

BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan ilmu manajemen pemasaran pariwisata, objek penelitiannya 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). Sedangkan menurut Uma Sekaran (2006: 116), variabel terikat merupakan variabel utama yang menjadi faktor yang berlaku dalam investigasi, analisis ini untuk menemukan jawaban atau solusi atau masalah.

Penelitian ini menganalisa pengaruh pengembangan produk Taman Bertema Dunia Fantasi terhadap keputusan berkunjung wisatawan Dunia Fantasi. Objek penelitian yang menjadi variabel bebas atau *independent variable* (X) yaitu pengembangan produk dengan indikator lini produk baru (X_1), penyempurnaan produk (X_2) dan *repositioning* (X_3). Kemudian variabel yang terikat atau *dependent variable* (Y) adalah keputusan berkunjung. Objek penelitian yang dijadikan populasi dalam penelitian ini adalah wisatawan yang sudah berkunjung dua kali atau lebih di Dunia Fantasi

Objek dalam penelitian ini adalah wisatawan yang berkunjung di Dunia Fantasi. Berdasarkan objek penelitian tersebut, dianalisa mengenai pengembangan produk taman bertema dalam kepuasan wisatawan Dunia Fantasi.

3.2 Metode Penelitian

Setiap penelitian yang akan dilakukan, harus ditentukan dahulu jenis dan metode penelitian yang akan digunakan, hal ini bertujuan untuk mencapai tujuan dari penelitian tersebut. Metode penelitian ini adalah penelitian *verifikatif* dan *deskriptif*.

Menurut Sugiyono (2008:11) bahwa, Penelitian *deskriptif* adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih tanpa membuat perbandingan, atau menghubungkan dengan variabel yang lain. Penelitian deskriptif disini bertujuan untuk memperoleh gambaran mengenai program pengembangan produk dan kepuasan berkunjung dari wisatawan Dunia Fantasi.

Suharsimi Arikunto (2002:7) mengemukakan bahwa Penelitian *verifikatif* pada dasarnya ingin menguji kebenaran pengumpulan data dilapangan. Dalam penelitian ini diuji mengenai pengaruh pengembangan produk terhadap kepuasan untuk mengunjungi di Dunia Fantasi.

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*.

Metode *explanatory survey* merupakan metode penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil, tetapi data yang dipelajari adalah data dari sampel yang diambil dari populasi tersebut, sehingga ditemukan deskripsi dan hubungan-hubungan antar variabel. Dalam penelitian yang menggunakan metode ini informasi dari sebagian populasi dikumpulkan langsung ditempat kejadian

secara empirik dengan tujuan untuk mengetahui pendapat dari sebagian populasi terhadap objek yang sedang diteliti.

Menurut Kerlinger, yang dikutip oleh Sugiyono (2008:7) yang dimaksud metode survei yaitu:

Metode penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil tapi 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.

Adapun penelitian ini dilakukan dalam jangka waktu kurang dari satu tahun oleh karena itu metode yang digunakan adalah *cross section method*, yaitu Metode yang dilakukan hanya sekali dan mewakili satu periode tertentu dalam satu waktu.

3.3 Operasionalisasi Variabel

Variabel yang dikaji dalam penelitian ini adalah pengembangan Produk yang terdiri dari lini produk baru, penyempurnaan produk dan *re-positioning* sebagai variabel bebas serta kepuasan berkunjung yang terdiri dari pemilihan merek, pemilihan produk, pemilihan waktu pembelian dan pemilihan jumlah pembelian sebagai variabel terikat. Untuk secara lengkapnya operasional variabel dapat dilihat pada tabel berikut ini :

TABEL 3.1
OPERASIONALISASI VARIABEL
PENGEMBANGAN PRODUK DAN KEPUASAN BERKUNJUNG
WISATAWAN

Variabel	Sub variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
Pengembangan produk (X)					
	Pengembangan produk dapat di telaah menjadi dari dua perspektif, yakni baru bagi pasar (<i>new market</i>) yang mengandung arti belum ada perusahaan yang memproduksi atau memasarkan produk tersebut sebelumnya dan atau baru bagi perusahaan bersangkutan (<i>new to the firm</i>) artinya perusahaan-perusahaan lain				

Variabel	Sub variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
	sudah memasarkan produk tersebut tetapi perusahaan yang bersangkutan belum memasarkanya. (Fandy Tjiptono, 2008: 394)				
	1. Lini Produk Baru	kemenarikan panduan wahana baru	Tingkat kemenarikan panduan wahana baru	Ordinal	3.1.1
		kemenarikan jenis permainan wahana baru	Tingkat kemenarikan jenis permainan wahana baru	Ordinal	3.1.2
		kemenarikan desain wahana baru	Tingkat kemenarikan desain wahana baru	Ordinal	3.1.3
		keramahan pelayanan wahana baru	Tingkat keramahan pelayanan wahana baru	Ordinal	3.1.4
		manfaat wahana baru yang dirasakan wisatawan	Tingkat manfaat wahana baru yang dirasakan wisatawan	Ordinal	3.1.5
		pelayanan keamanan wahana baru	Tingkat pelayanan keamanan wahana baru	Ordinal	3.1.6
		Kesesuaian wahana baru dengan keinginan wisatawan	Tingkat kesesuaian wahana baru dengan keinginan wisatawan	Ordinal	3.1.7
	2. Penyempurnaan produk	kemenarikan desain baru kawasan	Tingkat kemenarikan desain kawasan	Ordinal	3.2.1
		Kemenarikan tema kawasan	Tingkat kemenarikan tema kawasan	Ordinal	3.2.2
		Kenyamanan	Tingkat kenyamanan yang dirasakan	Ordinal	3.2.3
		Kemudahan yang dirasakan kawasan	Tingkat kemudahan yang dirasakan	Ordinal	3.2.4
		Pelayanan keamanan	Tingkat pelayanan keamanan di	Ordinal	3.2.5

Variabel	Sub variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
		kawasan	kawasan		
		Kesesuaian dengan keinginan wisatawan	Tingkat kesesuaian dengan keinginan wisatawan	Ordinal	3.2.6
		Kelengkapan fasilitas kawasan	Tingkat kelengkapan fasilitas	Ordinal	3.2.7
	3. <i>Re-positioning</i>	Manfaat yang dirasakan	Tingkat manfaat yang dirasakan	Ordinal	3.3.1
		Kemenarikan jenis aplikasi baru	Tingkat kemenarikan jenis aplikasi baru	Ordinal	3.3.2
		Kemenarikan desain wahana	Tingkat kemenarikan desain wahana	Ordinal	3.3.3
		Kemenarikan panduan wahana	Tingkat kemenarikan panduan wahana	Ordinal	3.3.4
		Keramahan pelayanan wahana	Tingkat keramahan pelayanan wahana	Ordinal	3.3.5
		Pelayanan keamanan wahana	Tingkat pelayanan keamanan wahana	Ordinal	3.3.6
		Kesesuaian dengan keinginan wisatawan	Tingkat kesesuaian dengan keinginan wisatawan	Ordinal	3.3.7
Kepuasan Wisatawan (Y)	kepuasan akan ditentukan oleh ekspektasi dan persepsi pelanggan. Jika dayaguna sangat kecil dari harapan maka pelanggan akan tidak puas dan tidak senang. Jika dayaguna tersebut cocok dengan harapannya maka pelanggan akan puas dan jika dayaguna melebihi harapan pelanggan maka pelanggan akan gembira (Kotler, 2009:161)				
	Kepuasan atas lini produk baru	Kepuasan atas jenis permainan wahana baru	Tingkat kepuasan atas jenis permainan wahana baru	Ordinal	3.1.1
		Kepuasan atas panduan wahana baru	Tingkat kepuasan atas panduan wahana baru	Ordinal	3.1.2
		Kepuasan atas desain wahana baru	Tingkat kepuasan atas desain wahana baru	Ordinal	3.1.3
		Kepuasan atas	Tingkat kepuasan	Ordinal	3.1.4

Variabel	Sub variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
		manfaat wahana baru yang dirasakan wisatawan	atas manfaat wahana baru yang dirasakan wisatawan		
		Kepuasan atas keramahan pelayanan wahana baru	Tingkat kepuasan atas keramahan pelayanan wahana baru	Ordinal	3.1.5
		Kepuasan atas pelayanan keamanan wahana baru	Tingkat kepuasan atas pelayanan keamanan wahana baru	Ordinal	3.1.6
		Kepuasan atas kesesuaian wahana baru dengan keinginan wisatawan	Tingkat kepuasan atas kesesuaian wahana baru dengan keinginan wisatawan	Ordinal	3.1.7
	Penyempurnaan produk	Kepuasan atas desain baru kawasan	Tingkat kepuasan atas desain kawasan	Ordinal	3.2.1
		Kepuasan atas tema kawasan	Tingkat kepuasan atas tema kawasan	Ordinal	3.2.2
		Kepuasan atas Kenyamanan yang dirasakan	Tingkat kepuasan atas kenyamanan yang dirasakan	Ordinal	3.2.3
		Kepuasan atas Kemudahan yang dirasakan kawasan	Tingkat kepuasan atas kemudahan yang dirasakan kawasan	Ordinal	3.2.4
		Kepuasan atas Pelayanan keamanan kawasan	Tingkat kepuasan atas pelayanan keamanan di kawasan	Ordinal	3.2.5
		Kepuasan atas kesesuaian dengan keinginan wisatawan	Tingkat kepuasan atas kesesuaian dengan keinginan wisatawan	Ordinal	3.2.6
		Kepuasan atas kelengkapan fasilitas kawasan	Tingkat kepuasan atas kelengkapan fasilitas	Ordinal	3.2.7
	<i>Re-positioning</i>	Kepuasan atas jenis aplikasi baru	Tingkat Kepuasan atas jenis aplikasi baru	Ordinal	3.3.1

Variabel	Sub variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
		Kepuasan atas panduan wahana	Tingkat Kepuasan atas panduan wahana	Ordinal	3.3.2
		Kepuasan atas desain wahana	Tingkat Kepuasan atas desain wahana	Ordinal	3.3.3
		Kepuasan atas Manfaat yang dirasakan	Tingkat Kepuasan atas manfaat yang dirasakan	Ordinal	3.3.4
		Kepuasan atas Keramahan pelayanan wahana	Tingkat Kepuasan atas keramahan pelayanan wahana	Ordinal	3.3.5
		Kepuasan atas Pelayanan keamanan wahana	Tingkat Kepuasan atas pelayanan keamanan wahana	Ordinal	3.3.6
		Kepuasan atas Kesesuaian dengan keinginan wisatawan	Tingkat Kepuasan atas kesesuaian dengan keinginan wisatawan	Ordinal	3.3.7

3.4 Jenis dan Sumber Data

Sumber data dalam penelitian adalah subjek dari mana data diperoleh, Apabila penelitian menggunakan kuesioner atau wawancara, maka sumber data disebut responden, sedangkan jika penelitian menggunakan teknik observasi, maka sumber data bisa berupa benda, gerak atau proses sesuatu.

Berdasarkan sumbernya, data dibedakan menjadi dua yaitu: data primer dan data sekunder. 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 maupun lembaga pendidikan, membeli dari perusahaan-perusahaan yang memang mengkhususkan diri untuk menyajikan data sekunder.

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. 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 (Hermawan, 2005:168). 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. (Hermawan, 2005:168).

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 DATA PENELITIAN

No.	Jenis Data	Sumber Data
1.	Kunjungan wisatawan di ASEAN (<i>Assosiation of South-East Asian Nation</i>)	<i>BluePrint</i> Pemasaran 2007
2.	Statistik Kunjungan Wisatawan Mancanegara Indonesia tahun 2000 – 2006	bps.go.id (2008)
3.	Statistik Perkembangan Wisatawan Nusantara tahun 2001 - 2007	bps.go.id (2008)
	<i>Number of Ferogein Visitor Arrivel by Port of Entry 1997-2007</i>	bps.go.id (2008)
4.	Jumlah Kunjungan Wisatawan ke Obyek Wisata Unggulan tahun 2000 – 2007	Dinas Pariwisata Propinsi DKI Jakarta (2008)
5	Data Kunjungan Dunia Fantasi Pada Tahun 1998 – 2008	Unit Dunia Fantasi (2008)
6	Wahana Tetap dan Temporer Dunia Fantasi	Departemen <i>marketing</i> , bagian Acara 2009
7	Data Kunjungan Dunia Fantasi periode 1998 – 2008	Dunia Fantasi
8	Pengembangan Produk di Dunia Fantasi	Departemen <i>marketing</i> , bagian Acara 2009

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2009

3.5 Populasi, Sampel, dan Teknik Sampel

3.5.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2008:72) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan.

Populasi bukan hanya orang saja tetapi juga benda-benda alam yang lainnya. Populasi juga bukan saja jumlah yang ada pada objek atau subjek itu, tetapi juga karakteisitik yang dimiliki subjek dan objek tersebut. Pada awalnya peneliti harus menentukan populasi yang menjadi sasaran penelitiannya dinamakan populasi sasaran, yaitu populasi yang nantinya akan menjadi cakupan kesimpulan

penelitian. Adapun populasi dalam penelitian ini adalah jumlah per hari wisatawan yang menikmati wahana di Dunia Fantasi Ancol.

3.5.2 Sampel

Dalam populasi tidak seluruh anggota populasi harus diukur, tetapi sebagian saja. Oleh karena adanya keterbatasan kemampuan yang dimiliki penulis serta keterbatasan dana dan waktu yang diperlukan seperti apa yang dikemukakan oleh Sugiyono (2008:73), yaitu:

Dalam populasi besar peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga, dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Apa yang dipelajari dari sampel itu kesimpulannya akan diberlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus benar-benar representatif (mewakili).

Sampel dalam penelitian ini adalah sebagian dari populasi penelitian, yaitu sebagian dari pengunjung atau wisatawan Dunia Fantasi Ancol Taman Impian. Data yang telah dimiliki berupa populasi homogen sebesar 9268 orang. Dalam menentukan jumlah sampel dalam penelitian ini penulis menggunakan rumus dari Slovin (2003: 141), adalah sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan:

n = Ukuran sampel

N= Ukuran Populasi

e = Kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan sampel yang dapat ditolerir

Berdasarkan rumus Slovin, maka ukuran sampel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$N = 9268$$

$$e = 0,1$$

Maka akan didapat jumlah sampel sebesar

$$n = \frac{9.268}{1 + 9.268 \times 0,1^2}$$

$$= 99,99 = 100$$

Menurut perhitungan di atas, maka ukuran sampel minimal dalam penelitian ini adalah sebanyak 100 orang.

3.5.3 Teknik *Sampling*

Teknik *sampling* adalah teknik pengambilan sampel. Untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian, terdapat berbagai teknik *sampling* yang digunakan dalam penelitian ini salah satunya adalah teknik *simple random sampling*.

Teknik *sampling* probabilitas yang dapat dikaji dengan cara membandingkannya dengan *sampling* acak sederhana atau *simple random sampling* (SRS). Menurut Arikunto (2006: 111) *simple random sampling* adalah teknik *sampling* di mana peneliti memberi hak yang sama kepada setiap subjek untuk memperoleh kesempatan dipilih menjadi sampel. Seperti halnya menurut Hermawan (2005: 148) bahwa, metode penarikan sampel acak sederhana (*simple random sampling*) merupakan suatu prosedur yang memungkinkan setiap elemen dalam populasi akan memiliki peluang yang sama untuk dijadikan sampel.

Pengumpulan sampel dengan menggunakan metode tersebut karena peneliti mengambil populasi yaitu wisatawan nusantara Dunia Fantasi yang diasumsikan bersifat homogen dan memiliki peluang yang sama untuk dijadikan sampel penelitian.

3.6 Teknik Pengumpulan Data dan Pengujian Validitas dan Reliabilitas

3.6.1 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.

2. Wawancara atau *interview*

Sebagai teknik komunikasi langsung dengan pihak Dunia Fantasi. Wawancara ini dilakukan kepada pihak manajemen untuk memperoleh data mengenai profil perusahaan, pelanggan sasaran, program pengembangan produk Dunia Fantasi .

3. Observasi

Observasi dilakukan dengan meninjau serta melakukan pengamatan langsung terhadap objek yang diteliti yaitu Dunia Fantasi, khususnya mengenai Pengembangan produk yang sedang dilakukan.

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.

3.6.2 Pengujian Validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan kevalidan dari suatu instrumen. Suatu instrumen yang valid atau sahih mempunyai validitas yang tinggi. Sebaliknya instrumen yang kurang memiliki validitas rendah (Suharsimi Arikunto, 2007:146).

Setelah data diubah menjadi data interval, maka dapat dilakukan pengujian validitas dan reliabilitas. Teknik perhitungan yang digunakan untuk menganalisa validitas ini adalah teknik korelasional biasa, yaitu korelasi antara skor-skor yang divalidasikan dengan skor tolak ukurnya dari responden yang sama.

Rumus yang digunakan adalah rumus *Pearson product moment*, sebagai berikut :

$$r = \frac{n(\sum XY) - (\sum X \sum Y)}{\sqrt{\{n(\sum X^2) - (\sum X)^2\} \{n(\sum Y^2) - (\sum Y)^2\}}} \quad (\text{Suharsimi Arikunto, 2007:146}).$$

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

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

Program SPSS sudah banyak dikenal untuk membantu dalam pengukuran validitas item instrumen sehingga lebih mudah dan cepat. Program ini dapat diakses dan dioperasikan dalam serial *windows* (*suitable for window*). Hasil pengukuran validitas instrumen penelitian memperlihatkan setiap pertanyaan valid karena skor r_{hitung} lebih besar jika dibandingkan dengan r_{tabel} pada derajat kebebasan sebab jumlah yang diuji validitas adalah 30 responden. Hasil pengujian validitas penelitian adalah sebagai berikut:

TABEL 3.3
HASIL PERHITUNGAN VALIDITAS

No	Pertanyaan	r_{hitung} ekspektasi	r_{hitung} kinerja	r_{hitung} Kepentingan	r_{tabel}	Keterangan
A	Lini produk baru					
1	Penggunaan kata dan intonasi pemadu, saat pemanduan wahana baru Tornado	0,893	0,878	0,697	0,374	Valid
2	Kemenaarikan jenis permainan wahana baru	0,960	0,935	0,738	0,374	Valid
3	Keserasian dan kemenarikan desain wahana baru Tornado	0,956	0,887	0,785	0,374	Valid
4	Keramah-tamahan pelayanan pada wahana baru Tornado	0,694	0,822	0,656	0,374	Valid
5	Manfaat yang di dapat dari wahana baru Tornado	0,970	0,893	0,675	0,374	Valid
6	Anda mendapatkan rasa aman dalam menikmati wahana baru Tornado	0,925	0,938	0,574	0,374	Valid
7	Sesuaiakah wahana baru	0,824	0,904	0,631	0,374	Valid

	Tornado dengan keinginan anda					
B	Penyempurnaan Produk					
1	Kemenarikan desain kawasan	0,796	0,984	0,474	0,374	Valid
2	Kemenarikan tema kawasan (tema dan themes song)	0,749	0,872	0,634	0,374	Valid
3	Kenyamanan yang dirasakan dalam menikmati kawasan	0,742	0,973	0,785	0,374	Valid
4	Kemudahan yang dirasakan dalam menikmati kawasan	0,769	0,867	0,641	0,374	Valid
5	Pelayanan keamanan di kawasan	0,749	0,953	0,754	0,374	Valid
6	Kesesuaian recovery kawasan dengan keinginan wisatawan	0,719	0,984	0,760	0,374	Valid
7	Kelengkapan fasilitas yang disediakan di kawasan	0,781	0,965	0,791	0,374	Valid
C	Re-positioning					
1	Manfaat yang di dapat dari wahana baru <i>extreme log</i>	0,727	0,955	0,516	0,374	Valid
2	Kemenarikan jenis film 3D	0,778	0,979	0,779	0,374	Valid
3	Keserasian dan kemenarikan desain wahana baru <i>Extreme log</i>	0,746	0,966	0,827	0,374	Valid
4	Penggunaan kata dan intonasi pemandu, saat pemanduan wahana baru <i>Extreme log</i>	0,739	0,943	0,579	0,374	Valid
5	Keramah-tamahan pelayanan pada wahana baru <i>Extreme log</i>	0,745	0,940	0,733	0,374	Valid
6	Anda mendapatkan rasa aman dalam menikmati wahana baru <i>Extreme log</i>	0,738	0,946	0,715	0,374	Valid
7	Sesuaiakah wahana baru <i>Extreme log</i> dengan keinginan anda	0,746	0,856	0,738	0,374	Valid

Sumber: Pengolahan data, 2009

3.6.3 Pengujian Reliabilitas

Sugiyono (2008:112), bahwa “Reliabilitas adalah pengukuran yang berkali-kali menghasilkan data yang sama atau konsisten”.

Sedangkan menurut Suharsimi Arikunto (2006:154) “Reliabilitas menunjuk pada satu pengertian bahwa sesuatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpulan data karena instrumen tersebut sudah baik. Reliabilitas menunjuk tingkat keterandalan sesuatu”.

Pengujian reabilitas kuesioner penelitian dilakukan dengan interval *consistency* dengan teknik belah dua (*split half*), untuk keperluan itu maka butir-butir kuesioner dibelah menjadi dua kelompok, yaitu kelompok kuesioner ganjil dan kelompok kuesioner genap. Sebelum uji reabilitas kuesioner terlebih dahulu dicari korelasi *Pearson* dengan rumus sebagai berikut (Sugiyono, 2004:106):

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

Setelah koefisien korelasi diketahui, selanjutnya digunakan uji reabilitas kuesioner dengan menggunakan rumus *Spearman Brown* sebagai berikut (Sugiyono, 2004:122):

$$r = \frac{2.r_b}{1 + r_b}$$

Keterangan:

r_i = Reliabilitas internal seluruh item

r_b = Korelasi *product moment* antara belahan pertama dan kedua

TABEL 3.4
HASIL PENGUJIAN RELIABILITAS

No	Variabel	r_{hitung} kepentingan	r_{hitung} kinerja	r_{hitung} Kepentingan	r_{tabel}	Keterangan
1	Lini produk baru	0,958	0,956	0,768	0,374	Reliabel
2	Penyempurnaan Produk	0,978	0,979	0,772	0,374	Reliabel
3	<i>Re-positioning</i>	0,971	0,978	0,774	0,374	Reliabel

Sumber: pengolahan data, 2009

3.7 Rancangan Analisis Data

3.7.1 Rancangan Analisis Data Deskriptif

Penelitian memiliki dua jenis analisis yaitu analisis deskriptif khususnya bagi variabel yang bersifat kualitatif dan analisis kuantitatif berupa pengujian hipotesis dengan menggunakan uji statistik. Analisis deskriptif digunakan untuk melihat faktor penyebab sedangkan analisis kuantitatif menitikberatkan dalam pengungkapan perilaku variabel penelitian. Dengan menggunakan kombinasi metode analisis tersebut dapat diperoleh generasi yang bersifat komperhensif. Metode analisis tersebut dapat diperoleh generalisasi yang bersifat komperhensif. Dalam judul penelitian ini terdapat dua jenis variabel, yaitu:

1. Analisis Deskriptif Variabel Independen

Variabel independen adalah suatu variabel bebas yang keberadaannya tidak dipengaruhi oleh variabel-variabel lain, bahkan variabel ini merupakan faktor penyebab yang akan mempengaruhi variabel lain. Pengembangan Produk diidentifikasi sebagai variabel independen. Setiap unsur dari Pengembangan Produk yang terdiri dari lini produk baru, penyempurnaan produk dan *re-positioning* akan dijabarkan dalam suatu pernyataan yang akan dituangkan dalam daftar pernyataan tertutup (kuesioner).

2. Analisis Deskriptif Variabel Dependen

Variabel dependen adalah variabel tidak bebas yang artinya variabel tersebut merupakan sesuatu yang dipengaruhi atau dihasilkan oleh variabel independen.

Kepuasan Berkunjung diidentifikasi sebagai variabel dependen.

Dalam melaksanakan pengolahan data, penelitian menggunakan prosedur sebagai berikut:

1. Mengecek lembar jawaban yang telah diisi oleh responden untuk mengetahui kelengkapan hasil jawaban responden yang akan menentukan layak tidaknya lembar jawaban tersebut diolah lebih lanjut.
2. Menghitung bobot nilai dengan menggunakan skala ordinal dalam pilihan jawaban.
3. Rekapitulasi nilai angket X (pengembangan produk) yang terdiri dari lini produk ($X_{1.1}$), penyempurnaan produk ($X_{1.2}$), *re-positioning* ($X_{1.3}$) dan dari Variabel (Y) kepuasan wisatawan.
4. Tahap uji coba kuesioner
Untuk menguji layak atau tidaknya kuesioner yang disebarakan kepada responden, maka penulis melakukan dua cara uji yaitu uji validitas dan uji reliabilitas.

Sesuai dengan pengertian dari kepuasan yang dikemukakan oleh Kotler dan Keller (2009:6), perhitungan kepuasan membandingkan antara ekspektasi wisatawan dengan persepsi wisatawan. Maka dalam penelitian ini peneliti menggunakan rumus sebagai berikut:

$$kepuasan = \frac{P}{E}$$

Keterangan:

P = Persepsi

E= Ekspektasi

3.7.2 Pengujian Hipotesis

Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis regresi. Analisis regresi ini digunakan untuk menentukan besarnya pengaruh variabel independen X yaitu pengembangan produk yang terdiri dari produk ($X_{1.1}$), penyempurnaan produk ($X_{1.2}$), *re-positioning* ($X_{1.3}$) terhadap variabel dependen yaitu Y yaitu kepuasan berkunjung wisatawan. Langkah-langkah dalam teknik analisis data adalah sebagai berikut:

Method of Successive Interval (MSI)

Penelitian ini menggunakan data ordinal seperti dijelaskan dalam operasional variabel sebelumnya, oleh karena itu semua data ordinal yang terkumpul terlebih dahulu ditransformasi menjadi skala interval menjadi *Method of Successive Interval* (Harun Al Rasyid, 1994:131). Langkah-langkah untuk melakukan transformasi data tersebut sebagai berikut:

1. Menghitung frekuensi (f) pada setiap pilihan jawaban, berdasarkan hasil jawaban responden pada setiap pertanyaan.
2. Berdasarkan frekuensi yang diperoleh untuk setiap pertanyaan, dilakukan perhitungan proporsi (p) setiap pilihan jawaban dengan cara membagi frekuensi dengan jumlah responden.
3. Berdasarkan proporsi tersebut, selanjutnya dilakukan perhitungan proporsi kumulatif untuk setiap pilihan jawaban.

4. Menentukan nilai batas Z untuk setiap pertanyaan dan setiap pilihan jawaban.
5. Menentukan nilai interval rata-rata untuk setiap pilihan jawaban melalui persamaan sebagai berikut:

$$ScaleValue = \frac{(DencituaatLowerLimit) - (DencituaatUpperLimit)}{(AreaBelowUpperLimit) - (AreaBelowLowerLimit)}$$

Data penelitian yang telah berskala interval selanjutnya akan ditentukan pasangan data variabel independen dengan variabel dependen serta akan ditentukan persamaan yang berlaku untuk pasangan-pasangan tersebut.

Analisis Regresi

Teknik analisis regresi yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linear ganda. Menurut Hermawan (2005:220):

Regresi linear, merupakan suatu model statistik yang sesuai jika masalah penelitian mencakup satu variabel terikat (*dependent*) yang berskala pengukuran mertik (interval atau rasio), yang diduga dapat diprediksi oleh variabel-variabel *independent* yang berskala pengukuran mertik (interval atau rasio).

Berdasarkan tujuan dilakukannya penelitian ini, maka variabel yang dianalisis adalah variabel independen yaitu pengembangan produk (X) sedangkan variabel dependen adalah kepuasan berkunjung wisatawan (Y).

Teknik analisis linear dilakukan dengan prosedur kerja sebagai berikut:

1. Uji asumsi regresi

a Uji asumsi normalitas

Syarat pertama untuk melakukan analisis regresi adalah normalitas, sebagaimana yang diungkapkan oleh Triton (2005:76) "Data sampel hendaknya

memenuhi persyaratan distribusi normal”. Data yang mengandung data eksrim biasanya tidak memenuhi asumsi normalitas.

Pada penelitian ini, untuk mendeteksi apakah data yang digunakan berdistribusi normal atau tidak dilakukan dengan menggunakan *normal probability plot*. Suatu model regresi memiliki data berdistribusi normal apabila sebaran datanya terletak disekitar garis diagonal pada *normal probability plot* yaitu dari kiri bawah ke kanan atas.

b. Uji asumsi multikolinearitas

Multikolinearitas adalah situasi adanya korelasi yang kuat antara variabel bebas yang satu dengan variabel bebas yang lainnya dalam analisis regresi. Apabila dalam analisis terdeteksi multikolinearitas maka angka estimasi koefisien regresi yang didapatkan mempunyai nilai yang tidak sesuai dengan substansi, sehingga dapat menyesatkan interpretasi. Selain itu juga nilai standar eror setiap koefisien regresi dapat menjadi tidak terhingga. Dua parameter yang paling sering digunakan untuk mendeteksi multikolinearitas adalah nilai tolerance dan nilai VIF (variance inflation factor). Suatu regresi dikatakan terdeteksi multikolinearitas apabila nilai VIF menjauh 1 atau nilai tolerance menjauhi 1. menurut Nachrowi dan Usman (2006:102), ” multikolinearitas dianggap ada jika nilai VIF lebih dari 5”.

c. Uji asumsi heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas adalah varian residual yang tidak konstan pada regresi sehingga akurasi hasil prediksi menjadi meragukan. Residu pada heteroskedastisitas semakin besar apabila pengamatan semakin besar. Suatu

regresi dikatakan tidak terdeteksi Heteroskedastisitas apabila diagram pencar residualnya tidak membentuk pola tertentu, dan apabila datanya berpencar disekitar angka nol (pada sumbu Y).

2. Model persamaan regresi linear ganda X atas Y adalah sebagai berikut:

$$Y = a + bX + \varepsilon$$

Sumber : Sugiyono, 2007:211

3. Untuk mencari koefisien regresi b_1 dan a digunakan persamaan simultan sebagai berikut:

$$XY = b X^2$$

$$a = Y - bX$$

4. Setelah harga a dan b diperoleh maka langkah selanjutnya adalah menghitung korelasi variabel independen dengan variabel dependen dengan rumus sebagai berikut:

$$(R_{xy}) = bXY$$

5. Untuk uji signifikansi koefisien korelasi ganda dicari F_{hitung} terlebih dahulu kemudian dibandingkan dengan F_{tabel} .

$$F_{hitung} = \frac{R^2 (n-m-1)}{m(1-R)}$$

Keterangan:

F_{hitung} = Nilai F yang dihitung

R = Nilai koefisien korelasi

m = Jumlah Variabel bebas

n = Jumlah Sampel

6. Menurut Sugiyono (2007:183) untuk mengetahui kuat rendahnya hubungan pengaruh, dapat diklasifikasikan sebagai berikut:

TABEL 3.5
PEDOMAN UNTUK MEMBERIKAN
INTERPRETASI KOEFISIEN KORELASI

Interval Koefisien	Klasifikasi
0,000 – 0,199	Sangat Rendah
0,200 – 0,399	Rendah
0,400 – 0,599	Sedang
0,600 – 0,799	Kuat
0,800 – 1,000	Sangat Kuat

Sumber: Sugiyono (2007:183)

Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi adalah kuadrat koefisien korelasi. Dalam penggunaan koefisien determinasi dinyatakan dalam persen sehingga harus dikalikan 100%. Koefisien determinasi ini digunakan untuk mengetahui persentase pengaruh yang terjadi dari variabel bebas terhadap variabel tidak bebas, dengan asumsi $0 < r^2 < 1$ menggunakan rumus:

$$KP = (r_{yx})^2 \times 100\%$$

(Ridwan, 2006:136)

Keterangan :

KP : Nilai Koefisien determinasi

r : Nilai koefisien korelasi

3.5.2 Rancangan Uji Hipotesis

Penelitian ini menggunakan data interval setelah menggunakan data ordinal seperti dijelaskan dalam operasionalisasi variabel sebelumnya, maka setelah data penelitian berskala interval selanjutnya akan ditentukan pasangan data variabel independen dari semua sampel penelitian.

Hipotesis yang diajukan yaitu pengembangan produk (X) berpengaruh terhadap loyalitas kepuasan berkunjung wisatawan (Y). Hipotesis tersebut digambarkan sebagai berikut.



Gambar 3.1
Struktur Kausal X dan Y

Keterangan :

X : variabel Pengembangan Produk

Y : variabel Kepuasan Berkunjung

ε: residu (variabel lain diluar variabel X yang berpengaruh) ke arah variabel akibat (*endogenous*) dinyatakan oleh besarnya nilai numerik dari variabel *eksogenous*.

Untuk menguji keberartian koefisien arah regresi dilakukan dengan menggunakan rumus berikut ini:

$$F = \frac{S^2_{reg}}{S^2_{sis}}$$

Sumber : Sudjana, 2001:16

Secara statistik pengujian hipotesis keberartian arah regresi adalah:

$H_0 : \beta_1 = 0$. koefisien arah regresi tidak berarti, artinya tidak terdapat pengaruh antara pengembangan produk dengan kepuasan berkunjung wisatawan ke Dunia Fantasi.

$H_0 : \beta_1 > 0$, koefisien arah regresi berarti, artinya terdapat pengaruh antara pengembangan produk dengan kepuasan berkunjung wisatawan ke Dunia Fantasi.

Untuk menguji signifikansi koefisien korelasi antara variabel X dan Y dilakukan dengan membandingkan thitung dan tabel yaitu dengan menggunakan rumus distribusi student (t student). Rumus dari distribusi *student* adalah:

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

Sumber: Riduwan,2006:137

Keterangan:

t : Distribusi *student*

r : Koefisien korelasi *product moment*

n : Banyak data

Kriteria pengambilan keputusan untuk hipotesis yang diajukan adalah:

Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima

Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_1 ditolak

Pada taraf kesalahan 0,05 dengan derajat kebebasan dk (n-2) serta pada uji satu pihak, yaitu uji pihak kanan. Secara statistik, hipotesis yang akan diuji dalam rangka pengambilan keputusan penerimaan atau penolakan hipotesis dapat ditulis sebagai berikut:

$H_1: \rho = 0$, artinya tidak terdapat pengaruh antara pengembangan produk dengan kepuasan berkunjung wisatawan ke Dunia Fantasi.

$H_0: \rho > 0$, artinya terdapat pengaruh antara pengembangan produk dengan kepuasan berkunjung wisatawan.