

## **BAB III**

### **OBJEK DAN METODOLOGI PENELITIAN**

#### **3.1 Objek Penelitian**

Penelitian ini menggunakan pendekatan manajemen pemasaran khususnya mengenai media bauran promosi sebagai variabel bebas (X) dan proses keputusan berkunjung sebagai variabel terikat (Y). Variabel bebas yaitu media bauran promosi yang dilakukan perusahaan untuk menginformasikan, membujuk dan menjual potensi wisata yang dimiliki suatu daerah, dalam penelitian ini ialah potensi wisata yang dimiliki oleh Sungailiat itu sendiri agar khalayak tahu potensi wisata yang dimiliki Sungailiat. Sedangkan variabel terikat yaitu proses keputusan berkunjung yang dilakukan wisatawan nusantara saat menentukan kunjungan pada produk wisata yang ditawarkan, terutama objek wisata yang ada di Sungailiat.

Objek yang dijadikan responden pada penelitian ini adalah para wisatawan nusantara yang datang ke Sungailiat di beberapa ODTW di Sungailiat yaitu Pantai Tanjung Pesona, Pantai Parai Tenggara, Pantai Teluk Uber, Pantai Matras, dan Pantai Tikus.

#### **3.2 Metode Penelitian**

##### **3.2.1 Jenis penelitian dan Metode Penelitian**

Metode penelitian yang dipergunakan adalah metode penelitian deskriptif. Metode ini menggambarkan objek penelitian berdasarkan fakta yang ada dan sedang berlangsung, dengan jalan mengumpulkan, menyusun dan menjelaskan data yang diperlukan untuk kemudian di analisis sesuai teori yang ada.

Natsir (2005:54) mengemukakan pengertian metode penelitian deskriptif sebagai berikut,

Suatu metode dalam meneliti status sekelompok manusia, suatu objek, suatu set kondisi, suatu sistem pemikiran, ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang dan tujuan dari penelitian ini adalah untuk membuat deskriptif, gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antar fenomena yang diselidiki.

Sugiyono (2008:11) mengemukakan, pengertian metode penelitian deskriptif sebagai berikut; “penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih tanpa membuat perbandingan, atau menghubungkan antara variabel satu dengan yang lain”.

Whitney (Natsir, 2005:54) mengemukakan, pengertian metode penelitian deskriptif sebagai berikut;

Pencarian fakta dengan interpretasi yang tepat. Penelitian deskriptif mempelajari masalah-masalah dalam masyarakat, serta tata cara yang berlaku dalam masyarakat serta situasi-situasi tertentu, termasuk tentang hubungan, kegiatan-kegiatan, sikap-sikap, pandangan-pandangan serta proses-proses yang sedang berlangsung dan pengaruh-pengaruh dari suatu fenomena.

Menurut Isaac dan Michael (Rakhmat, 2001:22) menyatakan bahwa “metode deskriptif bertujuan melukiskan secara sistematis fakta atau karakteristik populasi tertentu atau bidang tertentu secara faktual dan cermat.”

Adapun tujuan metode deskriptif menurut Rakhmat (2001:25) adalah :

1. Mengumpulkan informasi aktual secara rinci yang menuliskan gejala yang ada.
2. Mengidentifikasi masalah atau memeriksa kondisi dengan praktek-praktek yang berlaku.
3. Membuat perbandingan atau evaluasi.

4. Menentukan apa yang dilakukan orang lain dalam menghadapi masalah yang sama dan belajar dari pengalaman mereka untuk menetapkan rencana dan keputusan pada waktu yang akan datang.

Adapun ciri-ciri penelitian deskriptif menurut Kountur (2004:17) adalah

1. Berhubungan dengan keadaan yang terjadi saat itu.
2. Menguraikan satu variabel saja atau beberapa variabel namun diuraikan satu persatu.
3. Variabel yang diteliti tidak dimanipulasi atau tidak ada perlakuan (*treatment*).

Berdasarkan pendapat-pendapat di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa metode deskriptif memberikan gambaran dari fenomena. Langkah-langkah metode deskriptif tidak terbatas sampai dengan pengumpulan dan penyusunan data tetapi juga analisis dan interpretasi terhadap data untuk memperoleh informasi yang jelas mengenai fakta yang terjadi.

Sifat verifikatif pada dasarnya ingin menguji kebenaran dari suatu hipotesis yang dilaksanakan melalui pengumpulan data di lapangan, dimana dalam penelitian ini akan di uji apakah program media publikasi yang dilakukan DISBUDPAR Bangka dalam mempengaruhi proses keputusan berkunjung wisatawan nusantara di Sungailiat.

Berdasarkan sifat penelitiannya maka metode penelitian yang akan digunakan adalah metode deskriptif survei dan *explanatory survey* yang menurut Kerlinger (Sugiyono, 2008:7), bahwa metode survei adalah metode penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil, tetapi data yang dipelajari adalah data-data dari sampel yang diambil dari populasi tersebut, sehingga ditemukan

kejadian-kejadian relatif, distribusi, dan hubungan-hubungan antar variabel sosiologis maupun psikologis.

Metode penelitian dibuat untuk memudahkan peneliti untuk membuat suatu kesimpulan. Dari metode yang digunakan ini informasi dari sebagian populasi dikumpulkan langsung dari tempat kejadian secara empirik dengan tujuan untuk mengetahui pendapat dari sebagian populasi terhadap objek yang sedang diteliti.

Adapun penelitian ini juga dilakukan dalam jangka waktu kurang dari satu tahun. Oleh karena itu, metode pengembangan yang digunakan adalah *cross-sectional*. Menurut Husein Umar (2002:45), bahwa “*cross-sectional* yaitu metode penelitian dengan cara mempelajari objek dalam kurun waktu tertentu (tidak berkesinambungan dalam jangka waktu panjang).”

### 3.3 Operasionalisasi Variabel

Variabel yang diukur dalam penelitian ini dikelompokkan menjadi dua bagian yaitu media publikasi sebagai variabel bebas dan proses keputusan berkunjung wisatawan sebagai variabel terikat. Operasionalisasi masing-masing variabel tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

**TABEL 3.1**  
**OPERASIONALISASI VARIABEL**

Variabel / sub variabel	Konsep variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No Soal
Media Bauran Promosi (X)	Strategi promosi mengintegrasikan inisiatif komunikasi perusahaan melalui kombinasi periklanan, promosi penjualan, pemasaran melalui internet/pemasaran interaktif, pemasaran langsung, dan hubungan masyarakat untuk berkomunikasi dengan pembeli dan pihak lainnya yang mempengaruhi keputusan pembelian.				
Brosur	Brosur merupakan selebaran cetak dengan menggunakan kertas yang relatif baik, <i>layout</i> yang disusun menarik, dengan	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Daya tarik media brosur dari segi isi pesan.</li> <li>• Daya tarik media</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tingkat daya tarik media brosur dari segi isi pesan.</li> </ul>	<i>Hybrid ordinally -interval scale</i>	II.A.1 II.A.2 II.A.3

Variabel / sub variabel	Konsep variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No Soal
	segala potensi yang hendak dipromosikan.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• brosur dari segi warna gambar.</li> <li>• Kelengkapan informasi media brosur.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tingkat daya tarik media brosur dari segi warna gambar.</li> <li>• Tingkat kelengkapan informasi media brosur.</li> </ul>		
Website	Website merupakan alat promosi yang bisa diakses dengan mudah dan cepat melalui internet.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Daya tarik media website dari segi isi pesan.</li> <li>• Daya tarik media website dari segi tampilan/layout.</li> <li>• Kelengkapan informasi media website.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tingkat daya tarik media website dari segi isi pesan.</li> <li>• Tingkat daya tarik media website dari segi tampilan/layout.</li> <li>• Tingkat kelengkapan informasi media website.</li> </ul>	Hybrid ordinally -interval scale	II.B.1 II.B.2 II.B.3
Buku panduan wisata	Buku panduan wisata ( <i>guide-book</i> ) lebih luas sifatnya dibandingkan dengan macam <i>promotion</i> material lainnya, di samping memberikan informasi tentang unit-unit suatu usaha kepariwisataan juga menceritakan secara singkat tentang suatu <i>tourist destinations</i> , ungkapan-ungkapan bahasa setempat untuk memudahkan komunikasi.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Daya tarik media buku panduan wisata dari segi isi pesan.</li> <li>• Kelengkapan informasi media buku panduan wisata.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tingkat daya tarik buku panduan wisata dari segi isi pesan.</li> <li>• Tingkat kelengkapan informasi media buku panduan wisata.</li> </ul>	Hybrid ordinally -interval scale	II.C.1 II.C.2
Majalah	Majalah merupakan bagian dari media bauran promosi yang memberikan informasi tentang sesuatu secara detail dan khusus.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Daya tarik media majalah dari segi isi pesan.</li> <li>• Daya tarik media majalah dari segi warna gambar.</li> <li>• Kelengkapan informasi media majalah.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tingkat daya tarik media majalah dari segi isi pesan.</li> <li>• Tingkat daya tarik media majalah dari segi warna gambar.</li> <li>• Tingkat kelengkapan informasi media majalah.</li> </ul>	Hybrid ordinally -interval scale	II.D.1 II.D.2 II.D.3
Televisi	TV merupakan media elektronik yang menyampaikan pesan/informasi berupa gambar dan suara.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Frekuensi melihat TV.</li> <li>• Daya tarik media TV dari segi isi pesan.</li> <li>• Kelengkapan informasi media TV.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tingkat frekuensi melihat TV.</li> <li>• Tingkat daya tarik media TV dari segi isi pesan.</li> <li>• Tingkat kelengkapan informasi media TV.</li> </ul>	Hybrid ordinally -interval scale	II.E.1 II.E.2 II.E.3
Proses Keputusan Pembelian (Y)	Perilaku konsumen sebagai tindakan-tindakan individu yang secara langsung terlibat dalam usaha memperoleh dan menggunakan barang-barang dan jasa ekonomis termasuk proses pengambilan keputusan				

Variabel / sub variabel	Konsep variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No Soal
	yang mendahului dan menentukan tindakan-tindakan tersebut.				
Pengenalan Masalah	Konsumen menyadari suatu perbedaan antara keadaan sebenarnya dan keadaan yang diinginkannya.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kesadaran akan kebutuhan berwisata.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tingkat kesadaran akan kebutuhan berwisata sebagai salah satu kebutuhan yang mendasar bagi wisatawan.</li> </ul>	<i>Hybrid ordinally -interval scale</i>	III.1
Pencarian Informasi	Sumber-sumber informasi utama yang menjadi acuan konsumen dan pengaruh relatif tiap sumber terhadap keputusan pembelian selanjutnya.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ketersediaan kelengkapan informasi tentang objek &amp; kegiatan wisata Sungailiat.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tingkat ketersediaan kelengkapan informasi tentang objek &amp; kegiatan wisata Sungailiat memudahkan wisatawan dalam mencari informasi.</li> </ul>	<i>Hybrid ordinally -interval scale</i>	III.2
Evaluasi Alternatif	Tahap pencarian informasi, konsumen akan menghadapi sejumlah merek yang dapat dipilih.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Daya tarik objek &amp; kegiatan wisata dalam menentukan pilihan berwisata di Sungailiat.</li> <li>• Pilihan objek &amp; kegiatan wisata di Sungailiat.</li> <li>• Pilihan alat transportasi menuju ke Sungailiat.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tingkat daya tarik objek &amp; kegiatan wisata di Sungailiat turut menentukan pilihan wisatawan untuk menjadikan Sungailiat sebagai destinasi wisata bila dibandingkan dengan potensi wisata di daerah lainnya yang ada di Bangka.</li> <li>• Tingkat pilihan objek &amp; kegiatan wisata di Sungailiat.</li> <li>• Tingkat pilihan alat transportasi menuju ke Sungailiat.</li> </ul>	<i>Hybrid ordinally -interval scale</i>	III.3 III.4 III.5
Keputusan Pembelian	Tahap penilaian keputusan menyebabkan konsumen membentuk pilihan mereka diantara beberapa merek yang tergabung dalam perangkat pilihan.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kesesuaian produk wisata yang dimiliki oleh Sungailiat dengan kebutuhan berwisata.</li> <li>• Kualitas produk wisata Sungailiat.</li> <li>• Citra merek Sungailiat sebagai salah satu destinasi wisata.</li> <li>• Jarak lokasi wisata Sungailiat.</li> <li>• Waktu berkunjung ke Sungailiat.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tingkat kesesuaian produk wisata yang dimiliki oleh Sungailiat dengan kebutuhan berwisata.</li> <li>• Tingkat kualitas produk wisata Sungailiat.</li> <li>• Tingkat citra merek Sungailiat sebagai salah satu destinasi wisata.</li> <li>• Tingkat jarak lokasi wisata</li> </ul>	<i>Hybrid ordinally -interval scale</i>	III.6 III.7 III.8 III.9 III.10

Variabel / sub variabel	Konsep variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No Soal
			Sungailiat. • Tingkat waktu kunjungan wisatawan ke Sungailiat.		
Perilaku Pasca Pembelian	Tingkat kepuasan konsumen merupakan suatu fungsi dari keadaan produk yang sebenarnya dengan keadaan produk yang diharapkan konsumen.	• Kepuasan setelah melakukan kunjungan.	• Tingkat kepuasan setelah melakukan kunjungan.	<i>Hybrid ordinally-interval scale</i>	III.11

### 3.4 Jenis dan Sumber Data

Menurut Arikunto (2002:107), bahwa “sumber data dalam penelitian adalah subjek darimana data tersebut diperoleh.” Apabila penelitian yang dilakukan menggunakan wawancara dalam mengumpulkan datanya, maka sumber data disebut responden, yaitu orang merespon atau menjawab pertanyaan tertulis maupun lisan. Apabila penelitian menggunakan teknik observasi, maka sumber datanya bisa berupa benda, gerak atau proses. Sumber data menurut Arikunto (2002:107) dapat diklasifikasikan sebagai berikut;

1. *Person* (orang)

Sumber data yang bisa memberikan data berupa jawaban lisan melalui wawancara atau jawaban tertulis melalui angket.

2. *Place* (tempat)

Sumber data yang menyajikan tampilan berupa keadaan diam dan bergerak.

3. *Paper* (symbol)

Sumber data yang menyajikan tanda-tanda berupa huruf, angka, gambar, atau simbol-simbol lain.

Berdasarkan pendapat di atas, maka dalam penelitian ini penulis menggunakan ketiga sumber data tersebut yaitu *person*, *place* dan *paper* sehingga diperoleh data sebagai berikut:

1. Data primer, yaitu; data yang diperoleh langsung oleh penulis dari responden baik yang dilakukan dengan pengamatan, wawancara langsung dari suatu organisasi maupun perseorangan secara langsung di lapangan sesuai dengan penelitian yang sudah ditetapkan.
2. Data sekunder, yaitu; data yang diperoleh penulis dari hasil-hasil laporan, surat-surat, buku-buku, dokumen-dokumen, arsip-arsip yang berkaitan dengan fokus penelitian. Data sekunder penulis didapatkan dari beberapa buku bacaan, literatur dan sebagian besar telah ada pada organisasi pemerintah dan swasta di Sungailiat.

### **3.5 Populasi, Sampel dan Teknik Sampel**

#### **3.5.1 Populasi**

Menurut Arikunto (2002:108) pengertian populasi sebagai berikut,

Keseluruhan populasi yang akan diteliti. Populasi bukan hanya orang tetapi juga benda-benda lain. Populasi juga bukan jumlah ada pada objek/subjek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik yang dimiliki oleh objek atau subjek itu.

Sugiyono (2007:72) mengemukakan, pengertian populasi sebagai berikut,

”wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan”.

Populasi (N) dalam penelitian ini adalah wisatawan nusantara di Sungailiat yang berjumlah 2338 orang pada tahun 2008 dengan jumlah wisatawan nusantara



per objek wisata yaitu Pantai Tanjung Pesona sebanyak 567 orang, Pantai Parai Tenggiri sebanyak 753 orang, Pantai Teluk Uber sebanyak 330 orang, Pantai Matras sebanyak 468 orang, dan Pantai Tikus sebanyak 220 orang. Wisatawan Nusantara karena tujuan dari kegiatan promosi yang dilakukan DISBUDPAR adalah mengembalikan jumlah kunjungan wisatawan nusantara seperti pada tahun 2004 yaitu sebesar 32839 orang atau meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan nusantara setiap tahunnya dengan target pasar sebesar 10% per tahunnya (sumber: DISBUDPAR Bangka, 2008).

### **3.5.2 Sampel**

Menurut Arikunto (2002:117), bahwa “sampel adalah sebagian dari populasi yang mampu mewakili keseluruhan dari populasi.” Sampel bertujuan dilakukan dengan cara mengambil subjek bukan didasarkan atas strata, random atau daerah tetapi didasarkan atas adanya tujuan tertentu. Teknik ini biasanya dilakukan karena berbagai pertimbangan, misalnya alasan keterbatasan waktu, tenaga dan dana sehingga tidak dapat mengambil sampel yang besar dan jauh.

Menurut Sugiyono (2008:91), bahwa “sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.”

Berdasarkan pengertian di atas, sampel merupakan sebagian individu yang memiliki karakteristik tertentu untuk mewakili seluruh populasi yang diamati dan untuk menentukan sampel dari populasi yang telah ditetapkan perlu dilakukan suatu pengukuran yang dapat menghasilkan jumlah sampel (n). Husein Umar (2002:59) mengemukakan bahwa “ukuran sampel dari suatu populasi dapat

menggunakan bermacam-macam cara, salah satunya adalah dengan menggunakan teknik slovin.” Rumus slovin tersebut adalah:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2} \quad (\text{Husein Umar, 2002:59})$$

Keterangan;

n = ukuran sampel

N= ukuran populasi

e = kelonggaran ketidaktelitian karena

kesalahan sampel yang dapat ditolerir

Maka, dengan demikian jumlah sampel dalam penelitian ini adalah:

$$\begin{aligned} n &= \frac{2338}{1 + 2338 (0,1^2)} \\ &= \frac{2338}{1 + 23,38} \\ &= 95,9 \\ &= 100 \text{ orang} \end{aligned}$$

Sampel per objek :

$$1. \text{ Pantai Tj. Pesona} : \frac{567}{2338} \times 100 = 24 \text{ orang}$$

$$2. \text{ Pantai Parai Tenggara} : \frac{753}{2338} \times 100 = 32 \text{ orang}$$

$$3. \text{ Pantai Teluk Uber} : \frac{330}{2338} \times 100 = 14 \text{ orang}$$

$$4. \text{ Pantai Matras} \quad : \frac{468}{2338} \times 100 = 20 \text{ orang}$$

$$5. \text{ Pantai Tikus} \quad : \frac{220}{2338} \times 100 = 10 \text{ orang}$$

Berdasarkan perhitungan di atas, maka ukuran sampel minimal (n) dalam penelitian ini adalah sebesar 96. Menurut Winarno Sirakhmad (2002:100) bahwa, “untuk jaminan ada baiknya sampel selalu ditambah sedikit lagi dari jumlah matematik.” Hal tersebut bertujuan agar sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 100 orang responden dengan rincian jumlah responden per objek adalah Pantai Tanjung Pesona sebanyak 24 orang, Pantai Parai Tenggara sebanyak 32 orang, Pantai Teluk Uber sebanyak 14 orang, Pantai Matras sebanyak 20 orang, dan Pantai Tikus sebanyak 10 orang.

### 3.5.3 Teknik Sampling

Adapun teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *systematic random sampling* untuk populasi bergerak (*mobile sampling*).

Sugiyono (2008:62) mengemukakan bahwa “metode pengambilan acak sistematis adalah metode untuk mengambil sampel secara sistematis dengan jarak atau interval tertentu dari suatu kerangka sampel yang telah diuraikan.” Dengan demikian tersedianya suatu populasi sasaran yang tersusun (*ordered population target*) merupakan pra-syarat penting bagi dimungkinkannya pelaksanaan pengambilan sampel dengan metode acak sistematis.

Populasi dalam penelitian adalah populasi bergerak (*mobile population*) maka, teknik pengambilan sampelnya adalah dilakukan sebagai berikut:

1. Menentukan wisatawan yang akan dijadikan objek penelitian yaitu wisatawan nusantara yang datang berkunjung ke Sungailiat.
2. Menentukan sebuah *check point* pada objek yang akan diteliti, dalam hal ini *check point*-nya adalah masuk objek wisata di Sungailiat, antara lain: Pantai Tanjung Pesona, Pantai Parai Tenggara, Pantai Teluk Uber, Pantai Matras dan Pantai Tikus.
3. Melakukan orientasi secara cermat terhadap *check point*, dengan memperhatikan secara cermat berapa jumlah wisatawan nusantara yang datang berkunjung.
4. Menentukan ukuran kecukupan sampel yang akan diambil.
5. Pada hari yang ditentukan pada *check point*, satu konsumen yang lewat ditanya dan diberi kuesioner untuk diisi.

### **3.6 Teknik Pengumpulan Data, Pengujian Validitas serta Reliabilitas**

#### **3.6.1 Teknik Pengumpulan Data**

Sumber data yang dikumpulkan dalam melaksanakan penelitian ini meliputi:

1. Observasi, mendatangi objek-objek wisata tersebut (Pantai Tanjung Pesona, Pantai Parai Tenggara, Pantai Teluk Uber, Pantai Matras dan Pantai Tikus) dan instansi terkait, yaitu DISBUDPAR Bangka untuk meminta data-data yang diperlukan.
2. Responden, wisatawan nusantara yang datang dari luar Pulau Bangka seperti Jakarta, Palembang, Batam, Bandung, dan daerah lainnya yang datang mengunjungi objek-objek wisata tersebut (Pantai Tanjung Pesona, Pantai Parai Tenggara, Pantai Teluk Uber, Pantai Matras dan Pantai Tikus) melalui

media lima bauran promosi DSIBUDPAR Bangka yaitu brosur, *website*, buku panduan wisata, majalah, dan TV.

3. Kuesioner, yaitu pengajuan sejumlah pertanyaan tertulis yang diberikan kepada responden yang harus dijawab secara tertulis.
4. Wawancara, yaitu mengajukan pertanyaan secara lisan baik kepada wisatawan maupun pada pihak DISBUDPAR Bangka.

**TABEL 3.2**  
**TEKNIK PENGUMPULAN DAN SUMBER DATA DIKAITKAN DENGAN TUJUAN PENELITIAN**

No	Teknik Pengumpulan Data	Sumber Data	digunakan untuk Tujuan Penelitian		
			T-1	T-2	T-3
1.	Observasi	Pihak DISBUDPAR Bangka.	√	√	-
2.	Responden	Wisatawan nusantara yang datang dari luar Pulau Bangka seperti Jakarta, Palembang, Batam, Bandung, dan daerah lainnya yang datang berkunjung di Pantai Tanjung Pesona, Pantai Parai Tenggara, Pantai Teluk Uber, Pantai Matras dan Pantai Tikus melalui media lima bauran promosi DSIBUDPAR Bangka yaitu brosur, <i>website</i> , buku panduan wisata, majalah, dan TV.	√	√	√
3.	Kuesioner	Wisatawan nusantara yang berkunjung di Pantai Tanjung Pesona, Pantai Parai Tenggara, Pantai Teluk Uber, Pantai Matras dan Pantai Tikus.	√	√	√
4.	Wawancara	Pihak DISBUDPAR Bangka.	√	√	-

### 3.6.2. Pengujian Validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan dan kesahihan suatu instrumen. Suatu instrumen yang valid atau sah memiliki

validitas yang tinggi. Sebaliknya instrumen yang kurang berarti memiliki validitas rendah. (Arikunto, 2002:146)

Adapun rumus yang digunakan untuk menghitung kevalidan dari suatu instrumen adalah rumus korelasi *product moment*, dikemukakan oleh Pearson sebagai berikut :

$$r = \frac{N\sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{(N\sum X^2 - (\sum X)^2) \cdot (N\sum Y^2 - (\sum Y)^2)}} \quad (\text{Arikunto, 2002:146})$$

Keterangan :

$r$  = Koefisien validitas item yang dicari.

$X$  = Skor yang diperoleh subjek dari seluruh item.

$Y$  = Skor total.

$\sum X$  = Jumlah skor dalam distribusi  $X$ .

$\sum Y$  = Jumlah skor dalam distribusi  $Y$ .

$\sum X^2$  = Jumlah kuadrat dalam skor distribusi  $X$ .

$\sum Y^2$  = Jumlah kuadrat dalam skor distribusi  $Y$ .

$n$  = Banyaknya responden.

Keputusan pengujian validitas responden menggunakan taraf signifikansi sebagai berikut :

1. Item pertanyaan-pertanyaan responden penelitian dikatakan valid jika  $r_{hitung}$  lebih besar atau sama dengan  $r_{tabel}$  ( $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ ).
2. Item pertanyaan-pertanyaan responden penelitian dikatakan tidak valid jika  $r_{hitung}$  lebih kecil dari  $r_{tabel}$  ( $r_{hitung} < r_{tabel}$ ).

Perhitungan validitas item instrumen dilakukan dengan bantuan program SPSS 16.0 *for windows*. Untuk mengadakan interpretasi mengenai besarnya koefisien korelasi menurut Suharsimi Arikunto (2006:245) dapat dilihat pada Tabel 3.3 sebagai berikut:

**TABEL 3.3**  
**KOEFISIEN KORELASI**

Besarnya Nilai	Interpretasi
Antara 0,800 sampai dengan 1,00	Tinggi
Antara 0,600 sampai dengan 0,800	Cukup
Antara 0,000 sampai dengan 0,600	Agak rendah
Antara 0,200 sampai dengan 0,400	Rendah
Antara 0,000 sampai dengan 0,200	Sangat rendah

Sumber: Suharsimi Arikunto (2006:245)

Pengujian keberartian koefisien korelasi ( $t$ ) dilakukan dengan taraf signifikansi 5%. Rumus uji  $t$  yang digunakan sebagai berikut:

$$t = r \frac{\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}} ; db = n-2$$

Keputusan pengujian validitas wisatawan Nusantara, dengan taraf signifikan sebagai berikut :

4. Item pertanyaan yang diteliti dikatakan valid jika  $t^{hitung} > t^{tabel}$
5. Item pertanyaan yang diteliti dikatakan tidak valid jika  $t^{hitung} < t^{tabel}$

Berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan SPSS 16.0 *for window* diperoleh hasil pengujian validitas dari item pertanyaan yang diajukan peneliti.

**TABEL 3.4**  
**HASIL PENGUJIAN VALIDITAS**

No item	Pertanyaan	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Ket.
1	Daya tarik media brosur dari segi isi pesan	0.870	0,374	Valid
2	Daya tarik media brosur dari segi warna gambar	0.946	0,374	Valid
3	Kelengkapan Informasi media brosur	0.812	0,374	Valid
4	Daya tarik <i>website</i> dari segi isi pesan	0.893	0,374	Valid
5	Daya tarik <i>website</i> dari segi tampilan/layout	0.926	0,374	Valid
6	Kelengkapan Informasi <i>website</i>	0.906	0,374	Valid
7	Daya tarik media buku panduan wisata dari segi isi pesan	0.966	0,374	Valid
8	Kelengkapan Informasi media buku panduan wisata	0.948	0,374	Valid
9	Daya tarik media majalah dari segi isi pesan	0.904	0,374	Valid
10	Daya tarik media majalah dari segi warna gambar	0.935	0,374	Valid
11	Kelengkapan Informasi majalah	0.905	0,374	Valid
12	Frekuensi melihat TV	0.950	0,374	Valid
13	Daya tarik TV dari segi isi pesan	0.951	0,374	Valid
14	Kelengkapan Informasi TV	0.949	0,374	Valid

Sumber: Pengolahan Data, 2009

Berdasarkan hasil pengujian validitas pada tabel 3.4 maka dapat disimpulkan bahwa 30 item dapat dikatakan valid, karena  $r_{hitung} > r_{tabel}$ .

### 3.6.3 Pengujian Reliabilitas

Reliabilitas menurut Suharsimi Arikunto (2006:145) 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”. Adapun langkah-langkah yang dilakukan dalam uji reliabilitas sebagai berikut:

1. Memberi nomor pada angket yang masuk



2. Memberikan skor pada setiap butir sesuai dengan bobot yang telah ditentukan.
3. Menjumlahkan skor untuk setiap responden dan kemudian jumlah skor dikuadratkan. Menjumlahkan skor yang ada pada setiap butir dari setiap jawaban yang diberikan responden. Total dari setiap jumlah skor setiap butir harus sama dengan total skor dari setiap responden. Mengkuadratkan skor-skor jawaban dari setiap responden untuk setiap butir dan kemudian menjumlahkannya.
4. Menghitung variasi butir dengan rumus:

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

Menghitung varians total ( $\sigma_t^2$ )

5. Menghitung koefisien r untuk uji reliabilitas dengan menggunakan rumus

$$\text{alpha: } r_{11} = \left[ \frac{k}{(k-1)} \right] \left[ 1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right] \quad (\text{Suharsimi Arikunto, 2006})$$

Keterangan:

$r_{11}$  = Reliabilitas instrumen

K = Banyak butir pertanyaan

$\sum \sigma_b^2$  = Jumlah varians butir

$\sigma_t^2$  = Varians total

6. Hasil r kemudian dikonsultasikan ke dalam tabel harga kritik *product moment*. Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka instrumen tersebut reliabel.

Keputusan uji reliabilitas instrumen berdasarkan ketentuan sebagai berikut:

$r_{hitung} > r_{tabel}$  maka instrumen dikatakan reliabel.

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

Berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan SPSS 16.0 *for window* diperoleh hasil pengujian reliabilitas sebagai berikut.

**TABEL 3.5**  
**HASIL PENGUJIAN RELIABILITAS**

No	Variabel	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
1	Media Bauran Promosi	0,951	0,374	Reliabel
2	Proses Keputusan Berkunjung	0,897	0,374	Reliabel

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2009

### 3.7 Rancangan Analisis Data

#### 3.7.1 Rancangan Analisis Deskriptif

##### 3.7.1.1 Rancangan Deskriptif Media Bauran Promosi

Alat penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah angket. Angket ini disusun oleh penulis berdasarkan variabel yang terdapat dalam penelitian, yaitu memberikan keterangan dari data mengenai media bauran promosi (X) yang terdiri dari brosur ( $X_1$ ), *website* ( $X_2$ ), buku panduan wisata ( $X_3$ ), majalah ( $X_4$ ) dan TV ( $X_5$ ).

##### 3.7.1.2 Rancangan Deskriptif Proses Keputusan Berkunjung

Alat penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah angket. Angket ini disusun oleh penulis berdasarkan variabel yang terdapat dalam penelitian, yaitu memberikan keterangan dari data mengenai proses keputusan berkunjung sebagai variabel terikat memiliki indikator pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan perilaku pasca pembelian.

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.

### 3.7.2 Pengujian Verifikatif

Proses untuk menguji hipotesis dimana 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 independen (X) terhadap variabel dependen (Y) baik secara langsung ataupun tidak langsung (Nirwana SK Sitepu, 1994:15-30). 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 statistik analysis*). (Asep Hermawan, 2006:123)

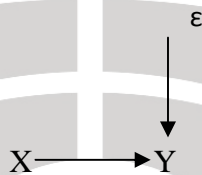
Skala *hybrid ordinally-interval* tersebut selanjutnya akan ditentukan pasangan data variabel independennya dengan variabel dependen dari semua sampel penelitian.

Adapun pengolahan data dapat dilakukan dengan menggunakan bantuan program SPSS 16.0 for windows, menurut Kusnendi (2005:26) adalah:

transformasikan data mentah menjadi data dalam skor Z. Untuk itu pilih menu *analyze*, pilih *descriptive statistic*. Klik *descriptive*. Blok semua variabel, klik >. Klik Ok. Klik *save* untuk menyimpan data.

Memperoleh semua nilai PA, prosedurnya adalah dari menu utama *analyze*, pilih regression, klik linier. Pengisian kotak independen, blok semua variabel endogen, yaitu Zscore (Y) (yz) dan klik >. Pengisian kotak independen, blok semua variabel eksogen dan klik >. Method, pilih *backward*. Kemudian dari kotak statistik, klik *descriptive*. Untuk jelasnya proses analisis jalur dilakukan dengan langkah-langkah sebagai berikut.

Data penelitian berskala interval selanjutnya akan ditentukan pasangan data variabel independen dari semua sampel penelitian. Berdasarkan hipotesis konseptual yang diajukan, terdapat hubungan antara tiap variabel penelitian. Hipotesis tersebut digambarkan dalam sebuah paradigma seperti terlihat pada Gambar 3.1 berikut:



**GAMBAR 3.1**  
**STRUKTUR KAUSAL ANTARA X DAN Y**

Keterangan: X= Media Bauran Promosi

Y= Proses Keputusan Berkunjung

$\epsilon$  = Epsilon (variabel lain)

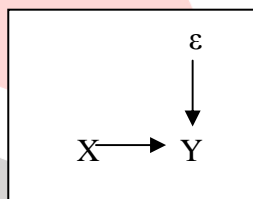
Struktur hubungan di atas menunjukkan bahwa media bauran promosi berpengaruh terhadap proses keputusan berkunjung. Selain itu terdapat faktor-

faktor lain yang mempengaruhi hubungan antara X (media bauran promosi) dan Y (proses keputusan berkunjung) yaitu variabel residu dan dilambangkan dengan  $\varepsilon$ , namun pada penelitian ini variabel tersebut tidak diperhatikan.

Struktur hubungan antara X dan Y diuji melalui analisis jalur dengan hipotesis 1 yang berbunyi terdapat pengaruh yang signifikan antara media bauran promosi (X) yang terdiri dari brosur ( $X_1$ ), *website* ( $X_2$ ), buku panduan wisata ( $X_3$ ), majalah ( $X_4$ ) dan TV ( $X_5$ ) terhadap proses keputusan berkunjung (Y).

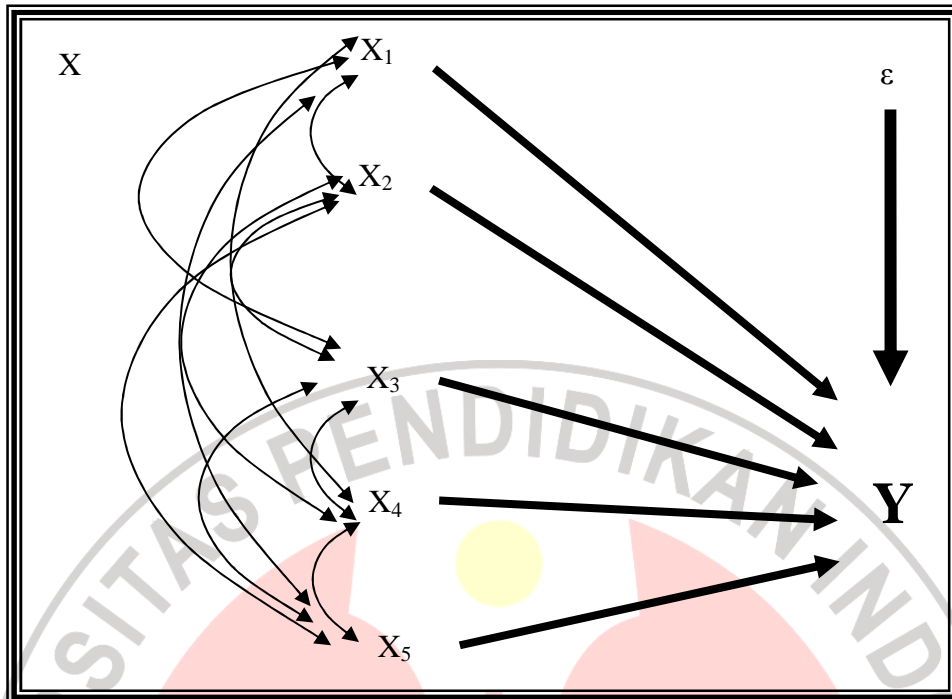
Pengujian hipotesis dilakukan dengan langkah-langkah sebagai berikut:

- 1) Menggambar struktur hipotesis, sebagai berikut:



**GAMBAR 3.2**  
**DIAGRAM JALUR HIPOTESIS**

- 2) Diagram hipotesis di atas diterjemahkan ke dalam beberapa sub hipotesis yang menyatakan pengaruh sub-variabel *independent* terhadap variabel *dependent*, seperti dapat dilihat pada gambar 3.3 berikut:



**GAMBAR 3.3**  
**DIAGRAM STRUKTUR SUB HIPOTESIS**

**Keterangan:**

- X** = Media Bauran Promosi
- X<sub>1</sub>** = brosur
- X<sub>2</sub>** = *website*
- X<sub>3</sub>** = buku panduan wisata
- X<sub>4</sub>** = majalah
- X<sub>5</sub>** = TV
- Y** = Proses Keputusan Berkunjung
- ε** = epsilon (variabel lain)

3) Menghitung matriks korelasi antar variabel bebas

$$R_1 = \begin{pmatrix} X_1 & X_2 & X_3 & X_4 & X_5 \\ 1 & r_{X_2X_1} & r_{X_3X_1} & r_{X_4X_1} & r_{X_5X_1} \\ & 1 & r_{X_3X_2} & r_{X_4X_2} & r_{X_5X_2} \\ & & 1 & r_{X_4X_3} & r_{X_5X_3} \\ & & & 1 & r_{X_5X_4} \\ & & & & 1 \end{pmatrix}$$

- 4) Identifikasi persamaan sub struktur hipotesis

Menghitung matriks 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) Menghitung semua koefisien jalur melalui rumus

Menghitung matriks invers korelasi

$$\begin{pmatrix} Py_{X_1} \\ Py_{X_2} \\ Py_{X_3} \\ Py_{X_4} \\ Py_{X_5} \end{pmatrix} = \begin{pmatrix} X_1 & X_2 & X_3 & X_4 & X_5 & X_6 & X_7 \\ C_1 & C_{1.2} & C_{1.3} & C_{1.4} & C_{1.5} & C_{1.6} & C_{1.7} \\ & C_{2.2} & C_{2.3} & C_{2.4} & C_{2.5} & C_{2.6} & C_{2.7} \\ & & C_{3.3} & C_{3.4} & C_{3.5} & C_{3.6} & C_{3.7} \\ & & & C_{4.4} & C_{4.5} & C_{4.6} & C_{4.7} \\ & & & & C_{5.5} & C_{5.6} & C_{5.7} \end{pmatrix} \begin{pmatrix} ry_{X_1} \\ ry_{X_2} \\ ry_{X_3} \\ ry_{X_4} \\ ry_{X_5} \end{pmatrix}$$

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

$$R^2Y (X_1, \dots, X_5) = [P_{yx1}, \dots, P_{yx5}] \begin{pmatrix} r_{yx1} \\ \dots \\ r_{yx5} \end{pmatrix}$$

- a. Menguji pengaruh langsung maupun tidak langsung dari setiap variabel

**Pengaruh X Terhadap Y**

Pengaruh  $X_1$  terhadap  $Y$

Pengaruh Langsung	= $PYX_1.PYX_1$
Pengaruh tidak langsung melalui ( $X_2$ )	= $PYX_1.r_{X_1X_2}.PYX_2$
Pengaruh tidak langsung melalui ( $X_3$ )	= $PYX_1.r_{X_1X_3}.PYX_3$
Pengaruh tidak langsung melalui ( $X_4$ )	= $PYX_1.r_{X_1X_4}.PYX_4$
Pengaruh tidak langsung melalui ( $X_5$ )	= $PYX_1.r_{X_1X_5}.PYX_5$ +

**Pengaruh total  $X_1$  terhadap  $Y$  = .....**

**Pengaruh  $X_2$  terhadap  $Y$**

Pengaruh Langsung	= $PYX_2.PYX_2$
Pengaruh tidak langsung melalui ( $X_1$ )	= $PYX_2.r_{X_2X_1}.PYX_1$
Pengaruh tidak langsung melalui ( $X_3$ )	= $PYX_2.r_{X_2X_3}.PYX_3$
Pengaruh tidak langsung melalui ( $X_4$ )	= $PYX_2.r_{X_2X_4}.PYX_4$
Pengaruh tidak langsung melalui ( $X_5$ )	= $PYX_2.r_{X_2X_5}.PYX_5$ +

**Pengaruh total  $X_2$  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)	= $\frac{PYX3.rX3X5.PYX5}{+}$
<b>Pengaruh total X3 terhadap Y</b>	= .....

**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)	= $\frac{PYX4.rX4X5.PYX5}{+}$
<b>Pengaruh total X4 terhadap Y</b>	= .....

**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)	= $\frac{PYX5.rX5X4.PYX4}{+}$
<b>Pengaruh total X5 terhadap Y</b>	= .....

7) Menghitung pengaruh variabel lain ( $\epsilon$ ) dengan rumus sebagai berikut.

$$Py\epsilon = \sqrt{1 - R^2_{y(x1, \dots, x5)}}$$

Keputusan penerimaan atau penolakan  $H_0$

Rumusan hipotesis operasional

$H_0: P_{YX_1} = P_{YX_2} = P_{YX_3} = P_{YX_4} = P_{YX_5} = 0$

$H_1$ : sekurang-kurangnya ada sebuah  $P_{YX_i} \neq 0, i= 1,2,3,4$  dan 5 statistik uji yang digunakan adalah

$(n-k-1)$

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

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

$$t = \frac{P_{YX_i} - P_{YX_j}}{\sqrt{\frac{(1 - R^2_{Y(X_1, \dots, X_4)})(C_{ii} + C_{jj} + C_{jj})}{(n-k-1)}}$$

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

Semua teknis analisis data di atas dalam pelaksanaannya menggunakan program SPSS 16.0 *for windows*.

Penafsiran terhadap besarnya koefisien korelasi berpedoman pada penggolongan koefisien yang dikemukakan oleh Sugiyono (2008:183), yaitu:

**TABEL 3.6**  
**PEDOMAN UNTUK MEMBERIKAN INTERPRETASI**  
**KOEFISIEN KORELASI**

<b>Interval Koefisien</b>	<b>Tingkat Hubungan</b>
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 (2008:183)

Mengadakan interpretasi mengenai besarnya koefisien korelasi menurut Suharsimi Arikunto (2006:245) dapat dilihat pada Tabel 3.7 sebagai berikut:

**TABEL 3.7**  
**KOEFISIEN KORELASI**

<b>Besarnya Nilai</b>	<b>Interpretasi</b>
Antara 0,800 sd 1,00	Tinggi
Antara 0,600 sd 0,800	Cukup
Antara 0,000 sd 0,600	Agak rendah
Antara 0,200 sd 0,400	Rendah
Antara 0,00 sd 0,200	Sangat rendah

Sumber: Suharsimi Arikunto (2006:245)

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini meliputi uji keberartian koefisien korelasi secara stimultan dengan menggunakan uji F. Secara statistik, pengujian hipotesis keberartian korelasi adalah sebagai berikut:

Hipotesis Utama

$H_0 : \rho \leq 0$ , koefisien korelasi tidak berarti

Artinya media bauran promosi yang terdiri dari brosur, *website*, buku panduan wisata, majalah, dan TV tidak berpengaruh terhadap proses keputusan berkunjung wisatawan nusantara ke Sungailiat.

$H_1 : \rho > 0$ , koefisien korelasi berarti

Artinya media bauran promosi yang terdiri dari brosur, *website*, buku panduan wisata, majalah, dan TV berpengaruh terhadap proses keputusan berkunjung wisatawan nusantara ke Sungailiat.

Pengujian hipotesis secara keseluruhan merupakan penggabungan (*overall significance*) variabel bebas X terhadap variabel terikat Y, untuk mengetahui seberapa pengaruhnya. Uji *t* tidak dapat digunakan untuk menguji hipotesis secara keseluruhan.

Sub hipotesis 1

$H_0 : \rho \leq 0$ , Artinya brosur tidak berpengaruh terhadap proses keputusan berkunjung wisatawan nusantara ke Sungailiat.

$H_1 : \rho > 0$ , Artinya brosur berpengaruh terhadap proses keputusan berkunjung wisatawan nusantara ke Sungailiat.

Sub hipotesis 2

$H_0 : \rho \leq 0$ , Artinya *website* tidak berpengaruh terhadap proses keputusan berkunjung wisatawan nusantara ke Sungailiat.

$H_1 : \rho > 0$ , Artinya *website* berpengaruh terhadap proses keputusan berkunjung wisatawan nusantara ke Sungailiat.

Sub hipotesis 3

$H_0 : \rho \leq 0$ , Artinya buku panduan wisata tidak berpengaruh terhadap proses keputusan berkunjung wisatawan nusantara ke Sungailiat.

$H_1 : \rho > 0$ , Artinya buku panduan wisata berpengaruh terhadap proses keputusan berkunjung wisatawan nusantara ke Sungailiat.

Sub hipotesis 4

$H_0 : \rho \leq 0$ , Artinya majalah tidak berpengaruh terhadap proses keputusan berkunjung wisatawan nusantara ke Sungailiat.

$H_1 : \rho > 0$ , Artinya majalah berpengaruh terhadap proses keputusan berkunjung wisatawan nusantara ke Sungailiat.

Sub hipotesis 5

$H_0 : \rho \leq 0$ , Artinya TV tidak berpengaruh proses keputusan berkunjung wisatawan nusantara ke Sungailiat.

$H_1 : \rho > 0$ , Artinya TV berpengaruh terhadap proses keputusan berkunjung wisatawan nusantara ke Sungailiat.

