

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian yang dipilih oleh penulis untuk penelitian ini adalah ODTW Alam Kawah Putih yang terletak di Desa Alam Endah, Kecamatan Ciwidey, Kabupaten Bandung. Hal ini dikarenakan Kawah Putih merupakan objek daya tarik wisata alam, yang mana karakter wisatawan muda sebagai objek penelitian ini yaitu lebih peduli terhadap alam dalam pola perjalanannya (*sumber: UNWTO, 2011*). Pemilihan Kawah Putih sebagai lokasi akan lebih memudahkan penelitian dengan statusnya sendiri sebagai ODTW alam unggulan di Kabupaten Bandung yang dilihat dari jumlah kunjungan.

3.2 Desain Penelitian

Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini yaitu dengan desain deskriptif melalui pendekatan kuantitatif yang diolah secara statistik. Penelitian deskriptif memiliki tujuan untuk menjabarkan suatu kejadian sesuai fakta yang akurat dan disusun secara sistematis (Wardiyanta, 2006). Sedangkan penelitian kuantitatif menurut Sugiyono (2015:13), yaitu “metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat postivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat statistik, dengan tujuan menguji hipotesis yang telah ditetapkan”. Pada pendekatan kuantitatif, analisis penelitiannya ditekankan pada data-data *numeric* (angka), melalui pendekatan ini signifikansi hubungan dari setiap variabel penelitian akan diketahui.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Sugiyono (2015:80) mengartikan bahwa populasi adalah “wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/ subjek yang mempunyai kualitas dan

karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”.

Populasi dari penelitian ini adalah wisatawan yang telah berkunjung ke ODTW Alam Kawah Putih. Jumlah populasi diambil dari jumlah kunjungan wisatawan ke Kawah putih selama 4 tahun dari tahun 2015-2018 yang merupakan data kunjungan terbaru yang telah dihimpun oleh pihak pengelola , yaitu sebanyak 2.914.009 kunjungan.

3.3.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik populasi. Karena tidak memungkinkan untuk mempelajari seluruh populasi dalam jumlah besar, maka sampel yang diambil harus representatif (Sugiyono, 2015). Menurut Ary *et al.*, (dalam Arikunto, 2005), 50 sampai 100 sampel dari subjek penelitian sudah dianggap cukup. Sampel meliputi sebagian atau mewakili populasi yang diobservasi. Besar kecilnya sampel tergantung pada tujuan penelitian, pengetahuan dan besaran dana.

Untuk menentukan jumlah sampel pada penelitian ini, akan dihitung dengan menggunakan rumus Slovin sebagai berikut,

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Keterangan:

- n = ukuran sampel/ jumlah responden
- N = ukuran populasi
- e = presentase kelonggaran ketelitian kesalahan pengambilan sampel yang masih bisa ditolelir (10-20%) dengan ketentuan
 1. e = 0,1 (10%) untuk populasi dalam jumlah besar
 2. e = 0,2 (20%) untuk populasi dalam jumlah kecil.

Jumlah kunjungan wisatawan ke Kawah Putih pada tahun 2018 (populasi), yaitu sebanyak 709.348 kunjungan. Untuk mendapatkan besaran sampel yang dianggap respresentatif, maka jumlah sampel pada penelitian ini yang dihitung dengan menggunakan rumus Slovin adalah sebagai berikut,

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

$$n = \frac{2.914.009}{1 + 2.914.009 (0,1)^2}$$

n = 99,99 atau dibulatkan menjadi 100

n = 100 responden

Karena subjek pada penelitian ini ialah wisatawan muda (usia 15-29 tahun), maka teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu *accidental sampling*. Menurut Sugiyono (2015), sampel pada teknik *accidental sampling* adalah siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti. Pada penelitian ini, sampelnya adalah yang kebetulan bertemu atau dipandang cocok sebagai sumber data karena terlihat sesuai kriteria subjek penelitian atau terlihat berusia diantara 15-29 tahun.

3.4 Variabel Penelitian

Menurut Sugiyono (2015), “variabel penelitian merupakan sesuatu yang mempunyai variasi tertentu yang kemudian ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya”. Berdasarkan hasil identifikasi mengenai faktor-faktor permasalahan yang akan diteliti, maka penulis menentukan variabel yang akan digunakan pada penelitian ini yang telah dilandaskan dengan teori-teori para ahli dan kajian pada penelitian-penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan penelitian ini.

3.4.1 Variabel Bebas (*Independent Variable*)

Definis variabel bebas menurut Sugiyono (2015:39) adalah “variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat)”.

Variabel bebas akan mempengaruhi variabel lainnya. Biasanya variabel ini diberi anotasi (X). Dalam penelitian ini yang menjadi variabel bebas adalah Motivasi Wisatawan. Berikut adalah kajian operasional variabel bebas yang akan dijadikan panduan dalam penyusunan kuesioner penelitian.

Tabel 3.1
Operasional Variabel Bebas (X)

Variabel	Sub Variabel	Indikator	Skala
Motivasi Wisatawan	<i>Novelty</i>	Keinginan untuk menambah pengalaman berkunjung ke kawah	Ordinal
		Keinginan untuk bersenang-senang	Ordinal
Travel Career Pattern Pearce & Lee (dalam Oktadiana, 2017)	<i>Escape/ relax</i>	Keinginan untuk bersantai dan merelaksasi tubuh	Ordinal
		Keinginan untuk melepaskan diri dari kesibukan sehari-hari	Ordinal
(X)	<i>Relationship (strengthen)</i>	Keinginan untuk mendapatkan kebersamaan dengan keluarga atau teman	Ordinal
		Keinginan untuk mempererat hubungan dengan keluarga atau teman	Ordinal
	<i>Relationship (security)</i>	Keinginan untuk bertemu dengan orang yang memiliki nilai-nilai dan minat yang serupa	Ordinal
	<i>Nature</i>	Keinginan untuk melihat dan menikmati pemandangan	Ordinal
		Keinginan untuk mendekati diri dengan alam	Ordinal
	<i>Autonomy</i>	Keinginan untuk meningkatkan kemandirian	Ordinal
		Keinginan untuk melakukan aktifitas wisata yang berdasarkan dari keinginan sendiri	Ordinal
		Keinginan untuk tidak diganggu orang lain	Ordinal
	<i>Self-development (hot-site involvement)</i>	Keinginan untuk bertemu dengan orang baru	Ordinal
		Keinginan untuk mempelajari hal baru yang berhubungan dengan area destinasi wisata	Ordinal
	<i>Self-development (personal development)</i>	Keinginan untuk mengembangkan skill dan kemampuan	Ordinal
		Keinginan untuk menggunakan skill dan kemampuan	Ordinal
	<i>Stimulation</i>	Keinginan untuk berpetualang	Ordinal
	<i>Self-actualized</i>	Keinginan untuk lebih memahami diri sendiri	Ordinal
		Keinginan untuk menjadi lebih kreatif	Ordinal
	<i>Isolation</i>	Keinginan untuk mencari ketenangan dan kedamaian	Ordinal
		Keinginan untuk melepas stress dan penat	Ordinal
	<i>Nostalgia</i>	Keinginan untuk mengingat masa-masa yang telah dilalui	Ordinal
	<i>Romance</i>	Keinginan untuk menambah keromantisan dalam hubungan	Ordinal
	<i>Recognition</i>	Keinginan untuk diakui oleh orang lain	Ordinal
		Keinginan untuk membuat orang lain tahu bahwa saya pernah mengunjungi Kawah Putih	Ordinal
		Keinginan untuk berbagi ilmu, pengalaman, dan pengetahuan bersama orang lain	Ordinal

Sumber: Hasil Olahan Penulis (2020)

3.4.2 Variabel Terikat (*Dependent Variable*)

Variabel terikat menurut Sugiyono (2015:39) “adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas”.

Biasanya variabel ini diberi anotasi (Y). Dalam penelitian ini yang menjadi variabel terikat adalah Keputusan Berkunjung. Berikut adalah kajian operasional variabel terikat yang akan dijadikan panduan dalam penyusunan kuesioner penelitian.

Tabel 3.2
Operasional Variabel Terikat (Y)

Variabel	Sub Variabel	Indikator	Skala
Keputusan Berkunjung Kotler & Keller (2012) (Y)	Pemilihan Produk dan Jasa	Tingkat keunggulan atraksi wisata yang ditawarkan di Kawah Putih	Ordinal
		Tingkat manfaat yang didapat dari kunjungan ke Kawah Putih	Ordinal
		Tingkat kemudahan untuk menjangkau lokasi Kawah Putih	Ordinal
	Pemilihan Merek	Tingkat keinginan berkunjung berdasarkan citra merek Kawah Putih	Ordinal
		Tingkat kenginan berkunjung berdasarkan kepopuleran Kawah Putih	Ordinal
		Tingkat kesuaian harga dengan kualitas dan manfaat dari kunjungan ke Kawah Putih	Ordinal
	Pemilihan Saluran Pembelian	Tingkat kestrategisan lokasi dan kemudahan mengakses <i>travel agent</i>	Ordinal
		Tingkat kenyamanan dan keamanan dalam menggunakan jasa <i>travel agent</i>	Ordinal
		Tingkat kualitas pelayanan <i>travel agent</i>	Ordinal
	Waktu Kunjungan	Tingkat pemilihan kunjungan ke Kawah Putih saat <i>weekday</i>	Ordinal
		Tingkat pemilihan kunjungan ke Kawah Putih saat <i>weekend</i>	Ordinal
		Tingkat pemilihan kunjungan ke Kawah Putih saat libur nasional	Ordinal
	Jumlah Kunjungan	Tingkat pemilihan pembelian tiket Kawah Putih untuk satu orang/ sendiri	Ordinal
		Tingkat pemilihan pembelian tiket Kawah Putih untuk dua orang	Ordinal
		Tingkat pemilihan pembelian tiket Kawah Putih untuk lebih dari dua orang	Ordinal
	Metode Pembayaran	Tingkat pemilihan pembayaran secara tunai melalui <i>travel agent</i> tradisional	Ordinal
		Tingkat pemilihan pembayaran secara non-tunai melalui <i>travel agent</i> tradisional	Ordinal
		Tingkat pemilihan pembayaran secara tunai melalui <i>online travel agent</i>	Ordinal
		Tingkat pemilihan pembayaran secara non-tunai melalui <i>online travel agent</i>	Ordinal
		Tingkat pemilihan pembayaran secara tunai <i>on the spot</i> di Kawah Putih	Ordinal
		Tingkat pemilihan pembayaran secara non-tunai <i>on the spot</i> di Kawah Putih Tingkat	Ordinal

Sumber: Hasil Olahan Penulis (2020)

3.5 Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah alat yang digunakan untuk mengumpulkan data dan informasi yang akan dibutuhkan sebuah penelitian (Sugiyono, 2015).

Instrumen dalam penelitian ini berupa kuisisioner atau angket yang berisikan daftar

Bambang Nara Sujatnika, 2020

PENGARUH MOTIVASI TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG WISATAWAN MUDA KE OBJEK DAYA TARIK WISATA ALAM KAWAH PUTIH

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

pertanyaan atau pernyataan yang dapat mewakili pendapat responden. Kuisisioner yang disebarkan bersifat tertutup atau merupakan kuisisioner yang telah memiliki jawabannya sehingga responden tidak memiliki kesempatan untuk menjawab selain dari jawaban yang sudah disediakan pada kuisisioner tersebut. Pertanyaan yang diajukan didasarkan kepada operasional variabel dan ditambahkan dengan pertanyaan yang menjadi indikator preferensi obyek wisata. Pendapat responden kemudian diukur dengan pernyataan yang menggunakan Skala Likert (tabel 3.2).

Pendekatan Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena sosial, yang mana fenomena sosial tersebut telah ditetapkan oleh peneliti secara spesifik dan kemudian disebut dengan variabel penelitian (Sugiyono, 2015).

Tabel 3.3
Pengukuran Skala Likert

No.	Skor	Skala
1.	5	Sangat Baik
2.	4	Baik
3.	3	Cukup
4.	2	Tidak Baik
5.	1	Sangat Tidak Baik

3.6 Jenis dan Sumber Data

“Jenis data terbagi menjadi data primer dan data sekunder” (Wardiyanta, 2006:28). Untuk itu, jenis dan sumber data yang digunakan penulis adalah sebagai berikut:

3.6.1 Data Primer

“Data primer adalah data yang diperoleh atau diterima secara langsung oleh peneliti” (Sugiyono, 2015). Berikut adalah bentuk data primer pada penelitian ini:

1. Observasi di Lapangan

Data ini didapat dan dikumpulkan oleh peneliti dengan mengunjungi lokasi penelitian di Kawah Putih.

2. Kuesioner

Sebanyak 100 kuesioner tertutup disebar secara langsung kepada setiap target responden yang berkunjung ke Kawah Putih. Kuesioner digunakan karena memiliki beberapa kelebihan, diantaranya mudah diisi karena jawaban telah disediakan sehingga responden tidak memerlukan waktu yang lama untuk mengisinya.

3.6.2 Data sekunder

Sementara itu, data sekunder adalah data yang didapat atau diterima secara tidak langsung (Sugiyono, 2015). Dapat diartikan bahwa data sekunder didapat dari pihak ketiga untuk mendapatkan informasi dan referensi mengenai teori atau konsep dari motivasi dan keputusan berkunjung. Data sekunder yang didapat penulis diantaranya,

1. Dari data yang telah didapat oleh pihak pengelola Kawah Putih atau instansi terkait lainnya;
2. Studi Kepustakaan, dari buku-buku referensi, jurnal dan artikel, serta sumber internet yang berkaitan dengan hal-hal dalam penelitian ini.

Tabel 3.4
Jenis dan Sumber Data

Jenis-jenis Data	Sumber Data	Jenis Sumber Data
Persepsi wisatawan muda terhadap motivasi berkunjung ke Kawah Putih	Kuesioner	Data Primer
Persepsi wisatawan muda terhadap keputusan berkunjung	Kuesioner	
Profil Objek Daya Tarik Wisata Alam Kawah Putih	Pengelola Kawasan ODTW Alam Kawah Putih	Data Sekunder
Data kunjungan wisatawan ke Kawah Putih	Pengelola Kawasan ODTW Alam Kawah Putih	

(Sumber: Diolah oleh penulis, 2020)

3.7 Uji Validitas dan Uji Realibilitas

3.7.1 Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2015), uji validitas adalah suatu bentuk pengujian untuk menunjukkan/ mengukur instrumen yang digunakan sebagai alat ukur. Rumus korelasi *product moment* berikut akan digunakan untuk menghitung instrument yang dimaksud:

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

Keterangan:

r	= Koefisien korelasi
X	= Skor yang diperoleh subjek 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 distribusi X
$\sum Y^2$	= Jumlah kuadrat dalam distribusi Y
N	= Banyaknya responden

Data akan dinyatakan valid apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$. Syarat untuk menyatakan kevalidan item yaitu jika koefisien korelasi (r) memiliki skor minimum sebesar 0,306 (Sugiyono: 2015). Berikut kriteria penilaian skor (r):

Tabel 3.5

Kriteria Nilai r

Interval r	Kriteria
0,800 – 1,000	Sangat Kuat
0,600 – 0,799	Kuat
0,400 – 0,599	Cukup Kuat
0,200 – 0,399	Rendah
0,000 – 0,199	Sangat Rendah

(Sumber: Sugiyono, 2015)

Pengujian validitas dilakukan dengan menggunakan *software IBM SPSS Statistics 20 for Windows*. Hasil pengujian terhadap variabel motivasi (X) dapat dilihat melalui tabel 3.6 dan hasil terhadap variabel keputusan berkunjung (Y) dapat dilihat melalui tabel 3.7.

Tabel 3.6
Hasil Uji Validitas Variabel Motivasi (X)

No. Item	r _{Hitung}	r _{Tabel}	Keterangan
X1	0,336	0,306	Valid
X2	0,905	0,306	Valid
X3	0,905	0,306	Valid
X4	0,471	0,306	Valid
X5	0,392	0,306	Valid
X6	0,380	0,306	Valid
X7	0,764	0,306	Valid
X8	0,905	0,306	Valid
X9	0,570	0,306	Valid
X10	0,746	0,306	Valid
X11	0,521	0,306	Valid
X12	0,778	0,306	Valid
X13	0,792	0,306	Valid
X14	0,656	0,306	Valid
X15	0,785	0,306	Valid
X16	0,826	0,306	Valid
X17	0,700	0,306	Valid
X18	0,784	0,306	Valid
X19	0,839	0,306	Valid
X20	0,843	0,306	Valid
X21	0,663	0,306	Valid
X22	0,905	0,306	Valid
X23	0,660	0,306	Valid
X24	0,819	0,306	Valid
X25	0,763	0,306	Valid
X26	0,819	0,306	Valid

(Sumber: Olahan penulis, 2020)

Dari tabel 3.6 di atas, dapat dilihat bahwa seluruh item atau sebanyak 26 item variabel motivasi (X) memiliki hasil nilai positif dan dinyatakan valid. Sehingga dapat dikatakan bahwa seluruh item pertanyaan dari variabel tersebut layak untuk dijadikan alat ukur atau instrumen dari penelitian ini.

Tabel 3.7
Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Berkunjung (Y)

No. Item	r _{Hitung}	r _{Tabel}	Keterangan
Y1	0,771	0,306	Valid
Y2	0,722	0,306	Valid
Y3	0,684	0,306	Valid
Y4	0,789	0,306	Valid
Y5	0,648	0,306	Valid
Y6	0,641	0,306	Valid
Y7	0,893	0,306	Valid
Y8	0,884	0,306	Valid
Y9	0,877	0,306	Valid
Y10	0,549	0,306	Valid
Y11	0,628	0,306	Valid
Y12	0,701	0,306	Valid
Y13	0,646	0,306	Valid
Y14	0,680	0,306	Valid
Y15	0,686	0,306	Valid
Y16	0,763	0,306	Valid
Y17	0,881	0,306	Valid
Y18	0,886	0,306	Valid
Y19	0,857	0,306	Valid
Y20	0,469	0,306	Valid
Y21	0,788	0,306	Valid

(Sumber: Olahan penulis, 2020)

Dari tabel 3.7 di atas, dapat dilihat bahwa seluruh item atau sebanyak 21 item variabel keputusan berkunjung (Y) memiliki hasil nilai positif dan dinyatakan valid. Sehingga dapat dikatakan bahwa seluruh item pertanyaan dari variabel tersebut layak untuk dijadikan alat ukur atau instrumen dari penelitian ini.

3.7.2 Uji Realibilitas

Uji reliabilitas pada sebuah penelitian bertujuan untuk memastikan ketepatan dan akurasi dari alat pengukuran data yang digunakan. Dengan kata lain, konsistensi dan stabilitasi instrumen penelitian perlu diuji terlebih dahulu realibilitasnya (Sugiyono, 2015). Untuk menuji realibitas dari variabel penelitian digunakan rumus *alpha croanbanch* sebagai berikut:

$$C\alpha = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\Sigma\sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right]$$

Keterangan:

$C\alpha$: Croanbanch Alpha
k	: banyaknya butir pertanyaan
$\sum \sigma b^2$: jumlah variasi butir
σt^2	: variasi total

Tabel 3.8

Kriteria Nilai α

Nilai α	Kriteria
> 0,9	Sangat Tinggi
0,7 – 0,9	Tinggi
0,6 – 0,7	Cukup
0,5 – 0,6	Rendah
< 0,5	Sangat Rendah

Hasil pengujian akan dinyatakan reliabel apabila nilai koefisien *alpha* lebih besar dari 0,70 (Arikunto: 2009). Berikut merupakan hasil pengujian yang dibantu dengan menggunakan *software IBM SPSS Statistic* versi 20 instrumen penelitian:

Tabel 3.9

Uji Reliabilitas Variabel Motivasi (X) dan Variabel Keputusan Berkunjung (Y)

No.	Variabel	$C\sigma$	Keterangan
1.	Motivasi (X)	0,922	Reliabel
2.	Keputusan Berkunjung (Y)	0,956	Reliabel

(Sumber: Olahan penulis, 2020)

Hasil pengujian pada 3.9 menunjukkan bahwa nilai *alpha* dari variabel motivasi sebesar 0,922 dan nilai *alpha* variabel keputusan berkunjung sebesar 0,956. Dengan demikian kedua variabel tersebut dinyatakan reliabel dengan kriteria nilai *alpha* ‘sangat tinggi’.

3.8 Teknik Analisis Data

3.8.1 Teknik Analisis Data Deskriptif

Sugiyono (2015)-menyatakan bahwa analisis deskriptif digunakan dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data sebagaimana adanya tanpa

adanya tujuan untuk menggeneralisasi atau membuat kesimpulan yang berlaku bagi umum.

Pembahasan hasil penelitian mengenai pengaruh motivasi terhadap keputusan berkunjung wisatawan muda ke ODTW alam Kawah Putih dilakukan guna mendeskripsikan analisa tanggapan responden terhadap variabel-variabel penelitian.

Dikarenakan data yang diperoleh berskala ordinal maka untuk mendeskripsikanya perlu menggunakan *Method Succesive Interval* (MSI). Menurut Sarwono (2012), data ordinal menjadi simbol yang mewakili data kualitatif atau data yang bukan angka sebenarnya, seperti di bawah ini:

1. Angka 1 berarti “sangat rendah”
2. Angka 2 berarti “rendah”
3. Angka 3 berarti “cukup”
4. Angka 4 berarti “tinggi”
5. Angka 5 berarti “sangat tinggi”

Menurut Al-Rasyid (1994), untuk merubah data tersebut ke dalam bentuk interval dilakukan dengan cara sebagai berikut:

1. Menghitung frekuensi (f) dari setiap jawaban pada setiap butir pertanyaan yang dipilih responden;
2. Menghitung proporsi (p) pada setiap jawaban yang dipilih dengan cara membagi frekuensi jawaban dengan jumlah responden;
3. Menghitung proporsi kumulatif pada setiap pilihan jawaban dari setiap satu pertanyaan.
4. Menentukan nilai batas Z (tabel normal) untuk setiap pilihan jawaban pertanyaan.
5. Menghitung rata – rata nilai interval (*scale value*) dari setiap pilihan jawaban dengan rumus berikut:

$$Scale Value = \frac{(decinty\ at\ lower\ limit) - (decinty\ at\ upper\ limit)}{(area\ below\ upper\ limit) - (area\ below\ lower\ limit)}$$

6. Menghitung nilai hasil transformasi setiap pilihan jawaban dengan rumus persamaan sebagai berikut:

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

Setelah data berubah menjadi skala interval maka untuk mengetahui nilai dari setiap variabel maka penulis melanjutkan ke langkah selanjutnya yaitu menghitung persamaan untuk setiap pasangan. Hasil pengolahan data penulis dari setiap sub variabel X dan variabel Y kemudian dimasukkan ke dalam garis kontinum dengan nilai jarak interval yang ditentukan melalui rumus yang dikemukakan oleh Sudjana (2005) sebagai berikut:

$$\text{Nilai Jenang Interval (NJI)} = \frac{\text{Nilai maksimum} - \text{Nilai minimum}}{\text{Jumlah nilai}}$$

NJI dari setiap penghitungan akan berbeda sesuai dengan jumlah indikatornya seperti sebagai berikut, apabila:

1. Satu Indikator

- a. Nilai maksimum = $5 \times 1 \times 100 = 500$
- b. Nilai minimum = $1 \times 1 \times 100 = 100$
- c. Jumlah nilai = 5
- d. Nilai jarak interval = $\frac{\text{nilai maksimum} - \text{nilai minimum}}{\text{jumlah nilai}}$
 $= \frac{500 - 100}{5}$
 $= 80$

2. Dua Indikator

- a. Nilai maksimum = $5 \times 2 \times 100 = 1000$
- b. Nilai minimum = $1 \times 2 \times 100 = 200$
- c. Jumlah nilai = 5
- d. Nilai jarak interval = $\frac{\text{nilai maksimum} - \text{nilai minimum}}{\text{jumlah nilai}}$
 $= \frac{1000 - 200}{5}$
 $= 160$

3. Tiga Indikator

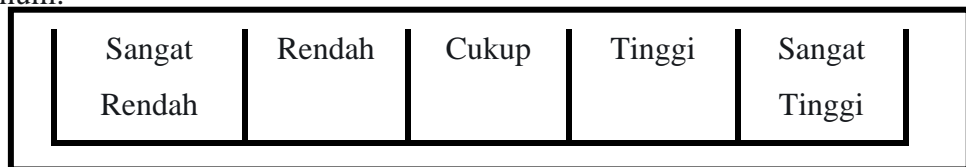
- a. Nilai maksimum = $5 \times 3 \times 100 = 1500$
- b. Nilai minimum = $1 \times 3 \times 100 = 300$
- c. Jumlah nilai = 5
- e. Nilai jarak interval = $\frac{\text{nilai maksimum} - \text{nilai minimum}}{\text{jumlah nilai}}$
 $= \frac{1500 - 300}{5}$

$$= 240$$

4. Enam Indikator

- a. Nilai maksimum = $5 \times 6 \times 100 = 3000$
- b. Nilai minimum = $1 \times 6 \times 100 = 600$
- c. Jumlah nilai = 5
- d. Nilai jarak interval = $\frac{\text{nilai maksimum} - \text{nilai minimum}}{\text{jumlah nilai}}$
- $$= \frac{3000 - 600}{5}$$
- $$= 480$$

Nilai Jenjang Interval (NJI) akan menentukan interval kriteria dari total skor yang didapat pada setiap hasil analisis. Berikut merupakan gambar garis kontinum:



Gambar 3.1: Garis Kontinum

(Sumber: Hasil olahan penulis 2019)

3.8.2 Teknik Analisis Data Verifikatif

Dalam menjawab pertanyaan penelitian yang terakhir maka analisis data verifikatif digunakan untuk memverifikasi hipotesis yang sebelumnya sudah di kemukakan (Sugiyono, 2015). Untuk analisis verifikatif penulis menggunakan teknik analisis regresi linear sederhana. Sebelum melakukan analisis regresi linear sederhana, maka data harus memenuhi prasyarat yang sering disebut dengan uji asumsi klasik.

1. Uji Asumsi klasik

Menurut Sulaiman (2004) untuk mendapatkan model regresi yang terbaik secara statistik adalah yang tidak bias dengan memenuhi syarat BLUE (*Best Linier Unbiased Estimator*), diantaranya memenuhi

persyaratan uji normalitas, uji asumsi heteroskedastisitas, uji asumsi linieritas, dan uji hipotesis.

a. Uji Normalitas

Ghozali (2103:110) menjelaskan fungsi uji normalitas dalam sebuah penelitian, menurutnya “uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel berdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas diperlukan karena untuk melakukan pengujian-pengujian variabel lainnya dengan mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Jika asumsi ini dilanggar maka uji statistik menjadi tidak valid dan statistik parametrik tidak dapat digunakan”. Normalitas distribusi data pada penelitian ini akan diuji menggunakan *Kolmogorov – Smirnov Test*. Kriteria ditentukan dengan nilai signifikansi $\leq 0,05$. Kriteria dinyatakan berdistribusi normal apabila signifikansinya lebih besar dari 0,05, dan dinyatakan tidak normal jika lebih rendah dari 0,05.

b. Uji Linearitas

Sugiyono (2015) menyatakan bahwa uji linearitas digunakan untuk menghitung apakah independen dan variabel dependen memiliki hubungan linear atau tidak. Untuk itu diperlukannya uji linieritas. Keputusan mengenai kriteria tersebut berlaku apabila linearitas memiliki nilai signifikansi $\leq 0,05$. Variabel (X) dan variabel (Y) akan dinyatakan linear apabila nilai signifikansi $< 0,05$, dan akan dinyatakan tidak linear apabila nilai signifikansi $> 0,05$.

c. Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas memiliki tujuan untuk menguji ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan terhadap yang lainnya pada model regresi. Jika varian dari residualnya sama maka disebut homoskedastisitas, dan jika berbeda maka disebut heteroskedastisitas. Pengujian ini dilakukan dengan cara

mengkorelasikan setiap variabel bebas dengan nilai mutlak residualnya (Ghozali, 2013).

Jika hasil pengujian dinyatakan homogen atau homoskedastisitas maka model regresi tersebut dinyatakan baik. Karena kesamaan varians dari residual data sesuai pembahasan pada penelitian tersebut. Suatu model regresi dinyatakan homoskedastisitas apabila diagram pencar residualnya tidak membentuk suatu pola.

2. Regresi Linear Sederhana

Analisis regresi linear sederhana didasarkan pada hubungan kausal atau fungsional satu variabel independen dengan variabel dependen (Sugiyono, 2015). Sedangkan menurut Riduwan & Akdon (2010) regresi linier sederhana adalah salah satu proses memperkirakan atau permalan secara sistematis tentang apa yang paling mungkin terjadi dimasa yang akan datang berdasarkan informasi masa lalu dan sekarang yang dimiliki agar kesalahannya dapat diperkecil. Kegunaan regresi linier sederhana dalam penelitian ini adalah untuk meramalkan atau memprediksi variabel terikat (X) motivasi dan adapun variable bebas dalam penelitian ini (Y) keputusan berkunjung ke Kawah Putih.

Persamaan dari regresi linier sederhana adalah sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

Keterangan:

Y = Variabel keputusan berkunjung

X = Variabel motivasi

a = Nilai Y bila X = 0 (harga konstanta)

b = Angka arah atau koefisien regresi, yang menunjukkan angka pada peningkatan atau pun penurunan variable dependen. Bila b (+) maka naik, dan bila b (-) maka terjadi penurunan.

3. Koefisiensi Determinasi

Uji koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui besarnya persentase kontribusi variabel motivasi (X) terhadap variabel keputusan berkunjung (Y) dengan rumus sebagai berikut:

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

Keterangan:

KD = Koefisien determinasi

r = Koefisien korelasi

Apabila:

- Kd = 0, Berarti pengaruh variabel x terhadap variabel y, lemah.
- Kd = 1, Berarti pengaruh variabel x terhadap variabel y, kuat.

Setelah mendapatkan hasil koefisien determinasi dalam skala persen maka penulis akan memasukan nilai tersebut kedalam pedoman koefisien determinasi. Hal ini dilakukan untuk mengetahui kekuatan pengaruh dari variabel bebas terhadap variabel terikat.

Tabel 3.10

Pedoman Koefisien Determinasi

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

(Sumber: Sugiyono, 2012)

4. Uji Hipotesis

Dalam penelitian ini untuk menguji hipotesis penulis menggunakan uji hipotesis parsial atau uji t. Uji t digunakan dengan cara membandingkan nilai t_{hitung} dan t_{tabel} melalui rumus distribusi *student* sebagai berikut:

$$t = \frac{r\sqrt{(n-2)}}{\sqrt{(n-2)}}$$

Keterangan:

t = Distribusi *Student*

r = Koefisien korelasi

n = Banyaknya data

Adapun hipotesis yang akan diuji adalah sebagai berikut:

- a. H_0 = Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara motivasi terhadap variabel keputusan berkunjung.
- b. H_a = Terdapat pengaruh yang signifikan antara motivasi terhadap variabel keputusan berkunjung.

Kriteria untuk mengambil keputusan hipotesis adalah:

- a. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima
- b. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak