dengan validitas adalah “suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan dan kesahihan suatu instrumen. Suatu instrumen yang valid atau sahih mempunyai validitas yang tinggi. Sebaliknya instrumen yang kurang berarti memiliki validitas rendah.” (2007:146).

Di dalam penelitian, data mempunyai kedudukan yang paling tinggi karena data merupakan penggambaran variabel yang diteliti, dan fungsinya sebagai pembentukan hipotesis. benar tidaknya data sangat menentukan kualitas hasil penelitian. Sedangkan benar tidaknya data tergantung dari baik tidaknya instrumen pengumpulan data.

Rumus yang digunakan untuk menghitung kevalidan dari suatu instrumen adalah rumus korelasi *Product Moment*, yang dikemukakan oleh Pearson sebagai berikut :

$$r = \frac{N \sum XY - (\sum X \times \sum Y)}{\sqrt{(N \sum X^2 - (\sum X)^2)} \cdot \sqrt{(N \sum Y^2 - (\sum Y)^2)}}$$

(Suharsimi Arikunto, 2002:146)

dimana :

r = Koefisien korelasi antara variabel X dan Y, dua variabel yang

dikorelasikan

Keputusan pengujian validitas item instrumen, adalah sebagai berikut:

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

Perhitungan validitas item instrumen dilakukan dengan bantuan program SPSS 16 *for window*. Berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan SPSS 16 *for window* diperoleh hasil pengujian validitas dari item pertanyaan yang diajukan peneliti.

TABEL 3.6
HASIL PENGUJIAN VALIDITAS ATRIBUT *DISTRO*, *CLOTHING* DAN
KEPUASAN WISATAWAN

No	Pertanyaan	r _{hitung} Ekspektasi	r _{hitung} Percived	r _{hitung} Kepuasan	r _{tabel}	Ket.
1	Kemenarikan wisata belanja di Kota Bandung	0,795	0,636	0,716	0,374	Valid
2	Kenyamanan Iklim (<i>climate</i>) Kota Bandung	0,840	0,865	0,895	0,374	Valid
3	Kelengkapan Fasilitas yang mendukung / menunjang wisata belanja di Kota Bandung	0,895	0,775	0,840	0,374	Valid
4	Keutinan distri dan Clothing di Kota Bandung	0,840	0,597	0,729	0,374	Valid
5	Kelengkapan Toilet	0,612	0,695	0,483	0,374	Valid
6	Tempat sampah di sekitar Kawasan Distro dan Clothing	0,662	0,729	0,563	0,374	Valid

No	Pertanyaan	r hitung Ekspektasi	r hitung Percived	r hitung Kepuasan	r tabel	Ket.
7	Kelengkapan sarana ibadah di sekitar kawasan Distro dan Clothing	0,727	0,686	0,795	0,374	Valid
8	Kelengkapan Pos Keamanan	0,814	0,679	0,712	0,374	Valid
9	Pusat Informasi di kawasan Distro dan Clothing	0,802	0,781	0,740	0,374	Valid
10	Kelengkapan tempat parkir	0,842	0,784	0,783	0,374	Valid
11	Kelengkapan Rambu-Rambu	0,836	0,728	0,790	0,374	Valid
12	Kelengkapan Akomodasi	0,840	0,635	0,749	0,374	Valid
13	Kelengkapan Restoran	0,863	0,500	0,765	0,374	Valid
14	Kondisi Toilet	0,918	0,844	0,896	0,374	Valid
15	Kondisi Tempat Sampah	0,884	0,900	0,855	0,374	Valid
16	Kondisi Sarana Ibadah	0,662	0,735	0,772	0,374	Valid
17	Kondisi Sarana Pos keamanan	0,853	0,836	0,809	0,374	Valid
18	Kondisi Pusat Informasi	0,913	0,869	0,864	0,374	Valid
19	Kondisi Tempat Parkir	0,826	0,868	0,796	0,374	Valid
20	Kondisi Rambu-Rambu	0,895	0,762	0,799	0,374	Valid
21	Kondisi akomodasi	0,837	0,804	0,758	0,374	Valid
22	Kondisi Restoran	0,849	0,567	0,679	0,374	Valid
23	Kemudahan pencapaian Lokasi Distro dan Clothing	0,847	0,810	0,865	0,374	Valid
24	Kelengkapan saran transportasi	0,931	0,740	0,854	0,374	Valid
25	Kondisi infrastruktur jalan menuju Distro dan Clothing	0,927	0,838	0,845	0,374	Valid
26	Kemudahan mendapatkan informasi mengenai Distro dan Clothing	0,795	0,709	0,668	0,374	Valid
27	Kesesuaian Distro dan Cloting dengan Citra Kota Bandung	0,880	0,886	0,861	0,374	Valid
28	Seberapa kuatkah Distro dan Clothing dalam	0,895	0,629	0,719	0,374	Valid

No	Pertanyaan	r _{hitung} Ekspektasi	r _{hitung} Percived	r _{hitung} Kepuasan	r _{tabel}	Ket.
	membentuk citra Pariwisata Kota Bandung					
29	Daya tarik distro dalam membentuk citra pariwisata kota bandung sebagai kota kreatif	0,663	0,678	0,782	0,374	Valid
30	Harga yang ditawarkan oleh Distro dan Clothing	0,819	0,761	0,784	0,374	Valid
31	Kesesuaian waktu yang di habiskan dengan kesenangan yang di dapat ketika berbelanja	0,942	0,819	0,913	0,374	Valid
32	Kesesuaian Energi yang di keluarkan ketika berbelanja di Distro dan Clothing dengan kepuasan yang di dapat	0,771	0,707	0,718	0,374	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2010

Berdasarkan hasil pengujian validitas pada Tabel 3.6 di atas maka dapat dilihat bahwa dimensi yang terdiri dari 5 dimensi yang terdiri dari 32 item pertanyaan dapat dikatakan valid, karena $r_{hitung} > r_{tabel}$.

3.2.6.2 Reliabilitas

Reliabilitas merupakan suatu ukuran yang menunjukkan bahwa suatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut sudah baik.

Menurut Suharsimi Arikunto, yang dimaksud dengan reliabilitas adalah “menunjukkan suatu pengertian bahwa suatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut sudah baik. Reliabilitas menunjukkan tingkat keterandalan tertentu.” (Suharsimi Arikunto, 2007)

Pengujian reliabilitas instrumen dengan rentang skor 1-5 menggunakan rumus *Cronbach alpha*, yaitu:

$$r_{11} = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right)$$

$$\sigma = \frac{\sum X^2 - \frac{(\sum X)^2}{n}}{n}$$

Keterangan :

r_{11} = Reliabilitas instrumen

$r_{1/2|2/2}$ = Korelasi *Product Moment* antara belahan pertama dan kedua

Penelitian dengan menggunakan pengujian Spearman Brown, mengharuskan butir-butir instrumen dibelah menjadi dua kelompok, yaitu instrumen ganjil dan instrumen genap. Kemudian skor data tiap kelompok disusun sendiri dan kemudian skor total antara kelompok ganjil dan genap dicari korelasinya (Suharsimi Arikunto, 2002:156).

Keputusan uji reliabilitas instrumen berdasarkan ketentuan sebagai berikut :

1. $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka instrumen dikatakan reliabel.
2. $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka instrumen dikatakan tidak reliabel.

Berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan SPSS 16 *for windows* diperoleh hasil pengujian reliabilitas sebagai berikut:

TABEL 3.7
HASIL PENGUJIAN RELIABILITAS

No.	Variabel	C α Ekspektasi	C α Precived	C α Kepuasan	C α	Keterangan
1	Destination Attraction	0,827	0,788	0,815	0,70	Reliabel

No.	Variabel	C α Ekspektasi	C α Precived	C α Kepuasan	C α	Keterangan
2	Facilities and Service Of destination	0,769	0,765	0,766	0,70	Reliabel
3	Accessibilities Of Destination	0,837	0,804	0,818	0,70	Reliabel
4	Image Of Destination	0,833	0,790	0,820	0,70	Reliabel
5	Price to the Coustomer	0,842	0,806	0,827	0,70	Reliabel

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2010

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

3.2.7 Rancangan Teknik Analisis Data dan Pengujian Hipotesis

3.2.7.1 Rancangan Analisis Data Deskriptif

Alat penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah angket (kuesioner). Angket disusun oleh penulis berdasarkan variabel yang terdapat dalam penelitian, yaitu memberikan keterangan dari data mengenai Attibut produk wisata belanja (X) yang terdiri dari *Destination Attractions* ($X_{1.1}$), *Destination Facilities and Services* ($X_{1.2}$), *Accessibilities of The Destinations* ($X_{1.3}$), *Image of the Destinations* ($X_{1.4}$), dan *Price to the Customers* ($X_{1.5}$) terhadap kepuasan wisatawan berwisata belanja (Y). sebagai variabel dependen yang mempunyai indikator ekspektasi dan persepsi.

Teknik analisis data merupakan cara untuk mengukur, mengolah dan menganalisis data tersebut. Tujuan pengolahan data adalah untuk memberikan keterangan yang berguna serta untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan dalam penelitian ini. Dengan demikian, teknik analisis data diarahkan pada pengujian hipotesis serta menjawab masalah yang diajukan.

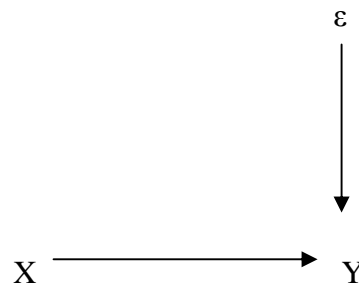
Proses untuk menguji hipotesis di mana metode analisis yang dilakukan dalam penelitian ini adalah metode analisis verifikatif, maka dilakukan analisis jalur (*path analysis*). Dalam hal ini, analisis jalur digunakan untuk menentukan besarnya pengaruh variabel *independent* (X) terhadap variabel *dependent* (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 (*hybrid ordinally-interval scale*) yaitu merupakan suatu skala yang secara artifisial ditransformasikan ke dalam apa yang diasumsikan sebagai skala interval. *Ordinally-interval scale* pada dasarnya adalah skala ordinal tetapi diasumsikan memiliki karakteristik jarak yang diasumsikan (*assumed distance property*) sehingga peneliti dapat melakukan beberapa analisis statistik yang tingkatannya lebih tinggi (*advance statistic analysis*) (Asep Hermawan, 2006:123).

Struktur hubungan antara X dan Y diuji melalui analisis jalur dengan hipotesis 1 yang berbunyi terdapat pengaruh yang signifikan antara atribut Distro dan Clothing (X) yang terdiri dari *Destination Attractions* ($X_{1.1}$), *Destination Facilities and Services* ($X_{1.2}$), *Accessibilities of The Destinations* ($X_{1.3}$), *Image of the Destinations* ($X_{1.4}$), dan *Price to the Customers* ($X_{1.5}$) terhadap kepuasan wisatawan mengunjungi Kota Bandung (Y).

Pengujian hipotesis dilakukan dengan langkah-langkah sebagai berikut

1. Menggambar struktur hipotesis, sebagai berikut.



GAMBAR 3.2
STRUKTUR KAUSAL ANTARA X DAN Y

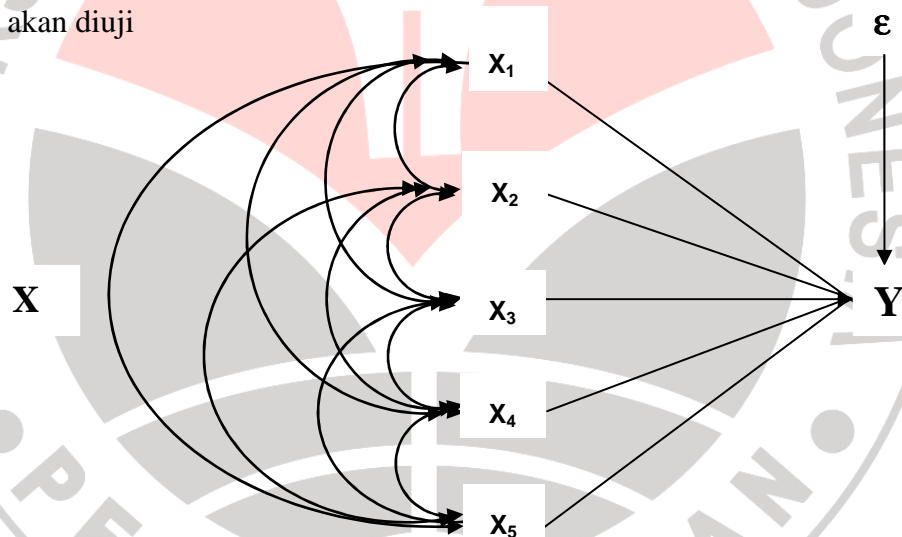
Keterangan:

X = Atribut *Distro* dan *Clothing*

Y = Kepuasan untuk berkunjung

ϵ = Epsilon (variabel lain)

2. Gambarkan terlebih dahulu diagram jalur sesuai dengan hipotesis yang akan diuji



Gambar 3.3
DIAGRAM JALUR SUB HIPOTESIS

Keterangan:

X = Atribut *distro* dan *clothing*

X1 = *Destination Attractions*

X2 = *Destination Facilities and Services*

X3 = *Accessibilities of The Destinations*

X4 = *Image of the Destinations*

X5 = *Price to the Customers*

Y =Kepuasan

ϵ = epsilon (variabel lain)

3. Hitung matrik korelasi antar variabel bebas

$$R_1 = \begin{pmatrix} X_1 & X_2 & X_3 & X_4 & X_5 \\ 1 & r_{X_1X_2} & r_{X_3X_1} & r_{X_4X_1} & r_{X_5X_1} \\ & 1 & r_{X_3X_2} & r_{X_4X_2} & r_{X_5X_2} \\ & & 1 & r_{X_4X_3} & r_{X_5X_3} \\ & & & 1 & r_{X_5X_4} \\ & & & & 1 \end{pmatrix}$$

4. Hitung matrik invers korelasi

$$R_1^{-1} = \begin{pmatrix} X_1 & X_2 & X_3 & X_4 & X_5 \\ C_1 & C_{1.2} & C_{1.3} & C_{1.4} & C_{1.5} \\ & C_{2.2} & C_{2.3} & C_{2.4} & C_{2.5} \\ & & C_{3.3} & C_{3.4} & C_{3.5} \\ & & & C_{4.4} & C_{4.5} \\ & & & & C_{5.5} \end{pmatrix}$$

5. Hitung semua koefisien jalur melalui rumus.

$$\begin{pmatrix} Py_{X_1} \\ Py_{X_2} \\ Py_{X_3} \\ Py_{X_4} \\ Py_{X_5} \end{pmatrix} = \begin{pmatrix} X_1 & X_2 & X_3 & X_4 & X_5 \\ C_1 & C_{1.2} & C_{1.3} & C_{1.4} & C_{1.5} \\ & C_{2.2} & C_{2.3} & C_{2.4} & C_{2.5} \\ & & C_{3.3} & C_{3.4} & C_{3.5} \\ & & & C_{4.4} & C_{4.5} \end{pmatrix} \begin{pmatrix} ry_{X_1} \\ ry_{X_2} \\ ry_{X_3} \\ ry_{X_4} \\ ry_{X_5} \end{pmatrix}$$

6. Hitung $R^2_Y (X_1, X_2, X_3, X_4, X_5)$ yaitu koefisien yang menyatakan determinasi total X_1, X_2, X_3, X_4, X_5 terhadap Y dengan menggunakan rumus:

$$R^2_Y (X_1, \dots, X_5) = \frac{P_{YX_1, \dots, X_5}}{P_{YX_1} \dots P_{YX_5}} \begin{pmatrix} r_{YX_1} \\ \vdots \\ r_{YX_5} \end{pmatrix} \dots$$

7. Menguji pengaruh langsung maupun tidak langsung dari setiap variabel

Pengaruh X Terhadap Y

Pengaruh X_1 terhadap Y

Pengaruh Langsung = $P_{YX_1} \cdot P_{YX_1}$

Pengaruh tidak langsung melalui (X_2) = $P_{YX_1} \cdot r_{X_1 X_2} \cdot P_{YX_2}$

Pengaruh tidak langsung melalui (X_3) = $P_{YX_1} \cdot r_{X_1 X_3} \cdot P_{YX_3}$

Pengaruh tidak langsung melalui (X_4) = $P_{YX_1} \cdot r_{X_1 X_4} \cdot P_{YX_4}$

Pengaruh tidak langsung melalui (X_5) = $P_{YX_1} \cdot r_{X_1 X_5} \cdot P_{YX_5} +$

Pengaruh total X_1 terhadap Y =

Pengaruh X2 terhadap Y

Pengaruh Langsung = $P_{YX_2} \cdot P_{YX_2}$

Pengaruh tidak langsung melalui (X_1) = $P_{YX_2} \cdot r_{X_2 X_1} \cdot P_{YX_1}$

Pengaruh tidak langsung melalui (X_3) = $P_{YX_2} \cdot r_{X_2 X_3} \cdot P_{YX_3}$

Pengaruh tidak langsung melalui (X_4) = $P_{YX_2} \cdot r_{X_2 X_4} \cdot P_{YX_4}$

Pengaruh tidak langsung melalui (X_5) = $P_{YX_2} \cdot r_{X_2 X_5} \cdot P_{YX_5} +$

Pengaruh total X2 terhadap Y =

Pengaruh X3 terhadap Y

Pengaruh Langsung	= $PYX3.PYX3$
Pengaruh tidak langsung melalui (X1)	= $PYX3.rX3X1.PYX1$
Pengaruh tidak langsung melalui (X2)	= $PYX3.rX3X2.PYX2$
Pengaruh tidak langsung melalui (X4)	= $PYX3.rX3X4.PYX4$
Pengaruh tidak langsung melalui (X5)	= $PYX3.rX3X5.PYX5 +$

Pengaruh total X3 terhadap Y =

Pengaruh X4 terhadap Y

Pengaruh Langsung	= $PYX4.PYX4$
Pengaruh tidak langsung melalui (X1)	= $PYX4.rX4X1.PYX1$
Pengaruh tidak langsung melalui (X2)	= $PYX4.rX4X2.PYX2$
Pengaruh tidak langsung melalui (X3)	= $PYX4.rX4X3.PYX3$
Pengaruh tidak langsung melalui (X5)	= $PYX4.rX4X5.PYX5+$

Pengaruh total X4 terhadap Y =

Pengaruh X5 terhadap Y

Pengaruh Langsung	= $PYX5.PYX5$
Pengaruh tidak langsung melalui (X1)	= $PYX5.rX5X1.PYX1$
Pengaruh tidak langsung melalui (X2)	= $PYX5.rX5X2.PYX2$
Pengaruh tidak langsung melalui (X3)	= $PYX5.rX5X3.PYX3$
Pengaruh tidak langsung melalui (X4)	= $PYX5.rX5X4.PYX4+$

Pengaruh total X5 terhadap Y =

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

$$P_{X2\epsilon} = \sqrt{1 - R^2_{X2(X1.1, X1.2, X1.3, X1.4)}}$$

9. Pengujian secara keseluruhan dengan uji F

Keputusan penerimaan atau penolakan H_0

Rumusan hipotesis operasional

$$H_0: PYX_1 = PYX_2 = PYX_3 = PYX_4 = PYX_5 = 0$$

H_1 : sekurang-kurangnya ada sebuah $PYX_i \neq 0, i = 1, 2, 3, 4$ dan 5 statistik uji

yang digunakan adalah

$$F = \frac{(n-k-1) \sum_{i=1}^k P_{X1X_i} r_{X1X_i}}{k(1 - \sum_{i=1}^k P_{X1X_i} r_{X1X_i})}$$

a. Pengujian secara individual dengan uji t

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

$$t = \frac{P_{X1Xi} - P_{X1Xj}}{\sqrt{\frac{(1 - R^2_{2(X1.1, X1.2, X1.3, X1.4)})(C_{ii} + C_{ij} + C_{jj})}{(n-k-1)}}$$

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

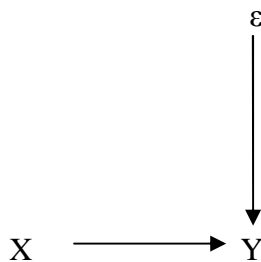
Langkah-langkah teknik analisis data di atas, dibantu dengan menggunakan *software* program SPSS Versi 16.0 yaitu menguji pengaruh variabel atribut Distro dan Clothing (X), yang terdiri dari *Destination Attractions* ($X_{1.1}$), *destination facilities and services* ($X_{1.2}$), *destination facilities and services* ($X_{1.3}$),

accessibilities of the destination image of the destinations ($X_{1.4}$), *price to the customers* ($X_{1.5}$) dan terhadap kepuasan (Y).

3.3.7.2 Pengujian Hipotesis

Berdasarkan tujuan dari penelitian ini, maka variabel yang dianalisis adalah variabel bebas (*independent*) yaitu atribut *distro* dan *clothing* (X) sedangkan variabel terikat (*dependent*) yaitu kepuasan berkunjung wisatawan (Y). Dengan memperhatikan karakteristik variabel yang akan diuji, adapun yang menjadi hipotesis dalam penelitian ini adalah terdapat pengaruh positif antara atribut *distro* dan *clothing* (x) terhadap kepuasan berkunjung (Y). Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah *path analysis* (analisis jalur). Analisis jalur digunakan untuk menentukan besarnya pengaruh atribut *distro* dan *clothing* (X) terhadap kepuasan berkunjung wisatawan (Y).

Data ini menggunakan skala *hybrid ordinal interval* seperti dijelaskan dalam operasionalisasi variabel sebelumnya. Setelah data berskala interval selanjutnya akan ditentukan pasangan data variabel independen dari semua sampel penelitian. Berdasarkan hipotesis konseptual yang diajukan, terdapat hubungan antara variabel penelitian. Hipotesis tersebut digambarkan dalam sebuah paradigma seperti disajikan pada Gambar 3.2 sebagai berikut:



GAMBAR 3.4

STRUKTUR KAUSAL ANTARA X DAN Y

Keterangan:

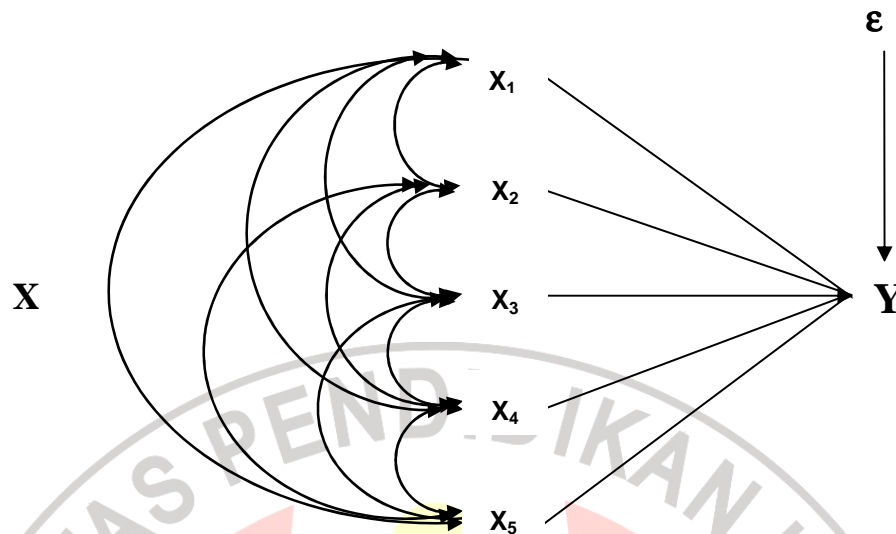
X= Atribut *Distro* dan *Clothing*

Y= Kepuasan berkunjung

ϵ = Epsilon, variabel lain yang tidak diteliti

Struktur tersebut menunjukkan bahwa atribut *distro* dan *clothing* berpengaruh terhadap kepuasan untuk berkunjung. Selain itu terdapat faktor-faktor lain yang mempengaruhi hubungan antara X (atribut *distro* dan *clothing*) dan Y (kepuasan berkunjung) yaitu variabel residu dan dilambangkan dengan ϵ , namun pada penelitian ini variabel tersebut tidak diperhatikan.

Struktur hubungan antara X dan Y terdapat pengaruh antara *distro* dan *clothing* yang terdiri dari *Destination Attractions, destination facilities and services, accessibilities of the destinations, image of the destinations, price to the customers* dan terhadap kepuasan berkunjung wisatawan. Beberapa sub hipotesis yang menyatakan pengaruh sub variabel *independent* yang paling dominan terhadap variabel dependen. Lebih jelasnya dapat dilihat dalam Gambar 3.3 sebagai berikut



GAMBAR 3.5

DIAGRAM JALUR STRUKTUR SUB HIPOTESIS

Berdasarkan Gambar 3.4 di atas maka diperoleh hipotesis sebagai berikut :

$H_i: \rho = 0$, artinya tidak terdapat pengaruh yang positif atribut produk wisata belanja terhadap kepuasan berkunjung ke Kota Bandung.

$H_i: \rho = 0$, artinya tidak terdapat pengaruh yang positif dan signifikan *Destination Attractions* terhadap kepuasan berkunjung ke Kota Bandung.

$H_i: \rho = 0$, artinya tidak terdapat pengaruh yang positif dan signifikan *destination facilities and services* terhadap kepuasan berkunjung ke Kota Bandung.

$H_i: \rho = 0$, artinya tidak terdapat pengaruh yang positif dan signifikan *accessibilities of the destinations* terhadap kepuasan berkunjung ke Kota Bandung.

$H_i: \rho = 0$, artinya tidak terdapat pengaruh yang positif dan signifikan *image of the destinations* terhadap kepuasan berkunjung ke Kota Bandung.

$H_i: \rho = 0$, artinya tidak terdapat pengaruh yang positif dan signifikan *price to the customers* terhadap kepuasan berkunjung ke Kota Bandung.

