

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### 3.1 Lokasi Penelitian

*Dago Dreampark Bandung* sebagai lokasi dilakukannya penelitian terletak di Jalan Dago Giri No. Km 2, Mekarwangi, Pagerwangi, Kec. Lembang, Kab. Bandung Barat, Jawa Barat. Daya tarik wisata yang didirikan diatas tanah seluas 13 hektar dikelilingi oleh hutan pinus ini mulai beroperasi pada tahun 2016. Selain itu, daya tarik wisata ini terletak diatas ketinggian antara 1.312 hingga 2.084 mdpl dengan temperatur udara di destinasi ini sekitar sekitar 17 – 27 derajat celcius, menjadikannya cocok untuk menyegarkan pikiran atau hanya menikmati udara segar saja. *Dago Dreampark Bandung* menjadi lokasi penelitian dikarenakan terdapat beberapa keluhan pengunjung terkait harga tiket yang ditawarkan dan juga produk wisata yang ditawarkan. Hal ini berpengaruh terhadap rendahnya rating *google Dago dreampark*. Selain harus membayar tiket masuk, pengunjung juga diharuskan untuk membayar tiket wahana dan juga fasilitas wisata didalamnya. *Dago Dreampark Bandung* sendiri memiliki 32 wahana atraksi yang ditawarkan, terbagi menjadi wahana *adventure*, wahana anak dan keluarga, wahana *selfie*, dan *gathering and outbond*.

Akses menuju daya tarik wisata ini cukup mudah dijangkau karena bisa diakses dari kota Bandung dan juga dari arah Lembang. Sayangnya, tidak tersedia rute untuk dilalui angkutan umum menuju daya tarik wisata ini. Jika melalui akses jalan darat dari pusat kota Bandung, pengunjung harus melewati Jl. Ir. H. Juanda mengarah keatas dan memasuki Jalan Dago Giri. Sementara itu, pengunjung yang datang dari arah Lembang, dapat melalui Jalan Maribaya dan kemudian ke Jalan Dago Giri. Adapun kondisi jalan menuju daya tarik wisata dinilai cukup baik dari kedua arah baik arah pusat kota maupun Lembang, namun terdapat beberapa jalan yang berlubang dan tidak rata saat melewati Jalan Dago Giri. Selain itu, di masa *high season* akan terjadi macet di sekitar daya tarik wisata ini yang menyebabkan sulitnya kendaraan untuk masuk dan keluar dari daya tarik wisata.

### 3.2 Desain Penelitian

Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif verifikatif yang didasarkan pada data kuantitatif dengan pengolahan data secara statistik. Teknik yang digunakan dalam mengumpulkan data adalah teknik survey atau kuesioner dengan beberapa pertanyaan dan akan dijawab oleh pengunjung atau responden. Untuk memulai penelitian ini, peneliti sudah melakukan kajian pustaka (*literature review*), yaitu mengkaji berbagai artikel dan jurnal penelitian sebelumnya yang memiliki kesamaan dengan topik yang akan diteliti. Setelah menemukan fenomena atau permasalahan yang akan diteliti, kemudian penulis mencari dan mengumpulkan data yang dibutuhkan. Adapun sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sumber data primer dan sekunder. Sumber data primer didapatkan langsung tanpa adanya perantara, sedangkan sumber data sekunder adalah untuk mendapatkan data yang dibutuhkan dapat melalui orang lain, buku, jurnal dan sebagainya. Dalam artian, data ini diperoleh secara tidak langsung. Studi kepustakaan (*literature review*), observasi, dokumentasi dan kuesioner/angket digunakan sebagai teknik pengumpulan data.

Penelitian ini memiliki populasi yang diambil dari jumlah pengunjung *Dago Dreampark Bandung* di tahun 2022 sebanyak 259.679 pengunjung. Berdasarkan hal tersebut, maka ditarik sampel penelitian berupa orang yang pernah berkunjung ke *Dago Dreampark Bandung*. Dalam proses pengambilan data, peneliti menyebarkan kuesioner penelitian kepada responden melalui media *online* dan juga langsung turun ke lapangan. Adapun kuesioner yang disebarakan secara *online* berbentuk *google form* yang kemudian dibagikan melalui media social seperti *direct message* Instagram, Twitter, WhatsApp, Facebook dan Telegram.

Setelah data yang dibutuhkan sudah terpenuhi, kemudian data tersebut akan dianalisis menggunakan teknik analisis data deskriptif dan verifikatif. Untuk mengetahui kekuatan hubungan antar variabel digunakan analisis data deskriptif berupa analisis korelasi dan perbandingan. Sementara itu, untuk menguji bagaimana variabel independen memiliki pengaruh terhadap variabel dependen, maka digunakan uji verifikatif dengan teknik analisis regresi linier berganda.

Berdasarkan pemahaman ini, metode deskriptif verifikatif digunakan dalam penelitian ini untuk menunjukkan fakta empiris dan mengetahui hubungan dari variabel yang diteliti. Penggunaan metode ini dapat dilakukan dengan mengumpulkan, menganalisa, mengolah, dan menginterpretasikan data untuk menguji hipotesis statistik. Metode deskriptif verifikatif bertujuan untuk menentukan apakah produk wisata dan harga berpengaruh signifikan pada keinginan untuk kembali ke *Dago Dreampark Bandung* Bandung dan untuk menentukan apakah hipotesis diterima atau tidak.

### **3.3 Populasi dan Sampel**

#### **3.3.1 Populasi**

Selama penelitian, pengumpulan data menjadi langkah yang penting dilakukan dalam menentukan karakteristik populasi yang diteliti. Kemudian data tersebut akan digunakan untuk menguji hipotesis penelitian. Populasi merupakan area generalisasi yang didalamnya memiliki objek atau subjek berkualitas dengan karakteristik tertentu sesuai dengan yang diinginkan peneliti dan perlu ditelaah sehingga dapat ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2010). Dalam penelitian ini menggunakan populasi yang diambil dari jumlah pengunjung *Dago Dreampark Bandung* di tahun 2022 sebanyak 258.679 pengunjung.

#### **3.3.2 Sampel dan Teknik Sampling**

Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi (Sugiyono, 2010). Jika populasi terlalu besar sehingga tidak memungkinkan peneliti untuk mempelajari seluruh aspeknya, seperti karena adanya keterbatasan dana, tenaga, atau waktu, maka peneliti dalam menghasilkan kesimpulan yang dapat diterapkan pada populasi secara keseluruhan dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi yang sudah ditentukan sebelumnya. Oleh sebab itu, sampel yang diambil tersebut harus bersifat dapat mewakili atau representatif. Dalam menghitung jumlah sampel yang dibutuhkan dalam penelitian ini, maka digunakan rumus slovin. Rumus slovin digunakan untuk menghitung jumlah minimum sampel dari suatu survei yang tujuan utamanya untuk mengetahui estimasi jumlah populasi yang disebut dengan

populasi terbatas (*finite population survey*). Estimasi yang dimaksud adalah proporsi populasi, bukan rata-rata dari populasi. Dapat dilihat dibawah ini formula dari rumus slovin:

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

Keterangan : n = jumlah sampel

N = jumlah populasi

e = kelonggaran penelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditolerir (e = 0,1 atau 10%)

Kemudian rumus diatas akan dimasukkan angka populasi untuk dapat menentukan sampel yang akan digunakan dapat dilihat dibawah ini:

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

$$n = \frac{258.679}{1 + 258.679 \times (0,1)^2}$$

$$n = 99,961 \text{ dibulatkan menjadi } 100$$

Dapat dilihat dari hasil perhitungan diatas, maka diperoleh jumlah sampel (n) yang digunakan minimal 100 responden. Dalam artian, sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini diambil sebanyak minimal 100 responden dari total jumlah pengunjung *Dago Dreampark Bandung* di tahun 2022 yang berjumlah 258.679 orang.

Menurut (Kasiram, 2008) teknik sampling bertujuan untuk mengumpulkan sampel agar keterwakilannya terhadap populasi tetap terjaga. Adapun teknik sampling yang paling sering dipakai adalah *probability sampling* dan *non probability sampling*. Menurut (Sugiyono, 2014) *probability sampling* merupakan teknik sampling yang tiap individu atau kelompok dari populasi memiliki kesempatan yang sama untuk dijadikan sampel penelitian. Sedangkan *non probability sampling* adalah teknik sampling yang tiap unit populasinya tidak mendapatkan kesempatan yang sama untuk menjadi sampel.

Adapun teknik sampling yang digunakan di dalam penelitian ini yaitu sampling *non-probability* menggunakan *purposive sampling*. *Purposive sampling* digunakan ketika peneliti memiliki target individu dengan karakteristik yang relevan dengan penelitian (Turner, 2020). Dalam melakukan penelitian kuantitatif dengan tujuan tidak untuk menggeneralisasi, maka digunakan teknik *purposive sampling* (Sugiyono, 2016). Dengan demikian, diperoleh kesimpulan bahwa *purposive sampling* merupakan teknik pengambilan sampel dimana peneliti menetapkan karakteristik tertentu yang sesuai dengan tujuan penelitian dan diharapkan dapat menjawab masalah yang dibahas dalam penelitian. Oleh karena itu, peneliti menetapkan kriteria responden yang sesuai dengan kebutuhan penelitian adalah responden yang pernah berkunjung ke *Dago Dreampark Bandung* dan berusia diatas 17 tahun. Dengan responden berusia diatas 17 tahun, diharapkan responden bisa lebih memahami maksud dari kuesioner yang diberikan.

### **3.4 Variabel Penelitian**

Menurut (Sugiyono, 2010) variabel penelitian merupakan fitur, karakter, nilai individu, objek ataupun kegiatan yang mengalami perubahan tertentu dan digunakan peneliti untuk menguji dan membuat kesimpulan. Dalam penelitian ini terdapat 2 jenis variabel yang digunakan yaitu:

#### **3.4.1 Variabel Independen**

Variabel independen atau disebut juga variabel bebas, stimulus, prediktor, dan *antecedent* merupakan variabel yang dapat berpengaruh dan menjadi penyebab perubahan atau timbulnya variabel dependen. Adapun variabel yang menjadi variabel independent dalam penelitian ini adalah produk wisata (X1) dan harga (X2).

### 3.4.2 Variabel Dependen

Variabel dependen juga dikenal dengan sebutan variabel terikat, output, kriteria, atau *konsekuen* adalah variabel yang dipengaruhi atau disebabkan oleh variabel bebas. Minat Berkunjung Kembali (Y1) adalah variabel dependen dalam penelitian ini.

## 3.5 Jenis dan Sumber Data

### 3.5.1 Data Primer

Data primer adalah sumber data yang dapat diperoleh pengumpul data secara langsung (Sugiyono, 2009). Data primer dari penelitian ini diperoleh dari kuesioner yang diisi oleh responden.

### 3.5.2 Data Sekunder

Data sekunder adalah sumber data yang untuk mendapatkannya tidak bisa secara langsung, pengumpul data bisa memperolehnya dengan melalui perantara seperti orang lain atau dokumen (Sugiyono, 2009). Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini berupa kajian kepustakaan, jurnal, literatur-literatur terkait isu permasalahan, buku, jurnal ilmiah, artikel ilmiah, dan informasi dokumenter lainnya yang tersedia untuk umum dan dapat diakses baik secara *online* maupun *offline*.

**Tabel 3.1 Jenis dan Sumber Data**

No.	Data	Jenis Data	Sumber Data
1.	Tanggapan pengunjung terkait berkunjung ke daya tarik wisata <i>Dago Dreampark Bandung</i>	Primer	Wisatawan yang pernah melakukang kunjungan wisata di <i>dago dreampark</i>
2.	Tanggapan pengunjung terkait produk wisata, harga dan minat berkunjung kembali di daya tarik wisata wisata <i>Dago Dreampark Bandung</i>	Primer	Wisatawan yang pernah melakukang kunjungan wisata di <i>dago dreampark</i>

3.	Dokumentasi kawasan daya tarik wisata <i>Dago Dreampark Bandung</i>	Primer	Peneliti mengunjungi <i>Dago Dreampark Bandung</i> secara langsung
4.	Jumlah kunjungan wisatawan ke <i>Dago Dreampark Bandung</i> tahun 2016-2022	Sekunder	<i>Sales and Marketing Dago Dreampark Bandung</i>
5.	Jumlah kunjungan wisatawan ke Kabupaten Bandung Barat tahun 2018 – 2021	Sekunder	<i>Website : Opendata.jabarprov.go.id</i>
6.	<i>Review</i> daya tarik wisata <i>Dago Dreampark Bandung</i> dan juga rating daya tarik wisata	Sekunder	<i>Google Review</i>
7.	Studi literatur	Sekunder	<i>Website, jurnal dan artikel ilmiah lainnya</i>

Sumber : Diolah Peneliti, 2023

### 3.6 Operasional Variabel

Variabel penelitian merupakan apapun yang ditetapkan oleh peneliti untuk diteliti dan mengumpulkan informasi tentangnya sebelum membuat kesimpulan (Sugiyono, 2014). Tabel berikut menunjukkan bagaimana variabel dapat dioperasionalkan sehingga dapat dipahami dan ditentukan data yang akan dipakai sebagai alat ukur penelitian.

**Tabel 3.2 Operasional Variabel**

Variabel	Sub Variabel	Indikator	Butir Pertanyaan	Skala	Item
<b>Produk Wisata</b> merupakan “kesatuan antara komponen-komponen nyata dan	Atraksi Wisata ( <i>Attraction</i> )	Kemenarikan dan keragaman atraksi	Wahana atraksi wisata sangat menarik dan beragam	<b>Ordinal</b>	<b>X1.1</b>
		Kebergunaan atraksi terhadap wisatawan	Atraksi wisata yang ditawarkan dapat memenuhi		<b>X1.2</b>

<p><i>tidak nyata berdasarkan aktivitas yang dapat dilakukan pada destinasi tujuan wisata” Middleton(2001)</i></p>			keinginan dan kebutuhan pengunjung		
		Kondisi atraksi wisata yang ditawarkan	Wahana atraksi wisata sudah terawat dan aman digunakan pengunjung		<b>X1.3</b>
	Aksesibilitas <i>Accessibility</i>	Keterjangkauan lokasi	Daya tarik wisata mudah dijangkau oleh pengunjung		<b>X1.4</b>
		Kondisi aksesibilitas menuju daya tarik wisata	Kondisi jalan dan lalu lintas menuju daya tarik wisata sudah baik, tidak macet dan mudah dilalui kendaraan		<b>X1.5</b>
		Kemudahan akses informasi mengenai daya tarik wisata	Informasi mengenai daya tarik wisata dapat diakses dengan mudah melalui media <i>online</i>		<b>X1.6</b>
	Amenitas <i>(Amenity)</i>	Kondisi fasilitas yang diberikan	Fasilitas wisata yang disediakan dalam kondisi baik yang baik, terawat dan memadai		<b>X1.7</b>



		Kebergunaan fasilitas yang diberikan	Fasilitas wisata yang disediakan sudah memenuhi kebutuhan dan keinginan pengunjung serta dapat digunakan oleh semua pengunjung		<b>X1.8</b>
		Keragaman dan kelengkapan fasilitas yang disediakan	Fasilitas wisata yang disediakan sangat beragam dan lengkap		<b>X1.9</b>
<b>MenurutTj iptono (2008), Harga merupakan “satuan moneter atau ukuran lainnya (termasuk barang dan jasa lainnya) yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan</b>	Keterjangkau an Harga	Harga tiket terjangkau	Harga tiket yang ditawarkan cenderung murah dan terjangkau	<b>Ordinal</b>	<b>X2.1</b>
		Perbandingan harga tiket dengan daya tarik wisata lain	Harga tiket masuk maupun tiket wahana di <i>Dago Dreampark Bandung</i> lebih terjangkau dibandingkan daya tarik wisata lain yang serupa		<b>X2.2</b>
		Perbandingan harga tiket dibeli secara langsung	Pembelian tiket <i>Dago Drempark</i> secara <i>online</i> lebih terjangkau		<b>X2.3</b>

atau penggunaan suatu barang atau jasa”		dan tidak langsung	dibandingkan on site		
	Kesesuaian harga dengan kualitas	Harga sesuai dengan yang didapatkan	Harga tiket masuk ataupun tiket wahana yang ditawarkan sesuai dengan apa yang didapatkan pengunjung		<b>X2.4</b>
		Harga sesuai dengan pelayanan yang diberikan	Harga tiket yang ditawarkan sesuai dengan pelayanan yang diberikan selama berkunjung di <i>Dago dreampark</i>		<b>X2.5</b>
		Harga sesuai dengan pengalaman yang didapatkan	Pengalaman yang didapatkan sesuai dengan harga tiket atau biaya yang dikeluarkan		<b>X2.6</b>
	Kesesuaian harga dengan manfaat	Harga sesuai dengan kebermanfaatan yang didapat	Harga tiket yang ditawarkan sesuai dengan manfaat yang didapatkan		<b>X2.7</b>
		Harga memberikan manfaat jangka panjang (dapat	Harga tiket yang ditawarkan memberikan		<b>X2.8</b>

		pengakuan dari masyarakat, bergengsi, memiliki <i>prestige</i> tersendiri)	manfaat dalam jangka panjang		
		Harga sesuai dengan manfaat fisik dan mental yang didapatkan	Harga tiket yang ditawarkan sesuai dengan manfaat fisik dan mental yang didapatkan setelah berkunjung dari <i>Dago dreampark</i>		<b>X2.9</b>
	Harga sesuai kemampuan atau daya beli	Kemampuan membeli tiket	Harga tiket mampu untuk dibeli oleh pengunjung dari berbagai kalangan		<b>X2.10</b>
		Kemudahan melakukan pembelian tiket	Pembelian tiket masuk maupun wahana dapat dilakukan dengan mudah		<b>X2.11</b>
		Penawaran diskon atau potongan harga	<i>Dago Dreampark Bandung</i> sering menawarkan diskon atau potongan harga		<b>X2.12</b>

<p><b>Minat Berkunjung Kembali</b> merupakan “<i>bentuk perilaku (behavioral intention) atau keinginan pelanggan untuk datang kembali, memberi word of mouth yang positif serta persepsi pengunjung terhadap kualitas jasa yang baik sehingga dapat menimbulkan kedekatan perilaku.</i>” (Zeithaml et al, 2018)</p>	<p><i>Willingness to visit again</i></p>	<p>Bersedia berkunjung kembali dalam waktu dekat</p>	<p>Tingkat kesediaan untuk berkunjung kembali dalam waktu dekat</p>	<p><b>Ordinal</b></p>	<p><b>Y1.1</b></p>
		<p>Bersedia berkunjung kembali di masa depan</p>	<p>Tingkat kesediaan berkunjung kembali di masa yang akan datang</p>		<p><b>Y1.2</b></p>
		<p>Bersedia berkunjung kembali dengan orang terdekat</p>	<p>Tingkat kesediaan berkunjung kembali bersama teman, pasangan atau keluarga</p>		<p><b>Y1.3</b></p>
	<p><i>Willingness to invite</i></p>	<p>Bersedia mengajak orang terdekat</p>	<p>Tingkat kesediaan mengajak orang-orang terdekat untuk berkunjung ke <i>Dago dreampark</i></p>		<p><b>Y1.4</b></p>
		<p>Bersedia mengajak orang lain untuk berkunjung</p>	<p>Tingkat kesediaan mengajak orang lain ke <i>Dago Dreampark Bandung</i> melalui sosial media</p>		<p><b>Y1.5</b></p>
		<p>Bersedia mengajak rekan kerja berkunjung</p>	<p>Tingkat ketersediaan mengajak rekan kerja untuk</p>		<p><b>Y1.6</b></p>

			berkunjung ke <i>Dago Dreampark Bandung</i>		
	<i>Willingness to positive tale</i>	Bersedia menceritakan produk dan jasa	Bersedia untuk menceritakan produk atau jasa yang dikonsumsi kepada orang lain		<b>Y1.7</b>
		Bersedia memberikan komentar positif	Tingkat kesediaan memberikan komentar positif atau penilaian positif melalui <i>google review</i> ataupun media lainnya		<b>Y1.8</b>
		Bersedia menceritakan pengalaman positif	Tingkat kesediaan menceritakan pengalaman positif selama berkunjung di <i>Dago Dreampark Bandung</i> kepada orang lain		<b>Y1.9</b>
		Bersedia menjadikan <i>Dago Dreampark Bandung</i> sebagai prioritas	Tingkat kesediaan menjadikan <i>Dago Dreampark Bandung</i> menjadi prioritas dalam		<b>Y1.10</b>

		untuk kunjungan wisata	tujuan kunjungan wisata		
	<i>Willingness to place the visiting destination in priority</i>	Bersedia menjadikan <i>Dago Dreampark Bandung</i> sebagai daya tarik wisata prioritas untuk acara	Tingkat kesediaan menjadikan <i>Dago Dreampark Bandung</i> sebagai daya tarik wisata acara atau kegiatan yang diadakan organisasi/lembaga		<b>Y1.11</b>
		Bersedia menjadikan <i>Dago Dreampark Bandung</i> sebagai daya tarik wisata yang wajib dikunjungi	Tingkat kesediaan menjadikan <i>Dago Dreampark Bandung</i> sebagai daya tarik wisata yang wajib dikunjungi ketika berada di Bandung		<b>Y1.12</b>

Sumber : Diolah Peneliti, 2023

### 3.6.1 Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah alat penelitian yang berfungsi untuk mengukur fenomena alam dan social (Sugiyono, 2014). Hipotesis yang telah ditetapkan sebelumnya akan diuji menggunakan data yang telah dikumpulkan. Adapun teknik yang digunakan untuk mengumpulkan data tersebut adalah menyebarkan kuesioner. Dalam mengukur hasil tanggapan responden terhadap variabel penelitian digunakan skala ordinal. Menurut (Wiyono, 2011) skala ordinal

menunjukkan kedudukan atau derajat suatu bilangan. Dalam skala ini, responden dapat memilih untuk menunjukkan tanggapan yang diinginkan peneliti diantaranya sangat tidak setuju, tidak setuju, kurang setuju, setuju, atau sangat setuju. Tidak hanya itu, terdapat skala *likert* yang digunakan untuk memperoleh data mengenai bobot setiap jawaban yang diberikan oleh responden. Dimana penilaian jawaban responden didasarkan pada nilai tertinggi hingga terendah menggunakan keterangan sangat setuju hingga sangat tidak setuju.

1. Keterangan SS diartikan Sangat Setuju dengan skor : 5
2. Keterangan S diartikan Setuju dengan skor : 4
3. Keterangan KS diartikan Kurang Setuju dengan skor : 3
4. Keterangan TS diartikan Tidak Setuju dengan skor : 2
5. Keterangan STS diartikan Sangat Tidak Setuju dengan skor : 1

Kemudian, perolehan data dari hasil jawaban responden yang dilihat dari kuesioner akan diperiksa dan dikelompokkan sesuai dengan skor yang telah ditentukan oleh peneliti dan kemudian data tersebut akan diuji validitas dan uji reliabilitas.

### **3.7 Uji Instrumen Penelitian**

#### **3.7.1 Uji Validitas**

Uji validitas dilakukan untuk memastikan apakah kuesioner yang diberikan kepada responden benar. Penelitian dikatakan valid jika hasil penelitian tersebut memiliki kemiripan antara data yang dikumpulkan dengan fakta empiris yang ada di lapangan. Menurut (Sugiyono, 2014), instrumen yang valid menunjukkan bahwa alat ukur yang digunakan juga valid sehingga instrumen tersebut dapat mengukur apa yang seharusnya diukur. Tujuan dilakukannya uji validitas adalah untuk membuktikan jika item pertanyaan kuesioner penelitian tersebut memiliki informasi yang akurat dan tidak bias. Adapun jenis uji validitas yang dipakai dalam penelitian ini ialah validitas konstruk dengan cara mengkorelasikan skor tiap item pernyataan dengan skor total. Nilai total dapat diperoleh dari hasil penjumlahan seluruh poin item. Item pernyataan akan dikatakan valid jika skor item yang diperoleh dapat berkorelasi dengan skor total.

Berikut ini rumus yang diterapkan untuk memperoleh nilai validitas instrumen penelitian atau dikenal dengan rumus korelasi *product moment pearson* :

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

Keterangan :

Rxy = korelasi antara x dan y

Ri = nilai x ke-i

Yi = nilai y ke-i

N = banyaknya nilai

Peneliti menggunakan program IBM SPSS *Statistic 25 for Windows* untuk menguji validitas dari instrument penelitian dengan taraf signifikansi berikut :

1. Nilai r dibandingkan dengan r tabel dengan dk = n-2 dan taraf signifikansinya 5% ( $\alpha = 0,05$ )
2. Apabila r hitung > r tabel, maka item pernyataan kuesioner dinyatakan valid
3. Apabila r hitung < r tabel, maka item pernyataan kuesioner dinyatakan tidak valid
4. Adapun nilai r table dalam penelitian ini sebesar 0,361 sesuai dengan jumlah angket yang diuji kepada 30 responden dengan tingkat signifikansi 5%.

Pengujian validitas instrument penelitian ini dilakukan kepada 30 responden dengan tingkat signifikansi sebesar 5% ( $\alpha = 0,05$ ) untuk uji dua arah maka diperoleh derajat kebebasan (dk) = n-2 ; (30-2 = 28) dengan nilai r tabel sebesar 0,361. Berikut disajikan hasil uji validitas sesuai dengan perhitungan menggunakan IBM SPSS *Statistic 25 for Windows*.



**Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas pada Variabel Produk Wisata (X1)**

No.	Indikator Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
1.	Kemenarikan dan keragaman atraksi	0.825	0.361	Valid
2.	Kebergunaan atraksi terhadap wisatawan	0.844	0.361	Valid
3.	Kondisi atraksi wisata yang ditawarkan	0.516	0.361	Valid
4.	Keterjangkauan lokasi	0.844	0.361	Valid
5.	Kondisi aksesibilitas menuju daya tarik wisata	0.585	0.361	Valid
6.	Kemudahan akses informasi mengenai daya tarik wisata	0.856	0.361	Valid
7.	Kondisi fasilitas yang diberikan	0.877	0.361	Valid
8.	Kebergunaan fasilitas yang diberikan	0.838	0.361	Valid
9.	Keragaman dan kelengkapan fasilitas yang disediakan	0.893	0.361	Valid

Sumber : Diolah Peneliti, 2023

Berdasarkan 3.4 diatas dapat dilihat bahwa hasil nilai r hitung > nilai r tabel (0,361) menunjukkan bahwa item pernyataan variabel produk wisata sudah valid. Adapun nilai r hitung paling tinggi variabel produk wisata terdapat pada item keragaman dan kelengkapan fasilitas yang disediakan. Sedangkan nilai terendah terdapat pada item kondisi atraksi wisata yang ditawarkan.

**Tabel 3.4 Hasil Uji Validitas pada Variabel Harga (X2)**

No.	Indikator Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
1.	Harga tiket terjangkau	0.853	0.361	Valid
2.	Perbandingan harga tiket dengan daya tarik wisata lain	0.903	0.361	Valid
3.	Perbandingan harga tiket dibeli secara langsung dan tidak langsung	0.864	0.361	Valid
4.	Harga sesuai dengan yang didapatkan	0.928	0.361	Valid

Elma Juliana Napitupulu, 2023

**PENGARUH PRODUK WISATA DAN HARGA TERHADAP MINAT BERKUNJUNG KEMBALI DI DAGO DREAMPARK BANDUNG**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

5.	Harga sesuai dengan pelayanan yang diberikan	0.926	0.361	Valid
6.	Harga sesuai dengan pengalaman yang didapatkan	0.954	0.361	Valid
7.	Harga sesuai dengan kebermanfaatan yang didapat	0.945	0.361	Valid
8.	Harga memberikan manfaat jangka panjang (dapat pengakuan dari masyarakat, bergengsi, memiliki <i>prestige</i> tersendiri)	0.898	0.361	Valid
9.	Harga sesuai dengan manfaat fisik dan mental yang didapatkan	0.881	0.361	Valid
10.	Kemampuan membeli tiket	0.844	0.361	Valid
11.	Kemudahan melakukan pembelian tiket	0.760	0.361	Valid
12.	Penawaran diskon atau potongan harga	0.873	0.361	Valid

Sumber : Diolah Peneliti, 2023

Selanjutnya pada tabel 3.5 diatas menunjukkan keseluruhan item pernyataan variabel harga sudah valid dikarenakan  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel (0,361). Adapun item pernyataan variabel X2 dengan nilai  $r$  hitung tertinggi adalah item harga sesuai dengan pengalaman yang didapatkan sebesar 0,954. Kemudian nilai  $r$  hitung paling rendah adalah item kemudahan melakukan pembelian tiket.

**Tabel 3.5 Hasil Uji Validitas pada Variabel Minat Berkunjung Kembali (Y1)**

No.	Indikator Pernyataan	$r$ hitung	$r$ tabel	Keterangan
1.	Bersedia berkunjung kembali dalam waktu dekat	0.903	0.361	Valid
2.	Bersedia berkunjung kembali di masa depan	0.932	0.361	Valid
3.	Bersedia berkunjung kembali dengan orang terdekat	0.908	0.361	Valid
4.	Bersedia mengajak orang terdekat	0.890	0.361	Valid
5.	Bersedia mengajak orang lain untuk berkunjung	0.881	0.361	Valid
6.	Bersedia mengajak rekan kerja berkunjung	0.808	0.361	Valid

7.	Bersedia menceritakan produk dan jasa	0.896	0.361	Valid
8.	Bersedia memberikan komentar positif	0.818	0.361	Valid
9.	Bersedia menceritakan pengalaman positif	0.709	0.361	Valid
10.	Bersedia menjadikan <i>Dago Dreampark Bandung</i> sebagai prioritas untuk kunjungan wisata	0.851	0.361	Valid
11.	Bersedia menjadikan <i>Dago Dreampark Bandung</i> sebagai daya tarik wisata prioritas untuk acara	0.934	0.361	Valid
12.	Bersedia menjadikan <i>Dago Dreampark Bandung</i> sebagai daya tarik wisata yang wajib dikunjungi	0.921	0.361	Valid

Sumber : Diolah Peneliti, 2023

Dapat dilihat pada tabel 3.6 diatas menunjukkan bahwa hasil uji setiap item pernyataan bernilai valid sebab nilai  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel (0,361). Adapun nilai  $r$  hitung tertinggi terdapat pada item bersedia menjadikan *Dago Dreampark Bandung* sebagai daya tarik wisata prioritas untuk acara. Kemudian item pernyataan dengan perolehan nilai  $r$  hitung paling rendah adalah bersedia menceritakan pengalaman positif.

### 3.7.2 Uji Reliabilitas

Tahapan selanjutnya setelah mengetahui bahwa kuesioner penelitian sudah valid adalah melakukan uji reliabilitas. (Amanda, Yanuar, & Devianto, 2019) uji reliabilitas merupakan uji dengan tujuan untuk membuktikan seberapa jauh hasil pengukuran dapat dipercaya. Pengujian reliabilitas dilakukan untuk mengetahui apakah alat akan konsisten jika dilakukan lebih dari dua kali atau berulang. Adapun uji yang akan digunakan adalah uji *Alfa Cronbach*. Sebuah instrumen penelitian dinyatakan mempunyai tingkat reliabilitas yang baik apabila koefisien Alpha Cronbach  $>$  0,70 dan rumus sebagai berikut:

$$r = \left[ \frac{k}{(k-1)} \right] \left[ 1 - \frac{\sum \alpha^2 b}{\sigma^2 t} \right]$$

Keterangan :

R = reliabilitas instrumen

K = jumlah item pertanyaan

$\sum \sigma^2 b$  = jumlah semua variabel

$\sum \sigma^2 b$  = varian total

**Tabel 3.6 Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel Penelitian	Item Kuesioner	Cronbach Alpha	Sig.	Hasil
Produk Wisata (X1)	9	0.925	0.70	Reliabel
Harga (X2)	12	0.975	0.70	Reliabel
Minat Berkunjung Kembali (Y1)	12	0.971	0.70	Reliabel

Sumber : Diolah Peneliti, 2023

### 3.8 Teknik Pengumpulan Data

Kualitas data penelitian dipengaruhi oleh dua komponen utama meliputi kualitas alat penelitian dan kualitas pengumpulan data. Kualitas alat penelitian dikaitkan dengan validitas dan reliabilitas, dan kualitas pengumpulan data dikaitkan dengan ketepatan teknik pengumpulan data yang digunakan. Tahapan pengumpulan data adalah tahap peneliti mendapatkan data yang dibutuhkan, untuk diolah dan dianalisis. Pada tahap awal, peneliti mendapatkan data dengan melakukan *review literature*, yaitu membaca berbagai artikel ilmiah dan jurnal yang berkaitan dengan topik yang akan diteliti. Selanjutnya, peneliti memilih sampel dan populasi yang sesuai dengan penelitian, yaitu wisatawan yang pernah mengunjungi *Dago Dreampark Bandung*. Setelah itu, peneliti melakukan observasi ke lokasi penelitian untuk menyebarkan kuesioner dan mendokumentasikan kegiatan tersebut. Semua ini dilakukan untuk menunjukkan bahwa penelitian ini telah dilakukan. Untuk lebih jelasnya terkait teknik pengumpulan data yang dipakai peneliti dapat dilihat pada penjelasan berikut:

### 3.8.1 Studi Kepustakaan

Bertujuan untuk memperoleh data yang dibutuhkan dengan cara mengkaji berbagai artikel penelitian, jurnal ilmiah, majalah, buku, dan informasi dokumentasi lain sesuai dengan topik permasalahan penelitian. Sumber data ini dapat dicari melalui sistem *online (internet)* dan juga *offline*.

### 3.8.2 Observasi

Menurut (Sugiyono, 2014) observasi merupakan teknik pengumpulan data dengan melakukan pengamatan terhadap perilaku manusia, proses kerja, fenomena alam, dan jumlah objek. Berdasarkan hal tersebut, peneliti mendatangi langsung *Dago Dreampark Bandung* untuk melihat reaksi dan perilaku wisatawan selama berkunjung. Tidak hanya itu, penulis juga melakukan pra penelitian dengan mewawancarai langsung pihak pengelola *Dago Dreampark Bandung* terkait permasalahan yang sudah ditinjau terlebih dahulu oleh penulis melalui *online review* pengunjung di Google Review terhadap *Dago Dreampark Bandung* dan juga beberapa artikel dan jurnal ilmiah sebagai dasar dilakukannya penelitian.

### 3.8.3 Kuesioner/ Angket

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data dengan menyediakan serangkaian pertanyaan atau pernyataan tertulis untuk ditanggapi oleh responden. Dalam penelitian ini, kuesioner akan disebarkan kepada responden dengan kategori sudah pernah berkunjung ke *Dago Dreampark Bandung* untuk menjawab beberapa pertanyaan atau pernyataan dalam kuesioner penelitian. Isi kuesioner ini terdiri dari pertanyaan tertutup terkait profil atau identitas pengunjung dan pertanyaan terkait atraksi wisata, harga tiket dan preferensi wisatawan kembali ke *Dago Dreampark Bandung* yang telah disusun dengan menyertakan pilihan jawaban berbentuk skala likert.

Selain itu, penyebaran kuesioner ini akan dilakukan melalui media *online* dan juga langsung turun ke lapangan. Adapun penyebaran kuesioner melalui media *online* dapat dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner yang berbentuk *google form* kepada orang lain melalui *direct message* instagram,

twitter, whatsapp, telegram dan facebook. Kuesioner yang dibagikan melalui instagram akan dilakukan dengan mengirimkan pesan secara personal (*direct message*) kepada responden yang sesuai kriteria dengan cara mencari *hashtag* wisatawan yang telah berkunjung, melihat *instagram story* wisatawan yang telah berkunjung yang diposting ulang oleh akun instagram resmi *Dago Dreampark Bandung* dan juga mengirimkan *direct message* kepada beberapa followers akun resmi *Dago Dreampark Bandung* yang sudah pernah berkunjung. Untuk penyebaran kuesioner secara langsung, peneliti berkunjung ke *Dago Dreampark Bandung* dan meminta pengunjung untuk bersedia mengisi kuesioner.

### **3.8.4 Dokumentasi**

Dokumentasi sebagai sebagai pelengkap dan pendukung sehingga dapat memperkuat data dalam menganalisis masalah yang diteliti. Pengumpulan data melalui dokumentasi dapat berupa memperoleh dokumen-dokumen yang dibutuhkan dan melakukan kajian melalui media gambar, peta dan dokumen lainnya.

## **3.9 Teknik Analisis Data**

(Sugiyono, 2014) menyatakan bahwa apabila keseluruhan data dari responden atau sumber lain telah terkumpul, maka dapat dilakukan analisis data yaitu mengelompokkan data sesuai variabel dan jenis responden, mentabulasi data, menampilkan data dari tiap variabel yang diteliti, menghitung data untuk menjawab rumusan masalah, dan menguji hipotesis. Adapun metode analisis data yang digunakan adalah deskriptif dan verifikatif

### **3.9.1 Analisis Data Deskriptif**

Penelitian ini menggunakan analisis data deskriptif untuk memberikan gambaran tentang masalah yang dihadapi atau variabel dalam penelitian ini. Statistik deskriptif bisa dipakai untuk menganalisis data ketika peneliti hanya akan menggambarkan data sampel tanpa menarik kesimpulan yang relevan untuk populasi tempat sampel diambil (Sugiyono, 2014).

Analisis statistik deskriptif menggambarkan tentang karakteristik responden dan juga tanggapan responden terhadap masing-masing variabel yang diteliti. Oleh karena itu, tujuan analisis deskriptif dilakukan untuk mengetahui reaksi responden terhadap tiga variabel yang diteliti: produk wisata, harga, dan minat berkunjung kembali. Dikarenakan tanggapan responden masih berbentuk skala likert, maka harus diubah terlebih dahulu menjadi skala interval. Untuk menganalisis setiap pertanyaan atau indikator, maka perlu menghitung frekuensi jawaban dari setiap kategori (pilihan jawaban) dan dijumlahkan. Adapun rumus yang digunakan untuk menghitung frekuensi sebagai berikut:

$$\% \text{ Total Skor} = \frac{\text{Skor Aktual}}{\text{Skor Ideal}} \times 100\%$$

Kemudian apabila sudah diperoleh jumlah nilai tiap indikator, maka peneliti akan membuat garis kontinum pada bagian rekapitulasi. Sedangkan untuk mengkategorikan nilai tiap indikator sesuai dengan tabel di bawah ini.

**Tabel 3.7 Penafsiran Hasil Penilaian dan Tanggapan Responden**

No.	Kriteria	Keterangan
1.	20,00% - 36,00%	Sangat Tidak Baik
2.	36,01% - 52,00%	Tidak Baik
3.	52,01% - 68,00%	Kurang Baik
4.	68,01% - 84,00%	Baik
5.	84,01% - 100%	Sangat Baik

Sumber : Sugiyono, 2018

Garis kontinum bertujuan untuk menguraikan, memperkirakan, serta membuktikan tingkat kekuatan variabel penelitian dan kemudian ditaruh dalam interval. Garis kontinum dapat dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{Jarak Interval} = \frac{\text{nilai tertinggi} - \text{nilai terendah}}{\text{jumlah pilihan pernyataan}}$$

Selanjutnya, dari hasil tersebut akan menetapkan kategori nilai yang didapat, apakah termasuk dalam kategori sangat rendah, rendah, cukup tinggi, tinggi atau sangat tinggi.

### 3.9.2 Analisis Verifikatif

Analisis verifikatif adalah jenis analisis yang bertujuan untuk memeriksa hipotesis yang telah dibuat sebelumnya oleh peneliti dengan menggunakan perhitungan statistik. Analisis verifikatif dilakukan untuk mengetahui bagaimana variabel independen dan variabel dependen berhubungan satu sama lain. Menurut (Sugiyono, 2013) metode verifikatif adalah teknik penelitian yang digunakan untuk menguji hipotesis hasil penelitian deskriptif dan untuk membuktikan validitasnya. Penelitian ini menggunakan regresi linier berganda sebagai analisis verifikatif. Jika skala liketr digunakan untuk mengumpulkan data responden, maka hasilnya adalah data ordinal. Sebaliknya, data interval diperlukan untuk analisis regresi. Oleh karena itu, sebelum menentukan nilai setiap skor ordinal, data ordinal harus diubah menjadi data interval. Data ordinal yang didapatkan dikonversi menjadi data interval menggunakan alat yang disebut dengan *Method Success Interval (MSI)*.

#### 3.9.2.1 Method Success Interval (MSI)

Untuk melakukan konversi nilai ordinal menjadi interval terdapat beberapa cara berikut :

1. Menghitung frekuensi (f) dari setiap pilihan jawaban dengan mengacu pada hasil jawaban responden untuk setiap pertanyaan.
2. Untuk setiap pertanyaan, proporsi ( $\rho$ ) dari setiap pilihan jawaban dihitung dengan membagi frekuensi dengan jumlah responden.
3. Dari proporsi ini, proporsi kumulatif dihitung.
4. Tentukan nilai Z atau tabel normal untuk setiap pilihan jawaban.



5. Menentukan nilai interval rata-rata (*scale value*) untuk setiap jawaban dapat dilakukan melalui rumus berikut:

$$\text{Scale} = \frac{(\text{Density at lower limit}) - (\text{Density at upper limit})}{(\text{Area below upper limit}) - (\text{Area below lower limit})}$$

6. Menghitung nilai hasil transformasi setiap pilihan jawaban melalui rumusan persamaan berikut

$$\text{Nilai hasil transformasi : score} = \text{scale value minimum} + 1$$

Data penelitian yang telah berskala interval kemudian akan ditentukan pasangan data variabel bebas dan terikat serta akan ditentukan persamaan yang berlaku untuk pasangan variabel tersebut.

### 3.9.2.2 Analisis Regresi Linear Berganda

Menurut (Ghozali, 2018) regresi linier berganda adalah model regresi yang melibatkan lebih dari satu variabel bebas yang bertujuan untuk menentukan arah dan ukuran pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Persamaan regresi linier berganda dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3$$

Keterangan :

Y = Subyek dalam variabel terikat (minat berkunjung kembali)

a = Konstanta

b = Koefisien regresi yang menunjukkan angka peningkatan ataupun penurunan variabel terikat yang didasarkan pada variabel bebas. Jika b (+) maka terjadi kenaikan, jika b (-) maka terjadi penurunan.

X = Subjek pada variabel bebas yang memiliki nilai tertentu

Dalam analisis regresi linier berganda, terdapat larangan asumsi-asumsi maka perlu diketahui mengenai larangan tersebut, dengan cara dilakukan uji asumsi klasik. Uji asumsi klasik yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas.

### 3.9.2.3 Uji Asumsi Normalitas

Menurut (Ghozali, Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19, 2011) uji normalitas dilakukan untuk mengevaluasi asumsi dasar analisis regresi berganda bahwa variabel bebas dan terikat harus memiliki distribusi normal atau mendekati normal. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa model regresi yang baik memiliki distribusi data yang normal atau mendekati normal. Normalitas adalah syarat pertama untuk melakukan analisis regresi berganda. Analisis grafik dan pengujian statistik adalah dua metode untuk mengetahui apakah residual berdistribusi normal (Ghozali, 2009). Pada penelitian ini menggunakan uji statistik yaitu uji statistik *Kolmogorov-Smirnov* (K-S). Data dinyatakan normal apabila signifikansinya  $>0,05$ , sementara jika nilai signifikansinya  $<0,05$  maka data residual berdistribusi tidak normal.

### 3.9.2.4 Uji Multikolinieritas

Tujuan dari melakukan uji ini adalah untuk mengetahui apakah ada hubungan yang kuat antara variabel independen dalam model regresi linier berganda. Hubungan antara variabel independen dan dependen akan terganggu jika ada korelasi yang kuat. Model regresi yang baik adalah tidak ditemukan korelasi antara variabel independen. Jika tidak ada korelasi antara variabel independen, maka variabel independent tersebut dianggap ortogonal. Orthogonal berarti bahwa variabel independen memiliki korelasi nol antara variabel independen. Untuk melakukan uji multikolinieritas dapat dilihat nilai *VIF* (*Variance Inflation Factors*) dan nilai *tolerance* serta menganalisis matrix korelasi variabel-variabel bebas. Nilai VIF yang tinggi sebanding dengan toleransi yang rendah (karena  $VIF=1/Tolerance$ ). Pengambilan keputusan dengan melihat nilai *tolerance*:

1. Jika nilai *tolerance*  $\geq 0,10$ , maka tidak terjadi multikolinieritas
2. Jika nilai *tolerance*  $\leq 0,10$ , maka terjadi multikolinieritas

Dengan melihat nilai *VIF* (*Variance Inflation Factor*):

1. Jika nilai VIF  $\leq 10,00$ , maka tidak terjadi multikolinieritas
2. Jika nilai VIF  $\geq 10,00$ , maka terjadi multikolinieritas  $\geq 10,00$

### 3.9.2.5 Uji Heteroskedastisitas

Menurut (Ghozali, 2018), uji heteroskedastisitas digunakan untuk menentukan apakah ada perbedaan varians dalam model regresi antara pengamatan satu dengan pengamatan lainnya. Jika variasi residual dari satu pengamatan ke pengamatan lain tidak berubah, maka disebut homoskedastisitas dan jika variasi berubah, maka disebut heterokedastisitas. Uji Glejser adalah uji heteroskedastisitas yang digunakan untuk mengetahui apakah metode regresi menunjukkan ketidaksamaan dalam variansi residual antara pengamatan satu dengan pengamatan lainnya. Dasar pengambilan keputusan uji *heteroskedastisitas* adalah :

1. Jika nilai  $t$  hitung  $< t$  tabel dan nilai signifikansi  $> 0,05$  maka tidak terjadi *heteroskedastisitas*
2. Jika nilai  $t$  hitung  $> t$  tabel dan nilai signifikansi  $< 0,05$  maka terjadi *heteroskedastisitas*

### 3.10 Uji Hipotesis Penelitian

Uji hipotesis dilakukan untuk mengetahui apakah hasil sampel berlaku untuk populasi (dapat digeneralisasikan). Perhitungan statistik dikatakan signifikan secara statistik jika nilai uji statistik terletak pada daerah kritis (daerah dimana  $H_0$  ditolak). Sebaliknya dikatakan tidak signifikan jika nilai uji statistik terletak pada daerah dimana  $H_0$  diterima.

#### 3.10.1 Uji Simultan (Uji Statistik F)

Uji simultan dilakukan untuk mengetahui apakah semua variabel bebas yaitu Produk Wisata ( $X_1$ ) dan Harga ( $X_2$ ) mempengaruhi variabel terikat, Minat Berkunjung Kembali ( $Y$ ) secara bersamaan. Uji F juga dilakukan untuk mengetahui pengaruh keseluruhan dari semua variabel bebas terhadap variabel terikat. Ketentuan uji F adalah sebagai berikut:

1.  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak, bila  $F_{hitung} > F_{tabel}$  atau nilai sig  $< 0,05$ .
2.  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, bila  $F_{hitung} < F_{tabel}$  atau nilai sig  $> 0,05$

### 3.10.2 Uji Parsial (Uji Statistik T)

Uji parsial bertujuan untuk menentukan apakah variabel bebas memiliki pengaruh signifikan secara parsial pada variabel terikat. Tingkat signifikansi yang digunakan adalah 0,05. Nilai signifikan di bawah 0,05 menunjukkan penerimaan hipotesis alternatif ( $H_a$ ), yang mengatakan bahwa variabel dependen secara parsial dipengaruhi oleh variabel bebas. Pada dasarnya, uji statistik T menunjukkan pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Penerimaan atau penolakan hipotesis dilakukan dengan kriteria sebagai berikut:

1. Hipotesis akan ditolak atau koefisien regresi tidak signifikan, jika nilai signifikan  $> 0,05$  dan  $T_{hitung} < T_{tabel}$ . Artinya, secara parsial variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
2. Hipotesis diterima atau koefisien regresi signifikan, jika nilai signifikan  $< 0,05$  dan  $T_{hitung} > T_{tabel}$ . Artinya, secara parsial variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen

### 3.10.3 Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Uji determinasi ( $R^2$ ) bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel independen. Nilai  $R^2$  dapat diukur dengan nilai *R-Square* atau *Adjusted R-Square*.

1. *R-Square* digunakan untuk menentukan tingkat keberhasilan model regresi dalam memprediksi nilai variabel terikat. Nilai ini berada di antara angka 0-1 dan dianggap baik ketika nilai kuadrat R mendekati 1..
2. *Adjusted R-Square* bertujuan untuk menghitung tingkat keyakinan penambahan variabel independen yang tepat dalam menambah daya prediksi model. Nilai *Adjusted R-Square* tidak pernah melebihi nilai *R-Square*, bahkan jika ada penambahan variabel independen yang tidak diperlukan untuk menambah daya prediksi model dapat menurunkan nilai *Adjusted R-Square*

Adapun rumus yang digunakan untuk menghitung koefisien determinasi ( $R^2$ ):

$$R^2 = r^2 \times 100\%$$

Keterangan :

$R^2$  = koefisien determinasi

$r$  = koefisien korelasi

**Tabel 3.8 Pedoman untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi**

<b>Interval Koefisien</b>	<b>Tingkat Pengaruh</b>
0% - 19,99%	Sangat lemah
20% - 39,99%	Lemah
40% - 59,99%	Sedang
60% - 79,99%	Kuat
80% - 100%	Sangat Kuat

Sumber : Sugiyono, 2012