

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Desain penelitian adalah suatu perencanaan yang disusun sebelum penelitian dilakukan, yang mencakup pengumpulan data, pemrosesan data, dan analisis data sesuai dengan tujuan penelitian. Desain ini membantu memastikan bahwa proses penelitian berjalan secara sistematis dan sesuai dengan rencana yang telah ditetapkan (Sudaryono, 2016). Untuk mendapatkan wawasan yang lebih mendalam mengenai daya tarik wisata gastronomi lokal di *Floating Market* Lembang dalam hubungannya dengan persepsi wisatawan. Pendekatan yang akan digunakan adalah *Mixed Method*. Menurut Creswell & Clark, (2017), "*Mixed methods research is a research design (or methodology) in which the researcher collects, analyzes, and mixes (integrates or connects) both quantitative and qualitative data in a single study or a series of studies*". Pendekatan ini membantu peneliti dalam memahami pandangan, persepsi, motivasi, dan dampak partisipasi secara lebih komprehensif melalui kombinasi data kuantitatif dan kualitatif.

3.2 Partisipan dan Tempat Penelitian

Partisipan pada penelitian ini dapat memberikan informasi mengenai daya tarik wisata gastronomi lokal di *Floating Market* Lembang. Narasumber atau partisipan ditentukan melalui teknik *purposive sampling* yang termasuk pada jenis *probability sampling*. Teknik *purposive sampling* ini adalah teknik mengambil informan atau narasumber dengan tujuan tertentu sesuai dengan tema penelitian karena orang tersebut dianggap memiliki informasi yang diperlukan bagi penelitian. Dalam hal ini peneliti memilih informan yang dianggap mengetahui permasalahan yang akan dikaji serta mampu memberikan informasi yang dapat dikembangkan untuk memperoleh data. Konsep *nona helix* atau sembilan komponen stakeholder yang terlibat dalam pengelolaan gastronomi pada penelitian ini, dipilih sebagai narasumber yang dapat memberikan informasi mengenai objek penelitian.

Tabel 3.1 Partisipan Penelitian

No.	Kode	Nona Helix	Jumlah Narasumber	Sumber Data
1	A	Pengusaha	7 orang	Wawancara
2	B	Pemerintah	3 orang	Wawancara

3	C	Pekerja	3 orang	Wawancara
4	D	Pemasok	3 orang	Wawancara
5	E	Pakar	4 orang	Wawancara
6	F	Pemerhati	3 orang	Wawancara
7	-	Penikmat	110 orang	Kuisisioner
8	G	NGO	2 orang	Wawancara
9	H	Media Informasi	2 orang	Wawancara
Total Narasumber			137 orang	

Sumber : Diolah Oleh Penulis, 2024

Lokasi penelitian ini adalah di lokasi wisata *Floating Market* Lembang, Kecamatan Lembang, Kabupaten Bandung Barat. Pemilihan tempat wisata ini sebagai lokasi penelitian mempertimbangkan hal-hal sebagai berikut:

1. *Floating Market* Lembang dipilih karena relevansi langsung dengan judul penelitian yang berfokus pada daya tarik *Floating Market* Lembang sebagai wisata gastronomi lokal. Lokasi ini dapat memberikan konteks yang tepat untuk menjawab pertanyaan penelitian ini.
2. *Floating Market* Lembang dikenal sebagai tempat yang menawarkan beragam kuliner lokal. Keberadaan makanan lokal yang khas dan unik bisa menjadi faktor penting dalam memilih lokasi ini sebagai objek penelitian gastronomi.
3. *Floating Market* Lembang yang menawarkan beragam aktivitas terkait gastronomi lokal, seperti kuliner khas, memasak langsung, dan pengalaman unik, dapat memberikan keragaman data yang diperlukan untuk penelitian ini.

3.3 Metode Penelitian

Berdasarkan jenis pendekatan yang digunakan, peneliti memilih desain penelitian *Concurrent Triangulation Strategy*. Pendekatan ini melibatkan pengumpulan data kuantitatif dan kualitatif secara bersamaan, kemudian membandingkan kedua jenis data tersebut untuk menentukan apakah ada kesamaan, perbedaan, atau keduanya saling melengkapi (ada kombinasi) (Martono, 2015). Dalam penelitian ini, data kuantitatif dan kualitatif dikumpulkan secara simultan, kemudian dibandingkan dan dianalisis untuk menentukan apakah keduanya saling mendukung atau bertentangan.

Langkah-langkah penelitian sesuai dengan desain penelitian *Concurrent Triangulation Strategy* adalah sebagai berikut:

1. Tahap Kualitatif (Pengumpulan dan Analisis Data):

Pengumpulan Data Kualitatif akan dilakukan dengan wawancara mendalam dengan anggota masyarakat, pengelola, dan pihak terkait untuk menggali alasan, motivasi, dan pandangan lebih mendalam terkait komponen gastronomi dan daya tarik wisata. Analisis tematik terhadap data kualitatif yang diperoleh akan dilakukan dengan mengidentifikasi pola, tema, dan narasi yang muncul dari wawancara atau diskusi.

2. Tahap Kuantitatif (Pengumpulan dan Analisis Data):

Pengumpulan Data Kuantitatif menggunakan metode survei atau kuesioner untuk mengumpulkan data kuantitatif dari masyarakat pengunjung atau wisatawan *Floating Market* Lembang. Survey akan mengukur tingkat persepsi wisatawan, daya tarik wisata *Floating Market* Lembang, dan faktor-faktor terkait

3.3.1 Objek dan Subjek Penelitian

Objek penelitian adalah fenomena atau topik yang menjadi fokus utama dalam penelitian. Menurut Sekaran, (2006), objek dalam penelitian adalah fokus dari aktivitas penelitian. Oleh karena itu, objek penelitian ini adalah daya tarik wisata gastronomi lokal di *Floating Market* Lembang.

Objek penelitian ini adalah daya tarik wisata gastronomi lokal di *Floating Market* Lembang. Objek ini berkaitan dengan variabel independen(X) dan variabel dependen (Y). Dengan variabel independen yaitu aspek aspek persepsi wisatawan (X). Variabel dependen yaitu komponen daya tarik wisata (Y).

Subjek penelitian adalah individu, kelompok, atau entitas yang menjadi sumber data dalam penelitian. Menurut Creswell (2014), subjek dalam suatu penelitian adalah individu-individu yang berpartisipasi dalam investigasi penelitian. Oleh karena itu, subjek penelitian adalah wisatawan yang berkunjung ke *Floating Market* lembang serta mungkin meliputi pihak pengelola dan pemangku kepentingan terkait.

Wisatawan dan pihak yang mungkin berpartisipasi menjadi subjek penelitian akan memberikan data dan informasi yang relevan terkait persepsi

mereka dalam daya tarik wisata gastronomi lokal di *Floating Market* Lembang. Objek penelitian, yaitu daya tarik wisata gastronomi lokal di *Floating Market* Lembang, akan dijelaskan, dianalisis, dan diinterpretasi berdasarkan data yang diperoleh dari subjek penelitian.

3.3.2 Populasi, Sampel dan Teknik Penarikan Sampel

3.3.2.1 Populasi

Sugiyono (2013) populasi didefinisikan sebagai kelompok wilayah yang mencakup subjek dan objek dengan kualitas serta karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan digunakan sebagai dasar dalam menarik kesimpulan (Sugiyono, 2013). Dalam penelitian ini, populasi terdiri dari wisatawan yang pernah mengunjungi *Floating Market* Lembang.

3.3.2.2 Sampel

Pemilihan anggota sampel yang tepat untuk penelitian bergantung pada tingkat kesalahan yang diinginkan oleh peneliti (Sugiyono, 2013). Semakin besar ukuran sampel, semakin kecil kemungkinan kesalahan, dan sebaliknya. Oleh karena itu, sampel yang diambil harus representatif, yaitu dapat mewakili populasi. Dalam penelitian ini, populasi terdiri dari wisatawan di yang pernah mengunjungi *Floating Market* Lembang. Karena jumlah wisatawan yang mengunjungi wisata tersebut tidak dapat dihitung dengan pasti dan rinci, maka jumlah populasi tidak diketahui secara jelas, dan jumlah responden belum dapat ditetapkan. Untuk mempermudah penentuan jumlah sampel, peneliti menggunakan rumus Hair et.al. 2010 sebagai berikut:

$$n \geq 10 \times k$$

Keterangan:

n = jumlah sampel

k = jumlah indikator yang digunakan

Dalam penelitian ini, jumlah indikator yang digunakan sebanyak 11 indikator. Maka perhitungan sampel sebagai berikut :

$$n = 10 \times k$$

$$n = 10 \times 11$$

$$n = 110$$

Berdasarkan perhitungan menggunakan rumus tersebut, jumlah sampel yang diperlukan adalah 110 orang.

3.3.2.3 Teknik Penarikan Sampel

Teknik penarikan sampel adalah metode yang digunakan untuk menentukan sampel dalam penelitian. Teknik sampling dibagi menjadi dua kategori: *probability sampling* dan *non-probability sampling*. Penelitian ini menggunakan metode *probability sampling* dan teknik *simple random sampling*. *Probability Sampling* adalah teknik yang memberikan kesempatan yang sama kepada setiap anggota populasi untuk terpilih sebagai anggota sampel, artinya setiap elemen populasi memiliki peluang yang setara untuk dipilih. Sementara itu, *simple random sampling* adalah metode pengambilan sampel secara acak dari anggota populasi tanpa mempertimbangkan strata (tingkatan) dalam populasi tersebut.

3.3.3 Jenis dan Sumber Data

3.3.3.1 Jenis Data

Pada penelitian ini, "Analisis Persepsi Wisatawan Terhadap Daya Tarik Wisata Gastronomi Lokal Di *Floating Market* Lembang", jenis data yang digunakan adalah kombinasi data kualitatif dan kuantitatif. Data kualitatif digunakan untuk menggali pemahaman lebih mendalam tentang persepsi, pandangan, dan pengalaman wisatawan terkait daya tarik wisata gastronomi lokal di *Floating Market*. Data kuantitatif digunakan untuk mengukur variabel-variabel yang dapat dihitung atau diukur secara numerik, seperti skor penilaian dan statistik terkait.

Creswell (2014) mengemukakan bahwa kombinasi data kuantitatif dan kualitatif dalam penelitian memberikan keuntungan untuk memahami fenomena lebih komprehensif dan mendalam. Morse (1991) juga mengemukakan bahwa pendekatan kombinasi data dapat membantu mengatasi keterbatasan dari masing-masing jenis data, sehingga hasil penelitian lebih berimbang dan reliabel (J, 1991). Diharapkan pada penelitian ini kombinasi data kuantitatif dan kualitatif akan memberikan wawasan yang lebih kaya tentang partisipasi masyarakat dan eksistensi *Floating Market* Lembang sebagai panggung gastronomi lokal secara holistik.

3.3.3.2 Sumber Data

Sumber data penelitian adalah tempat atau sumber dari mana peneliti memperoleh informasi yang diperlukan untuk penelitian. Sumber data dapat berupa berbagai jenis, seperti bahan tertulis, rekaman audio atau visual, wawancara, observasi, survei, dan sebagainya. Pada penelitian mengenai "Analisis Persepsi Wisatawan Terhadap Daya Tarik Wisata Gastronomi Lokal Di *Floating Market* Lembang", sumber data yang akan digunakan meliputi:

1. Survei: Menyebarkan kuesioner kepada wisatawan yang berkunjung ke *Floating Market* Lembang untuk mengumpulkan data kuantitatif terkait persepsi mereka, persepsi terhadap pasar, dan dampak eksistensi pasar terhadap lingkungan sekitarnya.
2. Wawancara: Peneliti dapat melakukan wawancara dengan narasumber stakeholder nona helix dan pihak terkait lainnya. Wawancara dapat memberikan wawasan mendalam tentang pandangan, persepsi, dan pengalaman mereka terkait komponen gastronomi dan daya tarik wisata gastronomi lokal *Floating Market* Lembang.
3. Observasi Lapangan: Melakukan observasi langsung di *Floating Market* Lembang untuk mengamati aktivitas, interaksi, dan dinamika yang terjadi. Observasi dapat memberikan data mengenai tingkat kunjungan, jenis produk yang dijual, suasana pasar, dan interaksi antara wisatawan dan pemangku pasar.

3.3.4 Instrumen Penelitian

Penelitian menggunakan penulis sebagai instrumen utama yang didukung oleh beberapa instrumen lain seperti pedoman wawancara dan studi literatur. Selain itu, penulis juga mengandalkan alat bantu seperti alat tulis, alat perekam, kamera, dan ponsel. Fokus penelitian akan dipilih oleh penulis dengan menjadikan narasumber sebagai sumber data, mengumpulkan data, menganalisis data, dan menyimpulkan temuan berdasarkan data yang diperoleh.

3.3.5 Operasionalisasi Instrumen Penelitian

Operasionalisasi instrumen penelitian adalah proses mengubah konsep atau variabel yang akan diukur atau diamati dalam penelitian menjadi bentuk yang lebih konkret, terukur, dan dapat diobservasi. Langkah-langkah ini dilakukan untuk

mengembangkan alat pengukuran atau instrumen yang akan digunakan untuk mengumpulkan data terkait variabel yang diteliti.

Tabel 3.2 Operasional Variabel

Variabel Sub/Variabel	Konsep Teoritis	Konsep Empiris (Indikator)	Konsep Analisis
Kualitatif			
Identifikasi makanan lokal dari setiap daerah kota di <i>Floating Market</i> Lembang	Pangan lokal merupakan makanan dan bahan makanan yang berasal dari wilayah geografis tertentu atau daerah spesifik, yang memiliki karakteristik khas dan terkait dengan identitas budaya serta lingkungan setempat. (Jean-Pierre Poulain, 2017 dalam Warde, 2019)	1. Makanan dari wilayah geografis tertentu 2. Karakteristik khas 3. Identitas budaya (Jean-Pierre Poulain, 2017)	Data diperoleh melalui : 1. Wawancara 2. Observasi 3. Dokumentasi Data diperoleh dari : 1. Pelaku Usaha 2. Pakar 3. Pemerhati 4. NGO
Identifikasi Potensi Wisata Gastronomi Melalui 9 Komponen Gasatronomi	Gastronomi merupakan ilmu sebuah studi atau keilmuan tentang hubungan antar makanan ataupun kebudayaan dengan makanan sebagai pusatnya. Gastronomi bukan hanya mengenai makanan sebagai pemenuh kebutuhan tetapi mencari tahu makanan sebagai aspek budaya serta aset dari kebudayaan suatu daerah. (Turgarini, 2018)	1. Masak Memasak/Kuliner 2. Bahan Baku 3. Mencicipi 4. Menghidangkan 5. Belajar, Meneliti dan Menulis Makanan 6. Mencari Pengalaman Unik 7. Pengetahuan Gizi 8. Filosofi, Sejarah, Tradisi dan Sosial, Serta 9. Etika dan Etiket (Turgirini, 2023)	Data diperoleh melalui : 1. Wawancara 2. Observasi 3. Dokumentasi 4. Studi Literatur Data diperoleh dari : 1. Pelaku Usaha 2. Pakar 3. Pemerhati
Daya Tarik Wisata (Y)	Daya tarik wisata didefinisikan sebagai segala sesuatu yang memiliki	1. <i>Attraction</i> 2. <i>Facilities</i> 3. <i>Infrastructure</i>	Data diperoleh melalui : 1. Wawancara

Agni Marsha, 2024

ANALISIS PERSEPSI WISATAWAN TERHADAP DAYA TARIK WISATA GASTRONOMI LOKAL DI FLOATING MARKET LEMBANG

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

	keunikan, keindahan, kemudahan, dan nilai yang berwujud keanekaragaman kekayaan alam maupun buatan manusia yang menarik dan memiliki nilai untuk dikunjungi dan dilihat oleh wisatawan. (Susianto, 2022)	4. <i>Transportation</i> 5. <i>Hospitality</i> 3. (Susianto, 2022)	2. Observasi 3. Dokumentasi Data diperoleh dari : 1. Pelaku Usaha 2. Pemerintah 3. Pekerja
Kuantitatif			
Persepsi Wisatawan (X)	Persepsi wisatawan dapat didefinisikan sebagai proses di mana individu (wisatawan) mengorganisir, menginterpretasikan, dan memberikan makna terhadap informasi yang mereka terima mengenai suatu destinasi pariwisata. Persepsi ini dibentuk melalui pengalaman langsung maupun informasi yang diperoleh sebelum, selama, dan setelah kunjungan ke destinasi. (Prasetyo, 2019)	Aspek – aspek persepsi : 1. Daya Tarik Wisata 2. Kualitas Layanan 3. Fasilitas dan Aksesibilitas 4. Pengalaman Wisata 5. Informasi dan Promosi 6. Dampak Sosial dan Lingkungan (Prasetyo, 2019)	Data diperoleh melalui : 1. Kuisisioner (skala ordinal) Data diperoleh dari : 1. Wisatawan yang berkunjung ke Floating Market Lembang
Daya Tarik Wisata (Y)	Daya tarik wisata didefinisikan sebagai segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan, kemudahan, dan nilai yang berwujud keanekaragaman kekayaan alam maupun buatan manusia yang menarik dan memiliki nilai	1. <i>Attraction</i> 2. <i>Facilities</i> 3. <i>Infrastructure</i> 4. <i>Transportation</i> 5. <i>Hospitality</i> (Susianto, 2022)	Data diperoleh melalui : 1. Kuisisioner (skala ordinal) Data diperoleh dari : 1. Wisatawan yang berkunjung ke Floating Market Lembang

	untuk dikunjungi dan dilihat oleh wisatawan. (Susianto, 2022)		
Kualitatif			
Identifikasi Wisata Gastronomi Melalui <i>Nona Helix</i> (Salapan Cinyusu)	Salapan cinyusu atau konsep <i>Nona Helix</i> merupakan sinergi sembilan pemangku kepentingan yang didapat dari pemikiran ulang dan rekayasa ulang produk pangan untuk mendukung Bandung sebagai Kota Gastronomi. (Turgarini, 2021)	1. Pengusaha 2. Pemerintah 3. Pekerja 4. Pemasok 5. Pakar 6. Pemerhati 7. Penikmat 8. <i>NGO</i> 9. Teknologi Informasi. (Turgarini, 2021)	Data diperoleh melalui : 1. Wawancara 2. Observasi 3. Dokumentasi 4. Kuisisioner Data diperoleh dari : 1. Pengusaha 2. Pemerintah 3. Pekerja 4. Pemasok 5. Pakar 6. Pemerhati 7. Penikmat 8. <i>NGO</i> 9. Teknologi Informasi.

Sumber : Diolah Oleh Penulis, 2024

3.3.6 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah metode yang digunakan untuk mengumpulkan data dan informasi lain yang diperlukan dalam penelitian. Peneliti mengumpulkan data dari berbagai sumber yang relevan dengan penelitian. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuisisioner menggunakan skala likert. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi individu atau kelompok mengenai suatu fenomena sosial. Dalam skala likert, variabel yang diukur diuraikan menjadi beberapa indikator, yang kemudian digunakan sebagai dasar untuk menyusun item-item instrumen berupa pertanyaan atau pernyataan. Setiap alternatif jawaban pada skala likert diberi skor untuk setiap pilihan yang diberikan.

Agni Marsha, 2024

ANALISIS PERSEPSI WISATAWAN TERHADAP DAYA TARIK WISATA GASTRONOMI LOKAL DI FLOATING MARKET LEMBANG

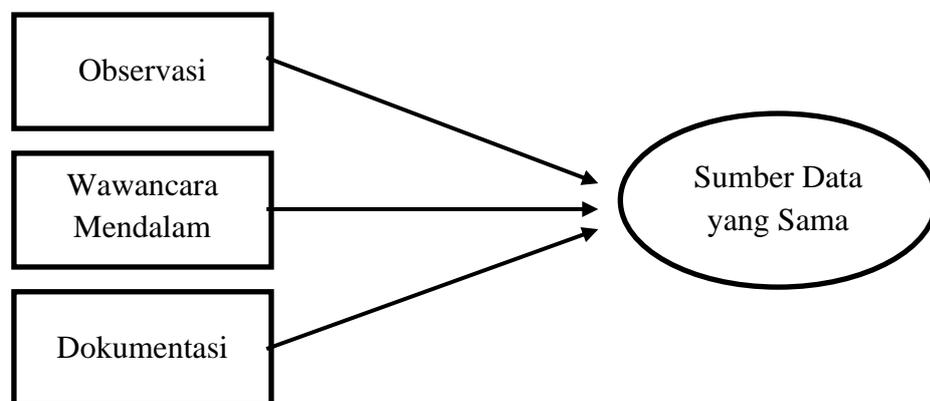
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

3.3.7 Uji Keabsahan Data

3.3.7.1 Triangulasi

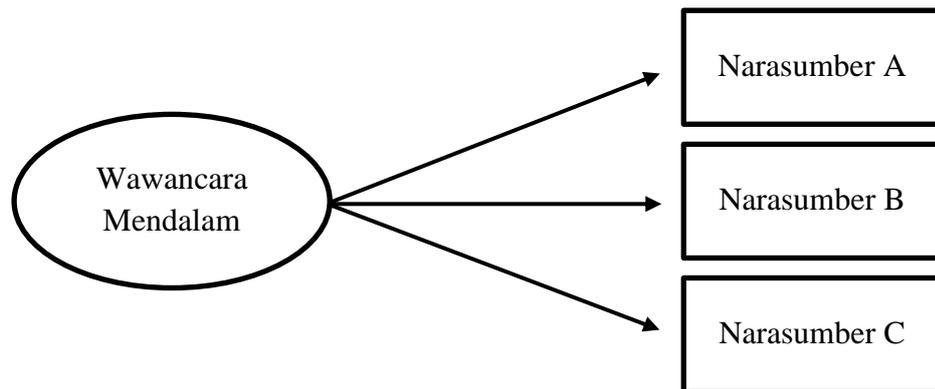
Menurut Hardani dkk (2020, hlm. 154-157) teknik pengumpulan data triangulasi adalah metode yang menggabungkan berbagai teknik pengumpulan data yang telah di kumpulkan (Hardani *et al.*, 2020). Ketika peneliti menggunakan teknik ini, peneliti tidak hanya mengumpulkan data tetapi juga menguji kredibilitas data secara bersamaan, dengan memeriksa kualitas data melalui kombinasi sebagai metode pengumpulan dan sumber data.

Dalam penelitian ini, data diperoleh dari sumber-sumber yang berkaitan dengan objek peneitian, yaitu persepsi wisatawan terhadap daya tarik wisata gastronomi lokal dengan menggunakan triangulasi teknik dan sumber data. Triangulasi teknik mengacu pada penggunaan berbagai metode pengumpulan data untuk mendapatkan informasi dari sumber data yang sama. Peneliti menerapkan observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi untuk mengumpulkan data dari sumber yang sama secara bersamaan. Sementara itu, triangulasi sumber berarti mendapatkan data dari berbagai sumber menggunakan teknik yang sama. Hal ini dapat dijelaskan pada gambar berikut.



Gambar 3.1 Triangulasi Teknik Pengumpulan Data

Sumber : (Hardani,dkk., 2020, hlm. 155)



Gambar 3.2 Triangulasi Sumber Pengumpulan Data

Sumber : (Hardani,dkk., 2020, hlm. 156)

3.3.7.2 Member Checking

Menurut Hardani dkk (2020, hlm. 166) pengecekan keanggotaan (member checking) guna mengetahui keakuratan hasil riset. Tujuan member check adalah untuk mengetahui seberapa jauh data yang didapatkan sesuai dengan apa yang diberikan oleh sumber data, jadi tujuannya adalah agar informasi yang diperoleh dan akan digunakan dalam penelitian sesuai dengan apa yang dimaksud sumber data atau informan.

3.3.8 Hasil Pengujian Validitas dan Reabilitas

3.3.8.1 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk menilai apakah suatu kuisisioner sah atau valid. Suatu instrumen atau kuesioner dianggap valid jika pertanyaan dapat mengungkapkan dengan tepat apa yang ingin diukur oleh kuisisioner tersebut. (Ghozali, 2018).

Uji signifikansi dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dengan nilai r tabel. Untuk menentukan kelayakan suatu item yang akan digunakan, biasanya dilakukan uji signifikansi koefisien korelasi pada taraf signifikansi 0,05 yang berarti sebuah item dianggap valid jika berkorelasi signifikan dengan skor total. Jika r hitung lebih besar dari r tabel dan bernilai positif maka item pertanyaan atau variabel tersebut dinyatakan valid. Sebaliknya, jika r hitung lebih kecil dari r tabel, maka item pertanyaan atau variabel tersebut dianggap tidak valid. Uji validitas ini dilakukan dengan menyebarkan kuisisioner kepada 30 orang responden.

Tabel 3.4 Uji Validitas X

Variabel	Nilai R Hitung	Nilai R Tabel	Nilai Sig.	Keputusan
X1	0,769	0,361	0,000	VALID
X2	0,785	0,361	0,000	VALID
X3	0,663	0,361	0,000	VALID
X4	0,821	0,361	0,000	VALID
X5	0,852	0,361	0,009	VALID
X6	0,838	0,361	0,000	VALID
X7	0,858	0,361	0,000	VALID
X8	0,865	0,361	0,000	VALID
X9	0,743	0,361	0,000	VALID
X10	0,805	0,361	0,000	VALID
X11	0,628	0,361	0,000	VALID

Sumber : Diolah Oleh Penulis, 2024

Berdasarkan hasil SPSS uji validitas dinyatakan valid karena r hitung > r tabel. Dari masing – masing item pertanyaan variabel X memiliki nilai r hitung lebih besar daripada r tabel, maka data pada tabel 3.4 diatas dapat dinyatakan valid.

Tabel 3.5 Uji Validitas Y

Variabel	Nilai R Hitung	Nilai R Tabel	Nilai Sig.	Keputusan
Y1	0,851	0,361	0,000	VALID
Y2	0,816	0,361	0,000	VALID
Y3	0,721	0,361	0,000	VALID
Y4	0,726	0,361	0,000	VALID
Y5	0,713	0,361	0,000	VALID
Y6	0,799	0,361	0,000	VALID
Y7	0,794	0,361	0,000	VALID
Y8	0,558	0,361	0,027	VALID
Y9	0,806	0,361	0,000	VALID
Y10	0,832	0,361	0,000	VALID
Y11	0,638	0,361	0,007	VALID

Agni Marsha, 2024

ANALISIS PERSEPSI WISATAWAN TERHADAP DAYA TARIK WISATA GASTRONOMI LOKAL DI FLOATING MARKET LEMBANG

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

Y12	0,732	0,361	0,000	VALID
-----	-------	-------	-------	-------

Sumber : Diolah Oleh Penulis, 2024

Berdasarkan hasil SPSS uji validitas dinyatakan valid karena r hitung $>$ r tabel. Dari masing – masing item pertanyaan variabel Y memiliki nilai r hitung lebih besar daripada r tabel, maka data pada tabel 3.4 diatas dapat dinyatakan valid.

3.3.8.2 Uji Reabilitas

Menurut Sugiyono (2017: 130) uji reabilitas mengacu pada sejauh mana hasil pengukuran menggunakan objek yang sama akan menghasilkan data yang konsisten (Sugiyono, 2017). Uji reliabilitas ini dilakukan pada sejumlah responden menggunakan pertanyaan yang telah dinyatakan valid dalam uji validitas dan akan diuji reliabilitasnya. Dengan menggunakan program SPSS, variabel dinyatakan reliabel dengan kriteria berikut :

1. Jika r -alpha bernilai positif dan lebih besar dari r -tabel maka pernyataan tersebut dinyatakan reliabel.
2. Jika r -alpha bernilai negatif dan lebih kecil dari r -tabel maka pernyataan tersebut dinyatakan tidak reliabel.
 - a. Jika nilai Cronbach's Alpha $>$ 0,6 maka reliable
 - b. Jika nilai Cronbach's Alpha $<$ 0,6 maka tidak reliable

Tabel 3.6 Uji Reabilitas X

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.931	11

Sumber : Diolah Oleh Penulis, 2024

Uji reabilitas dinyatakan reliabel jika nilai *cronbach's alpha* $>$ 0,6. Dari hasil pengolahan data SPSS variabel X didapatkan hasil *cronbach's alpha* sebesar 0,884 yang artinya lebih besar dari 0,6 sehingga data yang di uji dinyatakan reliabel.

Tabel 3.7 Uji Reabilitas Y

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.928	12

Sumber : Diolah Oleh Penulis, 2024

Uji reabilitas dinyatakan reliabel jika nilai *cronbach's alpha* > 0,6. Dari hasil pengolahan data SPSS variabel Y didapatkan hasil *cronbach's alpha* sebesar 0,891 yang artinya lebih besar dari 0,6 sehingga data yang di uji dinyatakan reliabel.

3.3.9 Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi analisis data deskriptif kuantitatif dan kualitatif. Analisis deskriptif adalah metode yang dilakukan sesuai dengan tujuan penelitian, dengan menguraikan dan menggambarkan secara rinci kondisi yang terjadi di lokasi penelitian agar lebih akurat dalam menginterpretasikan hasil. Metode ini biasanya menggunakan instrumen- instrumen seperti analisis daya tarik dan potensi objek wisata, analisis sarana dan prasarana pariwisata, serta analisis sosial budaya dalam bentuk peta-peta (Tingginehe *et al.*, 2019).

Teknik analisis data deskriptif dalam penelitian ini diperoleh dari observasi, kuesioner/angket, wawancara, dan studi literatur yang kemudian di analisis dan dijelaskan secara mendalam untuk mendapatkan hasil yang optimal. Responden dalam penelitian ini diharapkan mampu memenuhi penelitian ini, yaitu wisatawan yang mengunjungi wisata gastronomi lokal di *Floating Market* Lembang.

Dalam penelitian ini, terdapat dua variabel yaitu persepsi dan daya tarik wisata. Data yang diperoleh berasal dari pertanyaan-pertanyaan hasil kuesioner yang didasarkan variabel - variabel tersebut. Penilaian terhadap setiap indikator menggunakan skala interval dengan opsi jawaban : Sangat Tidak Setuju (STS), Tidak Setuju (TS), Kurang Setuju (KR), Setuju (S), dan Sangat Setuju (SS) dengan nilai menggunakan skala likert dari satu hingga lima.

Selanjutnya akan dilakukan perhitungan rekapitulasi data untuk mencari nilai skor maksimum dan nilai skor minimum menggunakan rumus kelas berikut:

Skor Minimum (smins) = n x k x nilai minimum

Skor Maksimum (smaks)=n x k x nilai maksimum

Kelas Interval (c) = $\frac{x maks - x mins}{k}$