

## **BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN**

### **3.1 Objek Penelitian**

Penelitian ini menggunakan pendekatan ilmu manajemen pemasaran. Adapun objek Penelitian terdiri dari dua variabel yaitu variabel X, dan variabel Y. Menurut Kerlinger yang dikutip oleh Sugiyono (2008:58), "Variabel adalah konstruk atau sifat yang akan dipelajari". Menurut Uma Sekaran (2006:115) "Variabel adalah apa pun yang dapat membedakan atau membawa variasi pada nilai".

Menurut Sugiyono (2010:59), variabel *independent* atau variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab berubahnya atau timbulnya variabel *dependent* (terikat). Variabel *independent* (bebas) adalah *Destination Branding* (X) yang memiliki tiga dimensi yaitu *Culture* (X1), *History* (X2) dan *Nature* (X3). Sedangkan menurut Uma Sekaran (2008:116), variabel terikat merupakan variabel utama yang menjadi faktor yang berlaku dalam investigasi, analisis ini untuk menemukan jawaban atau solusi atau masalah. Variabel *dependent* (terikat) yaitu keputusan berkunjung wisatawan yang memiliki lima indikator yang terdiri dari, pemilihan produk, pemilihan merek, pemilihan saluran, waktu pembelian, dan jumlah pembelian.

Penelitian ini dilakukan di Kabupaten Garut dengan unit analisis adalah wisatawan yang memutuskan untuk berkunjung ke Kabupaten Garut. Berdasarkan objek penelitian tersebut, dianalisa mengenai pengaruh *Destination Branding* terhadap keputusan berkunjung wisatawan di Kabupaten Garut.

## 3.2 Metodologi Penelitian

### 3.2.1 Jenis Penelitian dan Metode Yang Digunakan

Di dalam penelitian ini digunakan jenis penelitian *deskriptif* dan *verifikatif*. Menurut Donald R. Cooper dan Pamela S. Schindler (2008 : 159) menjelaskan "Jika suatu riset berkaitan dengan menemukan siapa, apa, dimana, kapan dan berapa banyak, maka studinya adalah *deskriptif*". Hal serupa dikemukakan oleh Iraver Iravens dalam Husein Umar (2008: 21) bahwa "Penelitian dengan menggunakan metode *deskriptif* adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri baik satu variabel atau lebih (*independent*) tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan dengan variabel lain".

Penelitian *deskriptif* di dalam penelitian ini bertujuan untuk memperoleh gambaran mengenai *destination branding* dan gambaran mengenai keputusan berkunjung wisatawan dalam suatu destinasi.

Penelitian *verifikatif* pada dasarnya ingin menguji kebenaran dari suatu hipotesis yang dilaksanakan melalui pengumpulan data lapangan. Melalui penelitian *verifikatif* data-data dikumpulkan dari sumber data primer dan sekunder. Data primer diperoleh dengan menyebar kuesioner kepada sampel responden untuk memperoleh fakta yang relevan. Dalam penelitian ini di uji mengenai Pengaruh *Destination Branding* Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan di Kabupaten Garut.

Dalam suatu penelitian diperlukan suatu metode untuk mempermudah penulis dalam membuat suatu kesimpulan. Berdasarkan jenis penelitian ini adalah *deskriptif* dan *verifikatif* yang dilaksanakan melalui pengumpulan data di

lapangan, maka metode penelitian yang digunakan adalah metode *deskriptif survey* dan metode *explanatory survey*.

Menurut Kerlinger, yang dikutip oleh Sugiyono (2010: 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.

Metode *explanatory survey* menurut Sugiyono (2010:7) adalah metode penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil, tetapi data yang dipelajari adalah data dari sampel yang diambil dari populasi tersebut. Sehingga ditemukan kejadian-kejadian relatif, distribusi dan hubungan-hubungan antar variabel sosiologis maupun psikologis.

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 waktu” (Cooper dan Schindler, 2006:160).

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 waktu” (Donald R. Cooper dan Pamela S. Schindler, 2008:160).

### 3.2.2 Operasionalisasi Variabel

Variabel yang diteliti dalam penelitian ini dioperasionalkan dalam dua variabel utama yaitu Variabel *independen* (bebas) adalah *Destination Branding* yang terdiri dari *Culture*, *History*, dan *Culture*. Sedangkan variabel *dependent* (terikat) yaitu keputusan berkunjung wisatawan pemilihan produk, pemilihan merek, pemilihan saluran, waktu pembelian, dan jumlah pembelian. Secara lebih rinci operasionalisasi variabel dalam penelitian ini disajikan dalam Tabel 3.1 sebagai berikut.

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

Variabel	Sub Variabel	Konsep Variabel dan Sub Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
<b>Destination Branding (X)</b>	<i>Destination Branding is constructs of culture, history, and nature can be effectively incorporated in tourist destination branding process and help to create and market the unique image of a destination on the marketplace. In its turn, a strong and distinctive destination brand positively affects an inflow of tourists, contributing to the overall wealth of the region. (Iliachenko, 2005:5)</i>					
	Culture	Daya tarik wisata yang menampilkan atraksi wisata berupa pengetahuan, kepercayaan, kesenian, moral, hokum, adat istiadat dan lainnya. (Iliachenko, 2005:5)	• Keunikan budaya Kabupaten Garut	• Tingkat keunikan budaya Kabupaten Garut	ordinal scale	B.1.1
			• Kemerarikan budaya Kabupaten Garut	• Tingkat kemerarikan budaya Kabupaten garut		B.1.2
			• Keunikan Bangunan budaya Kabupaten Garut.	• Tingkat kemerarikan unikan bangunan budaya Kabupaten Garut.		B.1.3
• Keunikan batik khas Kabupaten Garut.	• Tingkat keunikan batik khas Kabupaten Garut.	B.1.4				

Variabel	Sub Variabel	Konsep Variabel dan Sub Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
			<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kekhasan makanan tradisional Kabupaten Garut.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tingkat kekhasan makanan tradisional Kabupaten Garut.</li> </ul>	<i>ordinal scale</i>	B.1.5
			<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kemenarikan Kesenian budaya Kabupaten Garut.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tingkat kemenarikan Kesenian Budaya Kabupaten Garut.</li> </ul>		B.1.6
			<ul style="list-style-type: none"> <li>• Keragaman Kesenian budaya Kabupaten Garut.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tingkat keragaman kesenian budaya Kabupaten Garut.</li> </ul>		B.1.7
			<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kesesuaian tagline "Ayo Wisata Jelajahi Kabupaten Garut" dengan wisata budaya Kabupaten Garut.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tingkat Kesesuaian tagline "Ayo Wisata Jelajahi Kabupaten Garut" dengan wisata budaya Kabupaten Garut.</li> </ul>		B.1.8
	<b>History</b>	<p>Wisata sejarah merupakan daya tarik wisata yang menampilkan replika yang benar-benar terjadi pada masa lampau atau asal usul (keturunan) atau silsilah lampau</p> <p>Iliachenko (2005:5)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Keunikan sejarah Kabupaten Garut</li> <li>• Kemenarikan sejarah Kabupaten Garut</li> <li>• Kemenarikan Legenda lokal</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tingkat keunikan sejarah Kabupaten Garut.</li> <li>• Tingkat kemenarikan sejarah di Kabupaten Garut.</li> <li>• Kemenarikan Legenda lokal Kabupaten</li> </ul>	<i>ordinal scale</i>	B.2.1
						B.2.2
						B.2.3

Variabel	Sub Variabel	Konsep Variabel dan Sub Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
			Kabupaten Garut. <ul style="list-style-type: none"> <li>• Kesesuaian tagline “Ayo Wisata Jelajahi Kabupaten Garut” dengan wisata sejarah Kabupaten Garut.</li> </ul>	Garut. <ul style="list-style-type: none"> <li>• Tingkat Kesesuaian tagline “Ayo Wisata Jelajahi Kabupaten Garut” dengan wisata sejarah Kabupaten Garut.</li> </ul>	<i>ordinal scale</i>	B.2.4

Variabel	Sub Variabel	Konsep Variabel dan Sub Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
	Nature	Wisata alam merupakan daya tarik wisata yang menampilkan keindahan alam.  Iliachenko (2005:5)	<ul style="list-style-type: none"> <li>Keunikan daya tarik alam Kabupaten Garut.</li> <li>Kemenarikan alam Kabupaten Garut.</li> <li>Kesesuaian iklim sebagai penunjang pariwisata di Kabupaten Garut.</li> <li>Kesesuaian tagline "Ayo Wisata Jelajahi Kabupaten Garut" dengan wisata alam Kabupaten Garut.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Tingkat keunikan daya tarik alam Kabupaten Garut.</li> <li>Tingkat kemenarikan alam Kabupaten Garut</li> <li>Tingkat kesesuaian iklim sebagai penunjang pariwisata di Kabupaten Garut.</li> <li>Tingkat Kesesuaian tagline "Ayo Wisata Jelajahi Kabupaten Garut" dengan wisata alam Kabupaten Garut.</li> </ul>	<p><i>ordinal scale</i></p> <p><i>ordinal scale</i></p> <p><i>ordinal scale</i></p> <p><i>ordinal scale</i></p>	<p>B.3.1</p> <p>B.3.2</p> <p>B.3.3</p> <p>B.3.4</p> <p>B.3.5</p> <p>B.3.6</p>
<b>Keputusan Berkunjung (Y)</b>	Suatu tahap dalam proses pengambilan keputusan yang memerlukan suatu upaya dari perusahaan agar produknya dapat sampai ke tangan tamu, mengubah perilaku tamu dari rasa ingin tahu mengenai produk yang ditawarkan perusahaan menjadi rasa tertarik, bahkan dari rasa tertarik tersebut meningkat sampai pada adanya keinginan untuk memiliki produk sehingga tamu tersebut akan mengambil keputusan menginap terhadap produk yang ditawarkan oleh perusahaan. (Kotler dan Armstrong (2009:240)).					
			<b>Pemilihan Produk</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Tingkat keberagaman atraksi wisata di Kabupaten Garut.</li> </ul>		C.1.1

Variabel	Sub Variabel	Konsep Variabel dan Sub Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
				<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tingkat keunggulan atraksi wisata di Kabupaten Garut.</li> </ul>	<i>ordinal scale</i>	C.1.2
				<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tingkat kepopuleran Kabupaten Garut sebagai tempat destinasi pariwisata.</li> </ul>		C.1.3
				<ul style="list-style-type: none"> <li>• Daya tarik atraksi wisata di Kabupaten Garut.</li> </ul>	<i>ordinal scale</i>	C.1.4
			<b>Pemilihan Merek</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tingkat pemilihan atraksi wisata di Kabupaten Garut berdasarkan kesan baik.</li> </ul>	<i>ordinal scale</i>	C.2.1
				<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tingkat pengelolaan atraksi wisata di Garut.</li> </ul>		C.2.2
				<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tingkat kemenarikan nama atraksi wisata di Kabupaten Garut.</li> </ul>		C.2.3
				<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tingkat kesesuaian harga dengan atraksi wisata yang tersedia di Kabupaten garut.</li> </ul>	<i>ordinal scale</i>	C.2.4



Variabel	Sub Variabel	Konsep Variabel dan Sub Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
			<b>Pemilihan Penyalur</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tingkat keputusan berkunjung ke Kabupaten Garut berdasarkan lokasi yang strategis.</li> <li>• Tingkat kemudahan akomodasi menuju atraksi wisata di Kabupaten Garut.</li> </ul>	<i>ordinal scale</i>	C.3.1  C.3.2
			<b>Waktu Pembelian</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tingkat pemilihan waktu kunjungan berdasarkan saat <i>weekday</i>.</li> <li>• Tingkat pemilihan waktu kunjungan berdasarkan saat <i>weekend</i></li> <li>• Tingkat pemilihan waktu kunjungan berdasarkan saat waktu libur.</li> <li>• Tingkat pemilihan waktu kunjungan berdasarkan pada saat waktu luang.</li> </ul>	<i>ordinal scale</i>  <i>ordinal scale</i>	C.4.1  C.4.2  C.4.3  C.4.4
			<b>Jumlah Pembelian</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tingkat pemilihan atraksi wisata</li> </ul>		C.5.1

Variabel	Sub Variabel	Konsep Variabel dan Sub Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
				dalam setiap kunjungan ke Kabupaten Garut. • Tingkat frekuensi berkuniumg ke Kabupaten Garut.	<i>ordinal scale</i>	C.5.2

Sumber : Diolah dari berbagai sumber literatur.

### 3.2.3 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 (2008: 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, *websites*, perpustakaan umum maupun lembaga pendidikan, membeli dari perusahaan-perusahaan yang memang mengkhususkan diri untuk menyajikan data sekunder. Donald R. Cooper dan Pamela S. Schindler (2008:163) menyatakan "Studi yang telah dibuat oleh orang lain untuk keperluan mereka sendiri dapat menjadi suatu data sekunder". Sumber data primer adalah pelaku yang terlibat langsung dengan karakter yang diteliti sedangkan sumber data sekunder adalah karakter hasil liputan lain. Uma Sekaran (2008:60) menyatakan bahwa data primer adalah responden individu, kelompok fokus, dan panel yang secara khusus ditentukan oleh peneliti dan di mana pendapat bisa dicari terkait persoalan tertentu dari waktu ke waktu, atau sumber umum seperti majalah atau buku tua. Internet juga dapat menjadi sumber data primer jika kuesioner disebarakan melalui internet. Untuk lebih jelasnya mengenai data dan sumber data yang dipergunakan dalam penelitian ini, maka penulis mengumpulkan dan menyajikannya dalam Tabel 3.2 berikut.

**TABEL 3.2**  
**JENIS DAN SUMBER DATA**

No	Jenis Data	Jenis Data	Sumber Data
1	Jumlah Kunjungan Wisatawan Di Indonesia 2006 – 2010	Sekunder	Ditjen Imigrasi dan Badan Pusat Statistik Indonesia 2010
2	Data Statistik Perkembangan Wisman dan Wisnus di Jawa Barat 2007-2009	Sekunder	DisbudparProvinsi Jawa Barat 2010
3	Data Kunjungan Wisatawan di	Sekunder	Disbudpar Kabupaten

No	Jenis Data	Jenis Data	Sumber Data
	Kabupaten Garut 2005-2010		Garut 2011
4	Jumlah Atraksi Wisata di Kabupaten Garut Tahun 2010	Sekunder	Disbudpar Kabupaten Garut 2011
5	Data Kunjungan Wisman dan Wisnus ke Atraksi Wisata di Kabupaten Garut Tahun 2010	Sekunder	Disbudpar Kabupaten Garut 2011
6	Tanggapan responden terhadap <i>Destination Branding</i> di Kabupaten Garut.	Primer	Pengunjung Kabupaten Garut.
7	Tanggapan responden terhadap keputusan berkunjung ke Kabupaten Garut.	Primer	Pengunjung Kabupaten Garut.

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2011

### 3.2.4. Populasi, Sampel dan Teknik *Sampling*

#### 3.2.4.1 Populasi

Populasi merupakan sekelompok orang, kejadian, atau segala sesuatu yang memiliki karakteristik tertentu yang ingin mempelajari sifat-sifatnya. Di dalam pengumpulan dan menganalisa suatu data, langkah pertama yang sangat penting adalah menentukan populasi terlebih dahulu. Menurut Sugiyono, (2010:80) "Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya". Uma Sekaran (2008:122) menyatakan "Populasi merupakan kumpulan semua elemen dalam populasi di mana sampel diambil".

Jadi populasi bukan hanya orang saja, tetapi juga benda-benda alam. Populasi juga bukan hanya jumlah yang ada pada objek atau subjek itu. Sehingga populasi terbagi dua, yaitu populasi dalam arti jumlah dan populasi dalam arti karakteristik. Seorang peneliti harus menentukan jelas mengenai populasi yang

menjadi sasaran penelitiannya yang disebut secara jelas dengan populasi sasaran (*target population*).

Berdasarkan definisi populasi di atas maka populasi pada penelitian ini adalah jumlah wisatawan khususnya wisatawan nusantara yang memutuskan untuk berkunjung ke Atraksi wisata unggulan di Kabupaten Garut selama tahun 2010 yang diperoleh dari Dinas Pariwisata Garut yaitu sebanyak 842.872

#### **3.2.4.2 Sampel**

Sugiyono (2010:81) mengemukakan pengertian sampel sebagai berikut "Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut". Sedangkan menurut Suharsimi Arikunto (2008:109) mendefinisikan sampel sebagai berikut "Sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti". Donald R. Cooper dan Pamela S. Schindler (2008:83) mendefinisikan "Sampel adalah bagian dari populasi target, yang dipilih secara cermat untuk mewakili populasi itu". Uma Sekaran (2008:122) menyatakan "Sampel adalah sebagian dari populasi yang terdiri atas sejumlah anggota yang dipilih dari populasi".

Dalam penelitian tidak mungkin semua populasi diteliti, hal ini disebabkan karena keterbatasan dana, tenaga, waktu, dan perijinan. Maka penelitian diperkenankan mengambil sebagian objek populasi yang telah ditentukan, dengan catatan bagian yang diambil tersebut mewakili bagian yang lain yang diteliti. Penulis tidak meneliti seluruh populasi akan tetapi diambil sampel yang representatif. Dalam penelitian ini penulis hanya mengambil populasi wisatawan

yang berkunjung ke wisata unggulan saja. Menurut Sugiono (2008:116) “Bila populasi besar dan peneliti tidak dapat mempelajari semua yang ada maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi tersebut”.

Menurut Husein Umar (2008:59), mengemukakan bahwa untuk menghitung besarnya ukuran sampel dapat dilakukan dengan menggunakan teknik slovin dengan rumus :

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

Keterangan : n = Ukuran sampel

N = Ukuran populasi

e = Presentase kelonggaran penelitian karena kesalahan penambilan sampel yang masih dapat ditolelir (e=0.1 atau 10%).

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

$$n = \frac{842.872}{1 + (842.872 (0.1)^2)}$$

$$n = 100$$

Berdasarkan hasil dari perhitungan diatas maka jumlah sampel minimal yang diteliti adalah berjumlah 100 responden.

### 3.2.4.3 Teknik Sampling

Teknik sampel merupakan suatu teknik pengambilan sampel yang akan digunakan dalam penelitian, untuk mendapatkan sampel representatif, maka harus diupayakan subjek dalam populasi memiliki peluang yang sama untuk menjadi sampel, sehingga peneliti menggunakan teknik *probability sampling* yang berarti teknik sampling memberi peluang yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi yang dipilih menjadi anggota sampel, khususnya *Systematic Random Sampling*. Dimana teknik ini melakukan pengambilan sampel secara acak sistematis menurut interval tertentu yang dari setiap elemen dalam populasi akan memiliki peluang yang sama untuk dijadikan sampel (Sugiono, 2010:81). Menurut Ulber Silalahi (2009:264) *Systematic Random Sampling* adalah teknik pemilihan sampel dari populasi yang dilakukan secara acak hanya untuk sampel yang pertama dari sejumlah sampel, sedangkan untuk sampel berikutnya dipilih secara sistematis. Maka dengan teknik tersebut peneliti melakukan survey yang dilakukan di empat atraksi wisata unggulan di Kabupaten Garut.

### 3.2.5 Teknik Pengumpulan Data

Sumber data yang diperoleh dalam penelitian ini dengan menggunakan teknik sebagai berikut :

1. Kuesioner atau angket, yaitu teknik pengumpulan data melalui penyebaran seperangkat daftar pertanyaan tertulis kepada responden yang menjadi sampel penelitian. Dalam penelitian ini kuesioner atau angket berlaku sebagai daftar primer. Angket yang digunakan dan disebarakan pada responden merupakan

- 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 dapat menghemat waktu.
2. Studi kepustakaan yaitu usaha untuk mengumpulkan informasi yang berhubungan dengan teori-teori dan juga gambaran umum mengenai produk yang ada kaitannya dengan masalah dan variabel yang diteliti.
  3. Observasi, yaitu mengadakan pengamatan terhadap objek penelitian dan data yang diperlukan dalam penelitian, yang diteliti adalah ada atau tidaknya pengaruh *Destination Branding* terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan di Kabupaten Garut serta untuk memperoleh informasi lain yang belum dapat diperkirakan sebelumnya.

### **3.2.6 Pengujian Validitas dan Reliabilitas**

Setelah data yang diperoleh dari responden melalui kuesioner terkumpul, yang selanjutnya adalah mengolah dan menafsirkan data sehingga dari hasil tersebut dapat dilihat apakah antara variabel *Destination Branding* (X) ada pengaruhnya atau tidak terhadap variabel keputusan berkunjung wisatawan (Y). Sebelum melakukan analisis data, dan juga untuk menguji layak atau tidaknya kuesioner yang dibagikan kepada responden, terlebih dahulu dilakukan Uji Validitas dan Uji Reliabilitas untuk melihat tingkat kebenaran serta kualitas data.



### 3.2.6.1 Pengujian Validitas Instrumen Penelitian

Di dalam penelitian, data mempunyai kedudukan paling tinggi karena data merupakan penggambaran variabel yang diteliti, dan fungsinya sebagai pembentukan hipotesis. Oleh karena itu benar tidaknya data sangat menentukan mutu hasil penelitian. Sedangkan benar tidaknya data tergantung dari baik tidaknya instrumen pengumpulan data. Instrumen yang baik harus memenuhi dua persyaratan penting yaitu *valid* dan *reliable*.

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan dan kesahihan suatu instrumen. Menurut Suharsimi Arikunto (2008:145) Suatu instrumen yang valid atau sahih mempunyai validitas yang tinggi. Sebaliknya instrumen yang kurang berarti memiliki validitas rendah.

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

Langkah-langkah yang dilakukan untuk menguji validitas (Umar, 2008: 110) adalah sebagai berikut:

1. Mendefinisikan secara operasional suatu yang konsep yang akan diukur.
2. Melakukan uji coba pengukur tersebut pada sejumlah responden.
3. Mempersiapkan tabel tabulasi jawaban.

4. Menghitung nilai korelasi antara data pada masing-masing pernyataan dengan skor total memakai rumus teknik korelasi *product moment*, yang rumusnya seperti berikut :

$$r_{xy} = \frac{n\Sigma XY - (\Sigma X)(\Sigma Y)}{\sqrt{\{n\Sigma X^2 - (\Sigma X)^2\}\{n\Sigma Y^2 - (\Sigma Y)^2\}}}$$

Arikunto (2008: 274)

dimana :  $r_{xy}$  = Indeks korelasi antara dua variabel yang dikorelasikan.

Keterangan :

$r_{xy}$  = koefisien korelasi *product moment*

$n$  = Jumlah sampel

$\Sigma$  = Kuadrat faktor variabel X

$\Sigma Y^2$  = Kuadrat faktor variabel Y

$\Sigma XY$  = Jumlah perkalian faktor korelasi variable X dan Y

Untuk mengadakan interpretasi mengenai besarnya koefisien korelasi menurut Arikunto (2008: 245) adalah sebagai berikut :

**TABEL 3.3**  
**INTERPRETASI BESARNYA KOEFISIEN KORELASI**

Besarnya Nilai	Interpretasi
Antara 0,700 sampai dengan 1,00	Sangat tinggi
Antara 0,600 sampai dengan 0,500	Tinggi
Antara 0,500 sampai dengan 0,400	Agak tinggi
Antara 0,400 sampai dengan 0,300	Sedang

Besarnya Nilai	Interpretasi
Antara 0,300 sampai dengan 0,200	Agak tidak tinggi
Antara 0,200 sampai dengan 0,100	Tidak tinggi
Antara 0,100 sampai dengan 0,000	Sangat tidak tinggi

Sumber : Arikunto (2008: 245)

Sedangkan pengujian keberartian koefisien korelasi (t) dilakukan dengan taraf signifikansi 10%. Rumus uji t yang digunakan sebagai berikut:

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

Keputusan pengujian validitas item instrumen, menggunakan taraf signifikansi adalah sebagai berikut:

1. Item pertanyaan yang diteliti dikatakan valid, jika  $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$
2. Item pertanyaan yang diteliti dikatakan tidak valid, jika  $r_{\text{hitung}} < r_{\text{tabel}}$
3. Berdasarkan jumlah angket yang diuji sebanyak 30 responden dengan tingkat signifikansi 5% dan derajat kebebasan (dk)  $n-2$  ( $30-2=28$ ), maka didapat nilai  $r_{\text{tabel}}$  sebesar 0.374.

Perhitungan validitas item instrumen dilakukan dengan bantuan program SPSS 18 *for windows*. Berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan SPSS 18 *for windows* diperoleh hasil pengujian validitas dari item pertanyaan yang diajukan peneliti. Berikut hasil pengolahan data yang menunjukkan bahwa item pertanyaan dalam kuesioner valid karena  $r_{\text{hitung}}$  lebih besar dibandingkan dengan  $r_{\text{tabel}}$  yang bernilai 0.374. Berikut uji validitas instrumen penelitian:

**TABEL 3.4**  
**HASIL UJI VALIDITAS INSTRUMEN PENELITIAN**

No. Item	Pertanyaan	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
<b><i>Destination Branding</i></b>				
<b><i>1. Culture</i></b>				
1	Keunikan budaya Kabupaten Garut	0.565	0.374	Valid
2	Kemenarikan budaya Kabupaten Garut	0.621	0.374	Valid
3	Keorisinalitasan budaya Kabupaten Garut	0.786	0.374	Valid
4	Keunikan Bangunan budaya Kabupaten Garut.	0.801	0.374	Valid
5	Keunikan batik Kabupaten Garut.	0.833	0.374	Valid
6	Kekhasan makanan tradisional Kabupaten Garut.	0.808	0.374	Valid
7	Kemenarikan Kesenian budaya Kabupaten Garut	0.764	0.374	Valid
8	Keragaman Kesenian budaya Kabupaten Garut.	0.782	0.374	Valid
9	Kesesuaian tagline "Ayo Wisata Jelajahi Kabupaten Garut" dengan wisata budaya Kabupaten Garut.	0.779	0.374	Valid
<b><i>2. History</i></b>				
1	Keunikan sejarah Kabupaten Garut	0.774	0.374	Valid
2	Kemenarikan sejarah Kabupaten Garut	0.863	0.374	Valid
3	Keorisinalitasan sejarah Kabupaten Garut.	0.816	0.374	Valid
4	Kemenarikan Legenda lokal Kabupaten Garut.	0.744	0.374	Valid
5	Kesesuaian tagline "Ayo Wisata Jelajahi Kabupaten Garut" dengan wisata sejarah Kabupaten Garut.	0.763	0.374	Valid
<b><i>3. Nature</i></b>				
1	Keunikan daya tarik alam Kabupaten Garut.	0.727	0.374	Valid
2	Kemenarikan alam Kabupaten Garut.	0.763	0.374	Valid

3	Keorisinalitasan alam Kabupaten Garut.	0.797	0.374	Valid
4	Kesesuaian iklim sebagai penunjang pariwisata di Kabupaten Garut.	0.728	0.374	Valid
5	Kesesuaian tagline "Ayo Wisata Jelajahi Kabupaten Garut" dengan wisata alam Kabupaten Garut.	0.774	0.374	Valid
<b>Keputusan Berkunjung</b>				
<b>1. Pemilihan Produk</b>				
1	Keberagaman Atraksi Wisata Di Kabupaten Garut.	0.763	0.374	Valid
2	Keunggulan Atraksi Wisata Di Kabupaten Garut	0.727	0.374	Valid
3	Kepopuleran Kabupaten Garut Sebagai Tempat Destinasi Pariwisata.	0.797	0.374	Valid
4	Daya Tarik Atraksi Wisata Di Kabupaten Garut.	0.728	0.374	Valid
<b>2. Pemilihan Merek</b>				
1	Kesan Baik Atraksi Wisata di Kabupaten Garut..	0.775	0.374	Valid
2	Pengelolaan Atraksi Wisata Di Garut	0.791	0.374	Valid
3	Kemenaikan Nama Atraksi Wisata Di Kabupaten Garut.	0.714	0.374	Valid
4	Kesesuaian Harga Dengan Atraksi Wisata Yang Tersedia Di Kabupaten Garut.	0.691	0.374	Valid
<b>3. Pemilihan Saluran</b>				
1	Keputusan Berkunjung Ke Kabupaten Garut Berdasarkan Lokasi Yang Strategis.	0.907	0.374	Valid
2	Kemudahan Akomodasi Menuju Atraksi Wisata Di Kabpaten Garut.	0.926	0.374	Valid
<b>4. Penentuan Waktu Berkunjung</b>				
1	Pemilihan Waktu Kunjungan Berdasarkan Saat <i>Weekday</i>	0.797	0.374	Valid
2	Pemilihan Waktu Kunjungan Berdasarkan Saat <i>Weekend</i>	0.797	0.374	Valid
3	Pemilihan Waktu Kunjungan	0.696	0.374	Valid

	Berdasarkan Saat Waktu Libur.			
4	Pemilihan Waktu Kunjungan Berdasarkan Pada Saat Waktu Luang.	0.743	0.374	Valid
<b>5. Jumlah Pembelian</b>				
1	Pemilihan Atraksi Wisata Dalam Setiap Kunjungan Ke Kabupaten Garut.	0.897	0.374	Valid
2	Frekuensi Berkunjung Ke Kabupaten Garut.	0.836	0.374	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data 2011

Berdasarkan hasil pengolahan data di atas pengukuran validitas untuk sub variabel *destination branding* menunjukkan bahwa item-item pertanyaan dalam kuesioner valid karena skor  $r_{hitung}$  lebih besar jika dibandingkan  $r_{tabel}$  yang bernilai 0.374. Pengukuran validitas *destination branding* terhadap sub variabel *culture* menunjukkan nilai tertinggi sebesar 0.833 pada item pertanyaan keunikan batik Kabupaten Garut, dan nilai terendah sebesar 0.600 pada item pertanyaan Keunikan budaya Kabupaten Garut. Pada *History* nilai tertinggi sebesar 0.863 pada item pertanyaan kemenarikan sejarah Kabupaten Garut, sedangkan nilai terendah terdapat pada item pertanyaan kemenarikan Legenda lokal Kabupaten Garut dengan nilai sebesar 0.744. Pada *Nature* nilai tertinggi dimiliki oleh item pertanyaan keorisinalitasan alam Kabupaten Garut dengan skor sebesar 0.797, sedangkan nilai terendah sebesar 0.727 pada item pertanyaan keunikan daya tarik alam Kabupaten Garut.

Berdasarkan hasil pengolahan data di atas, pengukuran validitas untuk variabel keputusan pembelian terhadap sub variabel pemilihan produk menunjukkan nilai tertinggi sebesar 0.797 pada item pertanyaan kepopuleran Kabupaten Garut sebagai tempat destinasi pariwisata, sedangkan nilai terendah

sebesar 0.728 pada item pertanyaan daya tarik atraksi wisata di Kabupaten Garut. Pada pemilihan merek item pertanyaan pengelolaan atraksi wisata di Kabupaten Garut memiliki nilai tertinggi sebesar 0.791, sedangkan item pertanyaan kesesuaian harga dengan atraksi wisata yang tersedia di kabupaten garut nilai terendah sebesar 0.691. Pada pemilihan saluran pembelian nilai tertinggi tertinggi sebesar 0.926 pada item pertanyaan kemudahan akomodasi menuju atraksi wisata di Kabupaten Garut, sedangkan nilai terendah sebesar 0.907 pada item pertanyaan keputusan berkunjung ke Kabupaten Garut berdasarkan tempat yang strategis. Pada penentuan waktu pembelian nilai tertinggi terdapat pada item pertanyaan pemilihan waktu kunjungan berdasarkan saat *weekend* dengan skor sebesar 0.797, sedangkan nilai terendah terdapat pada item pertanyaan pemilihan waktu kunjungan berdasarkan waktu libur dengan skor sebesar 0.696. Pada jumlah pembelian nilai tertinggi sebesar 0.897 pada item pertanyaan pemilihan atraksi wisata dalam setiap kunjungan ke kabupaten garut, sedangkan nilai terendah sebesar 0.836 pada item pertanyaan frekuensi berkunjung ke Kabupaten Garut.

#### **3.2.6.2 Pengujian Reliabilitas Instrumen Penelitian**

Pengujian Reliabilitas menunjukkan 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 dipercaya juga. Reliabel menurut Suharsimi arikunto (2008:153) artinya dapat dipercaya, jadi dapat diandalkan.

Reliabilitas adalah suatu nilai yang menunjukkan konsistensi suatu alat pengukur di dalam mengukur gejala yang sama.

Reliabilitas menunjuk 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 dipercaya juga. *Reliable* artinya dapat dipercaya, jadi dapat diandalkan.

Pada penelitian ini reliabilitas di cari dengan menggunakan rumus *alpha* atau *Cronbach's alpha* ( $\alpha$ ) dikarenakan instrumen pertanyaan kuesioner yang dipakai merupakan rentangan antara beberapa nilai dalam hal ini menggunakan skala *likert* 1 sampai dengan 5.

Rumus *alpha* atau *Cronbach's alpha* ( $\alpha$ ) sebagai berikut :

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

(Husein Umar, 2008:125 dan Suharsimi Arikunto, 2008:171)

dimana :  $r_{11}$  = reliabilitas instrumen

$k$  = banyak butir pertanyaan

$\sigma_i^2$  = varians total

$\sum \sigma_b^2$  = jumlah varians butir tiap pertanyaan

Jumlah varian butir tiap pertanyaan dapat dicari dengan cara mencari nilai varians tiap butir yang kemudian dijumlahkan ( $\sum \sigma^2$ ) sebagai berikut :



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

(Husein Umar, 2008:127)

dimana :

n = jumlah sampel

$\sigma$  = nilai varians

x = nilai skor yang dipilih (total nilai dari nomor-nomor butir pertanyaan)

Keputusan uji reliabilitas ditentukan dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Jika koefisien internal seluruh item  $r_{hitung} \geq r_{tabel}$  dengan tingkat signifikansi 5% maka item pertanyaan dikatakan reliabel.
2. Jika koefisien internal seluruh item  $r_{hitung} < r_{tabel}$  dengan tingkat signifikansi 5% maka item pertanyaan dikatakan tidak reliabel.

Untuk mengadakan interpretasi mengenai besarnya koefisien korelasi menurut Suhasimi Arikunto (2008: 245) adalah sebagai berikut :

**TABEL 3.5**  
**INTERPRETASI BESARNYA KOEFISIEN KORELASI**

Besarnya Nilai	Interpretasi
Antara 0,700 sampai dengan 1,00	Sangat tinggi
Antara 0,600 sampai dengan 0,500	Tinggi
Antara 0,500 sampai dengan 0,400	Agak tinggi
Antara 0,400 sampai dengan 0,300	Sedang
Antara 0,300 sampai dengan 0,200	Agak tidak tinggi
Antara 0,200 sampai dengan 0,100	Tidak tinggi
Antara 0,100 sampai dengan 0,000	Sangat tidak tinggi

Sumber : Arikunto (2008: 245)

Item pertanyaan yang diteliti dikatakan tidak valid, jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$ . Perhitungan validitas dan reliabilitas pertanyaan dilakukan dengan bantuan program aplikasi *SPSS 18 for windows*.

- 1) Memasukkan data variabel X, dan variabel Y setiap item jawaban responden atas nomor item pada data view.
- 2) Klik variabel view, lalu isi kolom *name* dengan variabel-variabel penelitian (misalnya X, Y) *width*, *decimal*, *label* (isi dengan nama-nama atas variabel penelitian), *colom*, *align*, (*left*, *center*, *right*, *justify*) dan isi juga kolom *measure* (skala: ordinal).
- 3) Kembali ke data view, lalu klik *analyze* pada toolbar pilih *Reliability Analyze*
- 4) Pindahkan variabel yang akan diuji atau klik Alpha, OK.
- 5) Akan dihasilkan output, apakah data tersebut valid serta reliabel atau tidak dengan membandingkan data hitung dengan data tabel.

Jika koefisien internal seluruh item  $r_{hitung} \geq r_{tabel}$  maka item pertanyaan dikatakan reliabel, maka variabel yang diuji keduanya cukup reliabel. Pengujian reliabilitas instrumen dilakukan terhadap 30 responden dengan tingkat signifikansi 5% dan derajat kebebasan (dk)  $n-2$  ( $30-2=28$ ) dengan menggunakan program aplikasi *SPSS 18 for windows*. Diketahui bahwa semua variabel reliabel, hal ini dikarenakan  $C\sigma$  masing-masing variabel lebih besar dibandingkan dengan koefisien *alpha cronbach* yang bernilai 0.700. berikut tabel uji reliabilitas instrumen penelitian:

**TABEL 3.6**  
**HASIL UJI RELIABILITAS INSTRUMEN PENELITIAN**

No	Variabel	$C\sigma$ <i>hitung</i>	$C\sigma$ <i>minimal</i>	Keterangan
1	<i>Destination Branding</i>	0.772	0.700	Reliabel
2	Keputusan Berkunjung	0.831	0.700	Reliabel

Sumber: Hasil Pengolahan Data 2011

Berdasarkan Tabel 3.6 yang memiliki nilai tertinggi adalah *Destination Branding* dengan nilai  $C\sigma$  *hitung* sebesar 0.772 sedangkan variabel keputusan berkunjung memiliki nilai  $C\sigma$  *hitung* sebesar 0.831

### 3.2.7 Rancangan Analisis Data

#### 3.2.7.1 Rancangan Analisis Data

Alat penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuisisioner (angket). Kuisisioner ini disusun oleh penulis berdasarkan variabel yang terdapat dalam penelitian, yaitu memberikan keterangan dari data mengenai analisis *Destination Branding* (X) yang terdiri dari *Culture* ( $X_1$ ), *History* ( $X_2$ ), dan *Nature* ( $X_3$ ), terhadap keputusan berkunjung wisatawan (Y) sebagai variabel terikat memiliki indikator pemilihan produk, pemilihan merek, waktu pembelian, dan pemilihan saluran.

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

### 3.2.7.2 Pengujian Hipotesis

Proses untuk menguji hipotesis di mana metode analisis yang dilakukan dalam penelitian ini adalah metode analisis verifikatif, maka dilakukan analisis jalur (*path analysis*). Dalam hal ini, analisis jalur digunakan untuk menentukan besarnya pengaruh variabel independen ( $X$ ) terhadap variabel dependen ( $Y$ ) baik secara langsung ataupun tidak langsung. Untuk memenuhi persyaratan digunakannya metode analisis jalur maka sekurang-kurangnya data yang diperoleh adalah data interval.

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data skala ordinal (*ordinalscale*) yaitu suatu skala yang berbentuk peringkat yang menunjukkan suatu urutan preferensi/ penilaian. Skala ordinal ini perlu ditransformasi menjadi skala interval dengan menggunakan *Method Successive Interval* (MSI). (Sugiono, 1999:86).

Langkah-langkah untuk melakukan transformasi data tersebut adalah sebagai berikut:

1. Menghitung frekuensi ( $f$ ) setiap pilihan jawaban, berdasarkan hasil jawaban konsumen pada setiap pernyataan.
2. Berdasarkan frekuensi yang diperoleh untuk setiap pernyataan, dilakukan penghitungan proporsi ( $p$ ) setiap pilihan jawaban dengan cara membagi frekuensi ( $f$ ) dengan jumlah wisatawan.
3. Berdasarkan proporsi tersebut untuk setiap pernyataan, dilakukan penghitungan proporsi kumulatif untuk setiap pilihan jawaban.

4. Menentukan nilai batas  $Z$  (tabel normal) untuk setiap pernyataan dan setiap pilihan jawaban.
5. Menentukan nilai interval rata-rata untuk setiap pilihan jawaban melalui persamaan berikut :

$$Scale\ Value = \frac{(Density\ at\ Lower\ Limit) - (Density\ at\ Upper\ Limit)}{(Area\ Below\ Upper\ Limit) - (Area\ Below\ Lower\ Limit)}$$

Penelitian kuantitatif analisis data dilakukan setelah data seluruh responden terkumpul. Langkah-langkah dalam kegiatan analisis data dalam penelitian ini yaitu:

#### 1. Menyusun data

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

#### 2. Tabulasi data

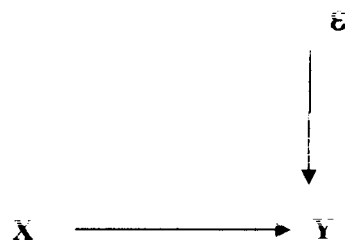
- a. Memberi skor pada setiap item
- b. Menjumlahkan skor pada setiap item
- c. Menyusun ranking pada setiap variabel penelitian

#### 3. Menganalisis data

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

Setelah data penelitian berskala interval selanjutnya akan ditentukan pasangan data variabel independen dari semua sampel penelitian. Berdasarkan hipotesis konseptual yang diajukan, terdapat hubungan antara tiap variabel

penelitian. Hipotesis tersebut digambarkan dalam sebuah paradigma seperti terlihat pada Gambar 3.1 berikut:



**GAMBAR 3.1**

### **STRUKTUR KAUSAL ANTARA X DAN Y**

Keterangan: **X** = Analisis *Destination Branding*

**Y** = Keputusan berkunjung wisatawan

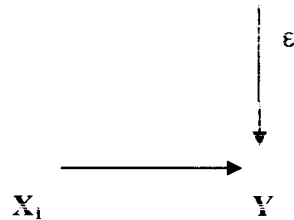
$\varepsilon$  = Epsilon (variabel lain)

Struktur hubungan di atas menunjukkan bahwa Analisis *Destination Branding* berpengaruh terhadap keputusan berkunjung wisatawan. Selain itu terdapat faktor-faktor lain yang mempengaruhi hubungan antara *Culture* ( $X_1$ ), *History* ( $X_2$ ), dan *Nature* ( $X_3$ ), terhadap keputusan berkunjung wisatawan ( $Y$ ) yaitu variabel residu dan dilambangkan dengan  $\varepsilon$ , namun pada penelitian ini variabel tersebut tidak diperhatikan.

Struktur hubungan antara program *Destination Branding* ( $X_1$ ) dan Keputusan Berkunjung Wisatawan ( $Y$ ) diuji melalui analisis jalur dengan hipotesis yang berbunyi terdapat pengaruh yang signifikan antara program *Destination Branding* ( $X_1$ ) yang terdiri dari *Culture* ( $X_{1.1}$ ), *History* ( $X_{1.2}$ ), dan

Nature ( $X_{13}$ ), terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan (Y). Pengujian hipotesis dilakukan dengan langkah-langkah sebagai berikut.

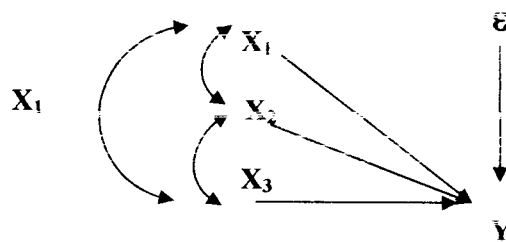
1. Menggambar struktur hipotesis



**GAMBAR 3.2**

**DIAGRAM JALUR HIPOTESIS**

2. Selanjutnya diagram hipotesis di atas diterjemahkan ke dalam beberapa sub hipotesis yang menyatakan pengaruh sub variabel independen yang paling dominan terhadap variabel dependen. Lebih jelasnya dapat dilihat pada Gambar 3.3 berikut.



**GAMBAR 3.3**

**JALUR SUB STRUKTUR HIPOTESIS**

**Keterangan:**

$X_1$  = *Destination Branding*

$X_{1,1}$  = *Culture*

$X_{1,2}$  = *History*

$X_{1,3}$  = *Nature*

$Y$  = Keputusan Berkunjung

$\varepsilon$  = Epsilon (Variabel Lain)

### 3. Menghitung matriks korelasi antar variabel bebas

$$R_1 = \begin{bmatrix} X_{1,1} & X_{1,2} & X_{1,3} \\ 1 & r_{X_{1,1} X_{1,2}} & r_{X_{1,3} X_{1,1}} \\ & 1 & r_{X_{1,3} X_{1,2}} \\ & & 1 \end{bmatrix}$$

### 4. Identifikasi persamaan sub struktur hipotesis

Menghitung matriks invers korelasi

$$R_1^{-1} = \begin{bmatrix} X_{1,1} & X_{1,2} & X_{1,3} \\ C_{1,1,1,1} & C_{1,1,1,2} & C_{1,2,1,3} \\ & C_{1,2,1,2} & C_{1,2,1,3} \\ & & C_{1,3,1,3} \end{bmatrix}$$



## 5. Menghitung semua koefisien jalur melalui rumus

Menghitung matriks invers korelasi

$$\begin{pmatrix} P_{YX_1} \\ 1 \\ P_{YX_2} \\ 2 \\ P_{YX_3} \\ 3 \end{pmatrix} = \begin{pmatrix} X_{11} & X_{12} & X_{13} \\ C_{1111} & C_{1112} & C_{1113} \\ 1 & 2 & 3 \\ C_{1121} & C_{1122} & C_{1123} \\ 2 & 3 \\ C_{1131} & C_{1132} & C_{1133} \\ 3 \end{pmatrix} = \begin{pmatrix} r_{YX_{11}} \\ r_{YX_{12}} \\ r_{YX_{13}} \end{pmatrix}$$

6. Hitung  $R^2 Y (X_{1,1}, X_{1,2}, X_{1,3})$  yaitu koefisien yang menyatakan determinasi total  $X_{1,1}, X_{1,2}, X_{1,3}$  terhadap  $Y$  dengan menggunakan rumus:

$$R^2 Y (X_{1,1}, \dots, X_{1,3}) = [P_{YX_{1,1}}, \dots, P_{YX_{1,3}}] \begin{pmatrix} R_{YX_{1,1}} \\ \dots \\ R_{YX_{1,3}} \end{pmatrix}$$

## 7. Pengujian secara keseluruhan dengan uji F

Keputusan penerimaan atau penolakan  $H_0$ 

a. Rumusan hipotesis operasional

$$H_0: P_{YX_{2,1}} = P_{YX_{2,2}} = P_{YX_{2,3}} = 0$$

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

$$F^i = \frac{(n-k-1) \sum_{i=1}^k P_{X_1 X_i} r_{X_1 X_i}}{k(1 - \sum_{i=1}^k P_{X_1 X_i} r_{X_1 X_i})}$$

b. Pengujian secara individual dengan uji t

Hasil  $F_{hitung}$  dibandingkan dengan tabel distribusi F-Snedecor, apabila  $F_{hitung} \geq F_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak dengan demikian dapat diteruskan pada pengujian secara individual, statistik yang digunakan adalah

$$t = \frac{P_{Y|X_i} - P_{Y|X_j}}{\sqrt{\frac{(1 - R^2_{Y(X_{1,1}, X_{1,2}, \dots, X_{1,3})})(C_{ii} + C_{jj} + C_{jj})}{(n - k - 1)}}$$

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

a. Menguji pengaruh langsung maupun tidak langsung dari setiap variabel

**Pengaruh  $X_1$  Terhadap Y**

Pengaruh  $X_{1,1}$  terhadap Y

Pengaruh Langsung =  $PY_{X_{1,1}} | PY_{X_{1,1}}$

Pengaruh tidak langsung melalui ( $X_{1,2}$ ) =  $PY_{X_{1,1}} \cdot r_{X_{1,1} X_{1,2}} \cdot PY_{X_{1,2}}$

Pengaruh tidak langsung melalui ( $X_{1,3}$ ) =  $PY_{X_{1,1}} \cdot r_{X_{1,1} X_{1,3}} \cdot PY_{X_{1,3}} +$

**Pengaruh total  $X_{1,1}$  terhadap Y = .....**

Pengaruh  $X_{1,2}$  terhadap  $Y$

Pengaruh Langsung  $= P_{YX_{1,2}} P_{YX_{1,2}}$

Pengaruh tidak langsung melalui ( $X_{1,1}$ )  $= P_{YX_{1,1}} r_{X_{1,1}X_{1,2}} P_{YX_{1,1}}$

Pengaruh tidak langsung melalui ( $X_{1,3}$ )  $= P_{YX_{1,1}} r_{X_{1,1}X_{1,3}} P_{YX_{1,3}} +$

**Pengaruh total  $X_{1,2}$  terhadap  $Y = \dots\dots\dots$**

Pengaruh  $X_{1,3}$  terhadap  $Y$

Pengaruh Langsung  $= P_{YX_{1,3}} P_{YX_{1,3}}$

Pengaruh tidak langsung melalui ( $X_{1,1}$ )  $= P_{YX_{1,1}} r_{X_{1,1}X_{1,3}} P_{YX_{1,1}}$

Pengaruh tidak langsung melalui ( $X_{1,2}$ )  $= P_{YX_{1,1}} r_{X_{1,1}X_{1,2}} P_{YX_{1,2}} +$

**Pengaruh total  $X_{1,3}$  terhadap  $Y = \dots\dots\dots$**

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

$$P_{Y2\epsilon} = \sqrt{1 - R^2_{Y2(X_{1,1}, X_{1,2}, X_{1,3})}}$$

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.

Kriteria pengambilan keputusan hipotesis secara statistik dalam rangka pengambilan keputusan penerimaan atau penolakan hipotesis dapat ditulis sebagai berikut:

Hipotesis nol  $H_0 : \rho = 0$  maka, tidak terdapat pengaruh signifikan antara *Destination Branding* di Kabupaten Garut terhadap keputusan berkunjung wisatawan.

Hipotesis nol  $H_0 : \rho \neq 0$  maka, terdapat pengaruh signifikan antara *Destination Branding* di Kabupaten Garut terhadap keputusan berkunjung wisatawan.