

BAB III

OBJEK PENELITIAN DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Penelitian ini menganalisis mengenai pengaruh strategi *positioning* Museum Konferensi Asia Afrika sebagai wisata *heritage* terhadap tingkat keputusan berwisata edukasi. Adapun yang menjadi objek penelitian sebagai variabel bebas (*independent variable*) adalah strategi *positioning*. Variabel bebas yaitu strategi *positioning* meliputi nilai, keunikan, kredibilitas, keberlanjutan, kesesuaian.

Pada penelitian ini, objek yang dijadikan responden adalah pengunjung atau wisatawan domestik. Dalam hal ini penulis akan mengkhususkan pada salah satu strategi pemasaran yaitu strategi *positioning*. Hal ini agar Museum Konferensi Asia Afrika sebagai wisata *heritage* meningkatkan keputusan berwisata edukasi terhadap pengunjung. Adapun variabel terikat (*dependent variable*) adalah keputusan pembelian yaitu pemilihan produk, pemilihan merek, pemilihan saluran pembelian, penentuan waktu, dan jumlah pembelian.

Dari kedua objek penelitian ini maka dapat dianalisis: pertama mengukur pelaksanaan strategi *positioning* Museum Konferensi Asia Afrika sebagai wisata *heritage*, kedua mengukur tanggapan responden mengenai keputusan berwisata edukasi, dan mengukur tanggapan responden mengenai pengaruh strategi *positioning* Museum Konferensi Asia Afrika sebagai wisata *heritage* terhadap tingkat keputusan berwisata edukasi.

3.2 Jenis Penelitian dan Metode Penelitian

3.2.1 Sifat/ Jenis Penelitian

Supaya tercapai tujuan dari penelitian ini maka diperlukan suatu metode dan teknik penelitian yang sesuai. Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif. Menurut Moh.Nasir (2003:63) tujuan dari penelitian deskriptif adalah membuat deskripsi, gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat, serta hubungan antar fenomena yang diselidiki.

Penelitian deskriptif disini bertujuan pada pemecahan masalah dimasa sekarang dan bersifat aktual. Dengan metode ini akan dilakukan penyusunan data, menganalisa dan menginterpretasikannya tentang arti data yang dikumpulkan atau variabel yang diteliti. Maka dapat dikatakan tujuannya untuk memperoleh deskriptif atau gambaran mengenai pengaruh strategi *positioning* Museum Konperensi Asia Afrika sebagai wisata *heritage* terhadap tingkat keputusan berwisata edukasi.

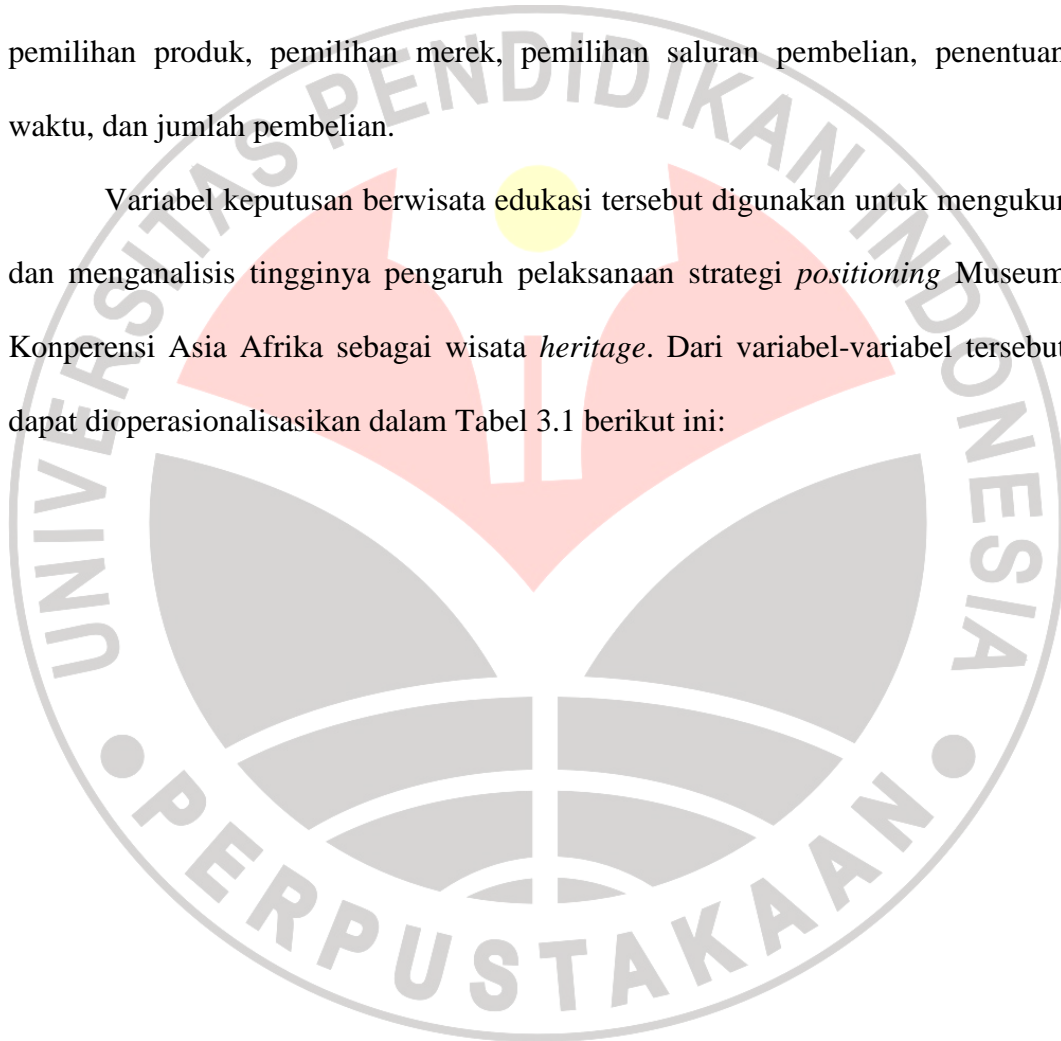
3.2.2 Metode Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan dengan menggunakan metode *explanatory survey*, yaitu memperoleh informasi atau mengumpulkan data dari lapangan secara langsung dengan maksud untuk mengetahui tanggapan sampel yang diambil dari sebagian populasi mengenai objek yang diteliti. Menurut Ker Linger dalam Sugiyono (2004:7) metode ini dilakukan pada populasi besar kecil, tetapi data yang dipelajari adalah data dari sampel yang diambil dari populasi tersebut, ditemukan kejadian-kejadian relatif, distribusi, hubungan antar variabel sosiologis dan psikologis.

3.3 Operasional Variabel

Berdasarkan objek penelitian di atas yang menjadi variabel bebas adalah pelaksanaan strategi *positioning* yang terdiri dari lima sub variabel yaitu nilai, keunikan, kredibilitas, keberlanjutan, dan kesesuaian. Sedangkan yang merupakan variabel terikat yaitu adalah keputusan berwisata edukasi yang terdiri dari pemilihan produk, pemilihan merek, pemilihan saluran pembelian, penentuan waktu, dan jumlah pembelian.

Variabel keputusan berwisata edukasi tersebut digunakan untuk mengukur dan menganalisis tingginya pengaruh pelaksanaan strategi *positioning* Museum Konperensi Asia Afrika sebagai wisata *heritage*. Dari variabel-variabel tersebut dapat dioperasionalisasikan dalam Tabel 3.1 berikut ini:



TABEL 3.1
OPERASIONAL VARIABEL

| Variabel/ Sub Variabel | Konsep | Indikator | Ukuran | Skala | No. Item |
|---|---|---|---|---------|-------------|
| Strategi Positioning (X) | Strategi <i>Positioning</i> adalah kegiatan merancang, menawarkan dan memberi gambaran untuk menduduki suatu tempat di benak target pasar serta memiliki perbedaan dari perusahaan atau kelompok lain. (Kotler, 2009:308) | ▪ Nilai | Tingkat manfaat sejarah tentang KAA yang diperoleh responden. | Ordinal | 1 |
| | | | Tingkat manfaat koleksi-koleksi tentang KAA yang diperoleh responden. | Ordinal | 2 |
| | | | Tingkat manfaat pelayanan MKAA yang diperoleh responden. | Ordinal | 3 |
| | | | Tingkat manfaat keragaman fasilitas MKAA seperti perpustakaan dan ruang audiovisual yang diperoleh responden. | Ordinal | 4 |
| | | | Tingkat manfaat koleksi tentang KAA yang sesuai dengan responden pelajari di sekolah. | Ordinal | 5 |
| | | | Tingkat manfaat mengenai kejelasan informasi yang responden peroleh mengenai sejarah & koleksi tentang KAA | Ordinal | 6 |
| | | | Tingkat manfaat mengenai koleksi & fasilitas yang ada seperti perpustakaan dan ruang audiovisual membantu reponden dalam mempelajari tentang KAA. | Ordinal | 7 |
| | | ▪ Keunikan | Tingkat keunikan koleksi-koleksi tentang KAA yang asli yang MKAA miliki. | Ordinal | 8 |
| | | Tingkat keunikan lokasi yang responden dapat saksikan langsung yaitu lokasi asli peristiwa KAA. | Ordinal | 9 | |
| | | Tingkat keunikan koleksi & fasilitas yang ada dipadukan dengan kemajuan teknologi. | Ordinal | 10 | |

| Variabel/ Sub Variabel | Konsep | Indikator | Ukuran | Skala | No. Item |
|------------------------------|--------|------------------------|--|---------|-------------|
| | | | Tingkat keunikan perawatan tempat MKAA. | Ordinal | 11 |
| | | ▪ Kredibilitas | Tingkat kredibilitas kegiatan secara rutin yang diadakan di MKAA yang mengandung unsur sejarah & pendidikan. | Ordinal | 12 |
| | | | Tingkat kredibilitas MKAA yang secara rutin memperbaharui informasi mengenai sejarah dan pendidikan melalui media massa & elektronik. | Ordinal | 13 |
| | | | Tingkat kredibilitas MKAA yang secara rutin menginformasikan kegiatan-kegiatan yang mengandung unsur sejarah & pendidikan ke sekolah responden. | Ordinal | 14 |
| | | | Tingkat kredibilitas MKAA yang secara rutin mengundang sekolah responden untuk menghadiri kegiatan yang mengandung unsur sejarah & pendidikan yang diadakan di MKAA. | Ordinal | 15 |
| | | ▪ Keberlanjutan | Tingkat keberlanjutan MKAA dalam membantu responden mempelajari tentang KAA melalui buku panduan museum atau <i>booklet</i> . | Ordinal | 16 |
| | | | Tingkat keberlanjutan MKAA dalam membantu responden mempelajari tentang KAA melalui LKS (Lembar Kerja Siswa) yang dibagikan oleh pegawai MKAA. | Ordinal | 17 |

| Variabel/ Sub Variabel | Konsep | Indikator | Ukuran | Skala | No. Item |
|--|---|--|---|---------|-------------|
| | | | Tingkat keberlanjutan MKAA dalam membantu responden mempelajari tentang KAA melalui pegawai MKAA yang memberikan bimbingan & membantu responden dalam menyelesaikan tugas sekolah mengenai KAA. | Ordinal | 18 |
| | | ▪ Kese- suaian | Tingkat kesesuaian MKAA dalam menciptakan suasana KAA melalui koleksinya sesuai dengan keinginan responden. | Ordinal | 19 |
| | | | Tingkat kesesuaian MKAA dalam menyediakan fasilitas yang memadai sesuai dengan keinginan responden. | Ordinal | 20 |
| | | | Tingkat kesesuaian MKAA dalam menyediakan tempat yang sesuai dengan keinginan responden. | Ordinal | 21 |
| | | | Tingkat kesesuaian MKAA dalam memberikan pelayanan sesuai dengan keinginan responden. | Ordinal | 22 |
| Keputusan Pembelian (Y) | Keputusan pembelian adalah suatu keputusan (<i>decision</i>) melibatkan pilihan di antara dua atau lebih alternatif tindakan atau perilaku. | Keputu- san pembe- lian berdasar- kan produk. | Tingkat penilaian mengenai koleksi-koleksi MKAA yang lengkap dan jelas. | Ordinal | 23 |

| Variabel/ Sub Variabel | Konsep | Indikator | Ukuran | Skala | No. Item |
|------------------------------|---|---|--|---------|-------------|
| | pilihan diantara beberapa (Philip Kotler dan Keller, 2007:240) perilaku yang berbeda dan membentuk preferensi atas merek-merek dalam kumpulan pilihan konsumen juga akan membentuk niat membeli produk yang paling disukai. | Keputusan pembelian berdasarkan merek. | Tingkat kunjungan berdasarkan lokasi gedung MKAA yang merupakan lokasi asli peristiwa KAA. | Ordinal | 24 |
| | | Keputusan pembelian berdasarkan lokasi MKAA . | Tingkat kestrategisan lokasi MKAA . | Ordinal | 25 |
| | | Keputusan pembelian berdasarkan saluran pembelian. | Tingkat kemudahan bertransportasi untuk menjangkau MKAA. | Ordinal | 26 |
| | | Keputusan pembelian berdasarkan waktu. | Tingkat keleluasaan waktu kunjungan pada saat liburan sekolah. | Ordinal | 27 |
| | | | Tingkat keleluasaan waktu kunjungan pada saat mendapat tugas sekolah | | 28 |
| | Keputusan pembelian berdasarkan jumlah pembelian. | Tingkat kesesuaian akan kebutuhan responden dalam mengunjungi MKAA. | Ordinal | 29 | |

Sumber : Dimodifikasi dari berbagai literatur

3.4 Sumber Data dan Tehnik Pengumpulan Data

3.4.1. Sumber Data

Berikut ini data dan sumber data yang digunakan dalam penelitian, maka peneliti mengumpulkan dan menyajikannya dalam Tabel 3.2:

TABEL 3.2
JENIS DAN SUMBER DATA

| Data Penelitian | Jenis Data | Sumber Data |
|---|-------------------|--|
| Perkembangan Kunjungan Wisatawan Mancanegara di Indonesia 2006-2008 | Sekunder | <i>Statistical Report on Visitor Arrivals to Indonesia, 2008</i> |
| Perkembangan Kunjungan Wisatawan Nusantara (Wisnus) di Indonesia 2006-2008 | Sekunder | Pusat Data dan Informasi, 2008 |
| Pertumbuhan Kunjungan Wisatawan Ke Objek Wisata Jawa Barat tahun 2006-2008 | Sekunder | Disbudpar Jabar, 2008 |
| Data Objek, Sarana dan Prasarana Wisata Kota Bandung Tahun 2008 | Sekunder | Dispar Bandung, 2008 |
| Pengunjung Museum-museum Di Kota Bandung Tahun 2006-2008 | Sekunder | Beberapa museum diolah kembali oleh P2DSJ, 2008 |
| Data Pengunjung Museum Konperensi Asia Afrika Tahun 2006-2008 | Sekunder | Museum Konperensi Asia Afrika, 2008 |
| Tanggapan pengunjung wisata edukasi terhadap keputusan berwisata edukasi pada Museum Konperensi Asia Afrika | Primer | Pengunjung wisata edukasi Museum Konperensi Asia Afrika |
| Tanggapan pengunjung wisata edukasi terhadap Strategi <i>Positioning</i> Museum Konperensi Asia Afrika | Primer | Pengunjung wisata edukasi Museum Konperensi Asia Afrika |

Sumber : Berdasarkan Hasil Pengolahan Data 2009

3.4.2 Tehnik Pengumpulan Data

Tehnik pengumpulan data merupakan tehnik untuk mencari dan memperoleh data mengenai variabel-variabel yang berupa catatan dan laporan serta dokumentasi. Untuk memperoleh data yang diperlukan, maka tehnik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah:

1. Studi kepustakaan

Studi kepustakaan adalah suatu tehnik untuk mendapatkan data teoritis dari para ahli melalui sumber bacaan yang berhubungan dan menunjang terhadap penelitian ini baik dari buku, majalah, media massa, atau bacaan lainnya. Studi kepustakaan ini didapat dari sumber sebagai berikut:

- a. Perpustakaan UPI, STPB, dan Universitas lainnya.
 - b. Skripsi angkatan terdahulu
 - c. Media cetak (majalah, koran, brosur dan sebagainya) serta media elektronik (televisi, internet, radio).
2. Studi lapangan, yang terdiri dari:
- a. Observasi, yaitu pengamatan dan peninjauan langsung terhadap objek yang diteliti dalam hal ini penulis melakukan observasi terhadap pelaksanaan strategi *positioning* yang dilakukan Museum Konferensi Asia Afrika.
 - b. Wawancara, yaitu pengumpulan data melalui komunikasi langsung dengan pihak-pihak yang bersangkutan. Dalam penelitian ini wawancara dilakukan terhadap Bpk. Isman Pasha selaku kepala Museum Konferensi Asia Afrika, Ibu Tini Budiantini selaku kepala Seksi Publikasi dan Promosi Nilai-nilai KAA, dan Bpk. Desmond Satria Andrian selaku pelaksana Seksi Publikasi dan Promosi Nilai-nilai KAA.
 - c. Angket, yaitu mengumpulkan data melalui penyebaran seperangkat daftar pertanyaan tertulis kepada responden yang menjadi sampel penelitian. Angket berisi pertanyaan dan pernyataan mengenai karakteristik responden, pengalaman responden, pelaksanaan strategi *positioning* dan keputusan berwisata edukasi . Dalam penelitian ini kuesioner atau angket berlaku sebagai data primer. Angket yang digunakan dan disebar pada responden merupakan angket tertutup yaitu angket dengan item-item pertanyaan angket yang disusun dengan memberikan alternatif jawaban

yang disediakan oleh peneliti. Dengan menggunakan angket tertutup sebagai teknik pengumpulan data akan mempermudah peneliti dalam melakukan analisis data dari seluruh angket sehingga menghemat waktu.

Untuk lebih jelasnya mengenai teknik pengumpulan data dalam penelitian ini, maka peneliti mengumpulkan dan menyajikannya dalam tabel berikut ini:

TABEL 3.3
TEKNIK PENGAMBILAN DATA

| No. | Teknik Pengumpulan Data | Sumber Data |
|-----|-------------------------|--|
| 1. | Studi Literatur | Teori mengenai Strategi <i>Positioning</i> dan Keputusan Pembelian. |
| 2. | Jurnal | Teori mengenai Strategi <i>Positioning</i> , wisata <i>heritage</i> dan Keputusan Pembelian. |
| 3. | Observasi | Aktifitas pelaksanaan Strategi <i>Positioning</i> |
| 4. | Wawancara | Kepala Museum Konperensi Asia Afrika, kepala Seksi PPNKAA, dan pihak pelaksana Seksi PPNKAA. |
| 5. | Kuesioner | Pengunjung Museum Konperensi Asia Afrika. |

Sumber : Dimodifikasi dari berbagai literatur

3.5 Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel

3.5.1. Populasi

Populasi merupakan sekelompok objek yang dapat dijadikan sumber penelitian. Menurut Sugiyono (2004:72), “Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan”.

Populasi bukan hanya sekedar orang, tetapi juga benda-benda alam yang lainnya. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada objek atau objek itu, tetapi meliputi seluruh karakteristik/ sifat yang dimiliki objek atau subjek itu.

Pada langkah awal seseorang peneliti harus menentukan secara jelas mengenai populasi yang menjadi sasaran penelitiannya yang disebut dengan populasi sasaran, yaitu populasi yang nantinya akan menjadi cakupan kesimpulan penelitian. Menurut etika penelitian, kesimpulan tersebut hanya berlaku untuk populasi sasaran yang telah ditentukan.

Populasi dalam penelitian ini adalah pengunjung edukatif Museum Konferensi Asia Afrika yang berjumlah 83.209 pada tahun 2008 berdasarkan hasil dari data statistik pengunjung Museum Konferensi Asia Afrika. Penelitian ini hanya terbatas untuk kalangan edukatif saja yang terdiri mulai dari jenjang SD, SMP, SMA dan Perguruan Tinggi, baik swasta maupun negeri.

3.5.2 Sampel

Sugiyono (2003:73) mengemukakan bahwa: “ Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakter yang dimiliki oleh populasi”. Ada beberapa faktor yang menyebabkan sampel ini digunakan diantaranya adalah keterbatasan tenaga, keterbatasan biaya dan keterbatasan waktu yang tersedia. Atas dasar hal tersebut maka diupayakan setiap subjek memiliki peluang yang sama untuk menjadi sampel yang dapat mewakili populasi (*representatif*). Pengambilan sampel ini dilakukan karena jumlah populasi yang besar sehingga tidak memungkinkan peneliti untuk meneliti seluruh populasi.

Penulis mengambil sampel dimana sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. (Sugiyono, 2003:73) Sampel dalam penelitian ini adalah sebagian dari populasi penelitian, yaitu sebagian pengunjung Museum Konferensi Asia Afrika terutama pelajar dan

mahasiswa karena mengutamakan wisata edukasi, dan karena anggota populasinya heterogen (tidak sejenisnya) yaitu terdiri dari pelajar dari tingkat SD, SMP, SMA, dan Perguruan tinggi maka pengambilan sampel dilakukan secara acak dan berstrata secara proporsional. Pengambilan sampel secara bertingkat (berstrata) memakai rumus alokasi proportional dari Sugiyono (1999:67) yaitu:

$$n_i = N_i/N.n$$

TABEL 3.4
DATA PENGUNJUNG MUSEUM KONPERENSI ASIA AFRIKA
TAHUN 2008

| PENGUNJUNG | TAHUN 2008 |
|--------------------------|---------------------|
| SD/MI | 10.987 orang |
| SMP/MTs | 49.865 orang |
| SMA/SMK/MA | 19.646 orang |
| Perguruan Tinggi | 2.711 orang |
| Jumlah Pengunjung | 83.209 orang |

(Sumber: Museum Konperensi Asia Afrika, 2008)

Dari Tabel 3.4 diketahui jumlah populasi yaitu 83.209 orang. Data yang telah dimiliki dari hasil pra penelitian berupa populasi sebanyak 83.209 orang. Dalam menentukan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik Slovin, dengan rumus:

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

Keterangan:

n= Ukuran Sampel

N= Ukuran Populasi

E= Persentase kelonggaran kelebihan karena kesalahan pengambilan sampel yang masih bisa ditolerir atau diinginkan (e=0,1)

$$n = \frac{83.209}{1 + (83.209)(0,1)^2}$$

$$n = \frac{83.209}{833,09}$$

$$n = 99,8799649 \approx 100 \text{ Sampel}$$

Jadi, jumlah sampel sebesar 100 responden. Kemudian dicari pengambilan sampel berstrata dengan rumus: $n_i = N_i/N.n$

Dimana : n_i = jumlah sampel menurut stratum.

n = jumlah sampel seluruhnya.

N_i = jumlah populasi menurut stratum.

N = jumlah populasi seluruhnya.

$$SD = 10.987 : 83.209 \times 100 = 13 \text{ orang}$$

$$SMP = 49.865 : 83.209 \times 100 = 60 \text{ orang}$$

$$SMA = 19.646 : 83.209 \times 100 = 24 \text{ orang}$$

$$\text{Perguruan Tinggi} = 2.711 : 83.209 \times 100 = 3 \text{ orang}$$

Berdasarkan pengambilan sampel berstrata dengan rumus : $n_i = N_i/N.n$ maka jumlah sampel setiap strata sebagai berikut: strata SD sebanyak 13 orang, strata SMP sebanyak 60 orang, strata SMA sebanyak 24, strata Perguruan Tinggi sebanyak 3 orang.

3.5.3 Teknik Pengambilan Sampel

Dalam menarik anggota sampel dari anggota populasi agar sampel representatif harus diupayakan agar setiap subjek dalam populasi memiliki peluang yang sama menjadi unsur anggota sampel. Dalam mengumpulkan data

dilakukan dengan sampling, menurut Sugiyono (2008:116) menyatakan bahwa teknik sampling merupakan teknik pengambilan sampel.

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

Langkah-langkah teknik penarikan sampel dalam penelitian ini, sebagai berikut:

1. Tentukan populasi sasaran. Dalam penelitian ini yang menjadi populasi sasaran adalah pengunjung Museum Konferensi Asia Afrika.
2. Tentukan sebuah tempat tertentu sebagai *checkpoint*, dalam penelitian ini yang menjadi tempat *checkpoint* adalah bagian pusat informasi Museum Konferensi Asia Afrika.
3. Tentukan waktu yang akan digunakan untuk menentukan sampling. Dalam penelitian ini waktu konkrit yang digunakan oleh peneliti adalah pukul pukul 08.00-15.00 (rentang waktu kepadatan pengunjung).
4. Lakukan orientasi lapangan, terutama pada *check point*. Orientasi ini akan dijadikan dasar untuk menentukan interval pemilihan pertama dengan menentukan interval yang menggunakan rumus $i = \frac{N}{k}$

5. Tentukan sebuah angka acak (r) antara 1 dan i , $r = 1$.
6. Elemen dengan nomor berikut akan termasuk sampel acak sistematis $r, r+i, r+2i, r+3i, \dots, r+(n-1)i$

3.6 Pengujian Validitas dan Reliabilitas

3.6.1 Pengujian Validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan kevalidan dari suatu instrument. Suatu instrumen yang valid mempunyai validitas yang tinggi. Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang harus diukur (Sugiyono, 2008:172). Sebaliknya instrumen yang kurang berarti memiliki validitas rendah (Suharsimi Arikunto, 2006:168).

Tipe validitas yang digunakan adalah validitas konstruk yang menentukan validitas dengan cara mengkorelasikan antar skor yang diperoleh dari masing-masing item dari pertanyaan dengan skor totalnya. Skor total ini merupakan nilai yang diperoleh dari penjumlahan semua skor item. Korelasi antar skor item dengan skor totalnya harus signifikan. Berdasarkan ukuran statistik bila ternyata skor semua item yang disusun berdasarkan dimensi konsep berkorelasi dengan skor totalnya, maka dapat dikatakan bahwa alat ukur tersebut mempunyai validitas.

Uji validitas yang dilakukan bertujuan untuk menguji sejauh mana item kuesioner yang valid dan mana yang tidak. Hal ini dilakukan dengan mencari korelasi setiap item pertanyaan dengan skor total pertanyaan untuk hasil jawaban responden yang mempunyai skala pengukuran ordinal minimal serta pilihan jawaban lebih dari dua pilihan, perhitungan korelasi antara pertanyaan kesatu

dengan skor total digunakan alat uji korelasi Pearson (*product moment coefficient of correlation*) dengan rumus:

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

(Sumber: Suharsimi Arikunto 2006:274)

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 = Banyak 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 15.0 for windows.

TABEL 3.5
HASIL UJI VALIDITAS ITEM PERTANYAAN STRATEGI
POSITIONING DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN

| No. | Item Pertanyaan | r_t | R_{tabel} | Ket |
|-----|--|-------|-------------|-------|
| 1. | Tingkat manfaat sejarah tentang KAA yang diperoleh responden. | 0,787 | 0.374 | Valid |
| 2. | Tingkat manfaat koleksi-koleksi tentang KAA yang diperoleh responden. | 0,762 | 0.374 | Valid |
| 3. | Tingkat manfaat pelayanan MKAA yang diperoleh responden. | 0,839 | 0.374 | Valid |
| 4. | Tingkat manfaat keragaman fasilitas MKAA seperti perpustakaan dan ruang audiovisual yang diperoleh responden. | 0,766 | 0.374 | Valid |
| 5. | Tingkat manfaat koleksi tentang KAA yang sesuai dengan responden pelajari di sekolah. | 0,796 | 0.374 | Valid |
| 6. | Tingkat manfaat mengenai kejelasan informasi yang responden peroleh mengenai sejarah & koleksi tentang KAA | 0,403 | 0.374 | Valid |
| 7. | Tingkat manfaat mengenai koleksi & fasilitas yang ada seperti perpustakaan dan ruang audiovisual membantu responden dalam mempelajari tentang KAA. | 0,406 | 0.374 | Valid |
| 8. | Tingkat keunikan koleksi-koleksi tentang KAA yang asli yang MKAA miliki. | 0,602 | 0.374 | Valid |
| 9. | Tingkat keunikan lokasi yang responden dapat saksikan langsung yaitu lokasi asli peristiwa KAA. | 0,498 | 0.374 | Valid |
| 10. | Tingkat keunikan koleksi & fasilitas yang ada dipadukan dengan kemajuan teknologi. | 0,542 | 0.374 | Valid |
| 11. | Tingkat keunikan perawatan tempat MKAA. | 0,739 | 0.374 | Valid |
| 12. | Tingkat kredibilitas kegiatan secara rutin yang diadakan di MKAA yang mengandung unsur sejarah & pendidikan. | 0,494 | 0.374 | Valid |
| 13. | Tingkat kredibilitas MKAA yang secara rutin memperbaharui informasi mengenai sejarah dan pendidikan melalui media massa & elektronik. | 0,411 | 0.374 | Valid |
| 14. | Tingkat kredibilitas MKAA yang secara rutin menginformasikan kegiatan-kegiatan yang mengandung unsur sejarah & pendidikan ke sekolah responden. | 0,474 | 0.374 | Valid |
| 15. | Tingkat kredibilitas MKAA yang secara rutin mengundang sekolah responden untuk menghadiri kegiatan yang mengandung unsur sejarah & pendidikan yang diadakan di MKAA. | 0,797 | 0.374 | Valid |
| 16. | Tingkat keberlanjutan MKAA dalam membantu responden mempelajari tentang KAA melalui buku panduan museum atau <i>booklet</i> . | 0,645 | 0.374 | Valid |

| No. | Item Pertanyaan | r_t | R_{tabel} | Ket |
|-----|---|-------|-------------|-------|
| 17. | Tingkat keberlanjutan MKAA dalam membantu responden mempelajari tentang KAA melalui LKS (Lembar Kerja Siswa) yang dibagikan oleh pegawai MKAA. | 0,420 | 0.374 | Valid |
| 18. | Tingkat keberlanjutan MKAA dalam membantu responden mempelajari tentang KAA melalui pegawai MKAA yang memberikan bimbingan & membantu responden dalam menyelesaikan tugas sekolah mengenai KAA. | 0,645 | 0.374 | Valid |
| 19. | Tingkat kesesuaian MKAA dalam menciptakan suasana KAA melalui koleksinya sesuai dengan keinginan responden. | 0,622 | 0.374 | Valid |
| 20. | Tingkat kesesuaian MKAA dalam menyediakan fasilitas yang memadai sesuai dengan keinginan responden. | 0,567 | 0.374 | Valid |
| 21. | Tingkat kesesuaian MKAA dalam menyediakan tempat yang sesuai dengan keinginan responden. | 0,797 | 0.374 | Valid |
| 22. | Tingkat kesesuaian MKAA dalam memberikan pelayanan sesuai dengan keinginan responden. | 0,567 | 0.374 | Valid |
| 23. | Tingkat penilaian mengenai koleksi-koleksi MKAA yang lengkap dan jelas. | 0,513 | 0.374 | Valid |
| 24. | Tingkat kunjungan berdasarkan lokasi gedung MKAA yang merupakan lokasi asli peristiwa KAA. | 0,538 | 0.374 | Valid |
| 25. | Tingkat kestrategisan lokasi MKAA . | 0,729 | 0.374 | Valid |
| 26. | Tingkat kemudahan bertransportasi untuk menjangkau MKAA. | 0,770 | 0.374 | Valid |
| 27. | Tingkat keleluasaan waktu kunjungan pada saat liburan sekolah. | 0,749 | 0.374 | Valid |
| 28. | Tingkat keleluasaan waktu kunjungan pada saat mendapat tugas sekolah. | 0,739 | 0.374 | Valid |
| 29. | Tingkat kesesuaian akan kebutuhan responden dalam mengunjungi MKAA. | 0,634 | 0.374 | Valid |

3.6.2 Pengujian Reliabilitas

Reliabilitas menunjukkan pada suatu pengertian bahwa suatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data, karena instrumen tersebut sudah baik. Instrumen yang sudah dapat dipercaya, yang reliabel akan menghasilkan data yang dapat dipercayakan. Malhotra (2005:309)

mengemukakan bahwa Reliabilitas adalah sejauh mana skala mampu menciptakan hasil yang konsisten jika pengukuran dilakukan terhadap karakteristik tertentu.

Jika suatu instrumen dapat dipercaya maka data yang dihasilkan oleh instrumen tersebut dapat dipercaya. Pengujian reliabilitas kuesioner penelitian dilakukan dengan rumus alpha. Rumus Alpha digunakan untuk mencari reliabilitas instrumen yang skornya bukan 1 dan 0, misalnya angket atau soal bentuk uraian (Suharsimi Arikunto 2006:196).

Koefisien *Alpha Cronbach* (α) merupakan statistik yang paling umum digunakan untuk menguji reliabilitas suatu instrumen penelitian. Suatu instrumen penelitian diindikasikan memiliki tingkat reliabilitas memadai jika koefisien *Alpha Cronbach* lebih besar atau sama dengan 0,70 (Hair, Anderson, Tatham & Black, 1998:88). Rumus yang digunakan untuk mengukur reliabilitas adalah:

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

(Suharsimi Arikunto, 2006:196)

Keterangan:

- r_{11} = reliabilitas instrumen
- k = banyaknya butir pertanyaan atau banyaknya soal
- $\sum \sigma_b^2$ = jumlah varian butir pertanyaan
- σ_t^2 = varians total

Rumus variansnya adalah:

$$\sigma_b^2 = \frac{\sum X^2 - \frac{(\sum X)^2}{N}}{N} \qquad \sigma_t^2 = \frac{\sum Y^2 - \frac{(\sum Y)^2}{N}}{N}$$

Keterangan:

- σ_b^2 = harga varians tiap item
- σ_t^2 = varians total
- $\sum X^2$ = jumlah kuadrat dalam skor distribusi X
- $(\sum X)^2$ = kuadrat jumlah skor dalam distribusi X
- $\sum Y^2$ = jumlah kuadrat dalam skor distribusi Y

$$\begin{aligned} (\sum Y)^2 &= \text{kuadrat jumlah skor dalam distribusi Y} \\ N &= \text{jumlah responden} \end{aligned}$$

Perhitungan reliabilitas pertanyaan dilakukan dengan bantuan SPSS 15.0 for window.

TABEL 3.6
HASIL UJI RELIABILITAS *CRONBACH ALPHA*

| No. | Variabel | r tabel | r hitung | Keterangan |
|-----|-----------------------------|---------|----------|------------|
| 1. | Strategi <i>Positioning</i> | 0,925 | 0,70 | Reliabel |
| 2. | Keputusan Pembelian | 0,811 | 0,70 | Reliabel |

3.7 Rancangan Analisis Data

Alat penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah angket. Angket ini disusun oleh penulis berdasarkan variabel yang terdapat dalam penelitian, yaitu memberikan keterangan dan data mengenai pengaruh Strategi *Positioning* Museum Konferensi Asia Afrika sebagai wisata *heritage* (X) terhadap tingkat Keputusan Berwisata edukasi (Y). Jenis data yang terkumpul dalam penelitian ini adalah data ordinal. Sejalan dengan tujuan penelitian ini, yaitu mengetahui pengaruh Strategi *Positioning* terhadap tingkat Keputusan Pembelian. Adapun yang menjadi variabel bebas atau variabel X adalah Strategi *Positioning* yang terdiri dari nilai, keunikan, kredibilitas, keberlanjutan, dan kesesuaian. Objek yang merupakan variabel terikat atau variabel Y adalah keputusan pembelian, sehingga penelitian ini meneliti pengaruh Strategi *Positioning* terhadap tingkat Keputusan Pembelian.

Penelitian kuantitatif analisis data dilakukan setelah data seluruh responden terkumpul. Kegiatan analisis data dalam penelitian ini yaitu:

1. Menyusun data

Kegiatan seleksi data ditujukan untuk mengecek kelengkapan identitas responden, kelengkapan data serta isian data sesuai dengan tujuan penelitian.

2. Tabulasi data

- a. Memberi skor pada setiap item
- b. Menjumlahkan skor pada setiap item
- c. Menyusun ranking pada setiap variabel penelitian

3. Menganalisis data

Menganalisis data yaitu proses pengolahan data menggunakan rumus-rumus statistik, menginterpretasi data agar diperoleh suatu kesimpulan.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier sederhana, karena penelitian ini hanya menganalisis dua variabel yaitu Strategi *Positioning*, sebagai variabel bebas (X), dan Keputusan Pembelian sebagai variabel terikat (Y).

3.8 Rancangan Uji Hipotesis

Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis regresi. Analisis regresi ini digunakan untuk menentukan besarnya pengaruh variabel independen X yaitu Strategi *Positioning* terhadap variabel dependen yaitu Y yaitu Keputusan Pembelian. 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 sederhana. Menurut Hermawan (2005:220):

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

Berdasarkan tujuan dilakukannya penelitian ini, maka variabel yang dianalisis adalah variabel independen yaitu Strategi *Positioning* (X) sedangkan variabel dependen adalah Keputusan Pembelian (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:

$$Y = a + bX + \epsilon$$

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 Fhitung terlebih dahulu kemudian dibandingkan dengan Ftabel.

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

Keterangan:

Fhitung = 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 3.7
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:

$$KP = (ryx)^2 \times 100\%$$

(Riduwan, 2006:136)

Keterangan :

KP : Nilai Koefisien determinasi

r : Nilai koefisien korelasi

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 Strategi *Positioning* (X) berpengaruh terhadap tingkat Keputusan Berwisata Edukasi (Y). Hipotesis tersebut digambarkan sebagai berikut



GAMBAR 3.1
STRUKTUR KAUSAL X DAN Y

Keterangan :

X : variabel Strategi *Positioning*

Y : variabel Keputusan Pembelian

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 Strategi *Positioning* dengan Keputusan Berwisata Edukasi di Museum Konperensi Asia Afrika.

$H_0 : \beta_1 > 0$. Koefisien arah regresi berarti, artinya terdapat pengaruh antara Strategi *Positioning* dengan Keputusan Berwisata Edukasi di Museum Konperensi Asia Afrika.

Untuk menguji signifikansi koefisien korelasi antara variabel X dan Y dilakukan dengan membandingkan thitung dan tabel yaitu dengan menggunakan rumus distribusi student (*tstudent*). 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 Strategi *Positioning* dengan tingkat Keputusan Berwisata Edukasi di Museum Konperensi Asia Afrika.

$H_0: \rho > 0$, artinya terdapat pengaruh antara Strategi *Positioning* dengan tingkat Keputusan Berwisata Edukasi di Museum Konperensi Asia Afrika.