BAB III
METODE PENELITIAN

3.1 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini adalah Ciwangun Indah Camp yang berlokasi di Jl. Ciwangun Indah Camp Kp. Ciwangun RT. 03 RW. 15 Ds. Cihanjuang Rahayu, Kec. Parongpong, Kab. Bandung Barat. Ciwangun Indah Camp berada 1000 meter diatas permukaan laut dengan kisaran suhu udara dari 17˚ C hingga 25˚ C. Luas area Ciwangun Indah Camp adalah 22 Ha, terdiri dari hutan pinus, aliran sungai Situ Lembang – Cimahi, air terjun, goa, kebun teh, hutan, lembah/tebing, danau buatan,kebun stroberi dan area pertanian.

3.2 Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian deskriptif dan metode verifikatif/kuantitatif. Menurut Kasiram (2008: 149) Metodologi Penelitian Kuantitatif adalah suatu proses menemukan pengetahuan yang menggunakan data berupa angka sebagai alat menganalisis keterangan mengenai apa yang ingin diketahui. Sedangkan menurut Narbuko dan Achmadi (2009:44) menjelaskan, penelitian kuantitatif adalah penelitian yang berusaha untuk menuturkan pemecahan masalah yang ada bedasarkan angka-angka.

3.3 Definisi Oprasional

Untuk mengukur variabel penelitian, maka diperlukan penguraian definisi konseptual menjadi definisi oprasioanl. Hal ini dilakukan untuk memudahkan ketika pembuatan alat ukur variabel penelitian dan untuk mendapatkan data yang relevan dengan hipotesis penelitian.

1. Variabel Pengetahuan Pelanggan (wisatawan)

   Variabel Pengetahuan pelanggan yang dimaksud dalam judul penelitian ini adalah pengetahuan wisatawan, karena objek penelitian ini adalah daya tarik wisata. Teori yang digunakan mengenai pengetahuan wisatawan adalah teori pengetahuan konsumen. hal ini karena penulis memahami terdapat

Heri Rustandi, 2014
PENGARUH PENGETAHUAN DAN NILAI PELANGGAN TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG KE CIWANGUN INDAH CAMP
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

kesamaan yang mendasar antara konsumen dan pelanggan yaitu sama-sama pihak yang mengkonsumsi, menikmati dan menggunakan produk atau jasa yang disediakan oleh penyedia produk atau jasa. Teori yang digunakan adalah Menurut Engel, Blackwell dan Miniard dalam Sumarwan (2004:120) bahwa pengetahuan konsumen dibagi tiga yaitu pengetahuan produk, pengetahuan pembelian dan pengetahuan pemakaian. Pengetahuan produk merupakan segala informasi yang dimiliki konsumen yang berhubungan dengan produk meliputi: kategori produk, merek, atribut atau fitur produk, harga peroduk dan kepercayaan mengenai produk. Pengetahuan pembelian yaitu pengetahuan konsumen tentang lokasi dimana ia membeli produk atau jasa, lokasi dimana produk itu ditempatkan dan lain-lain. Pengetahuan pemakian adalah pengetahuan konsumen tentang cara penggunaan atas produk atau jasa yang dikonsumsinya. Berkaitan dengan pengertian tersebut, berarti pengetahuan wisatawan adalah pengetahuan mereka tentang segala hal terkait produk atau aktivitas wisata yang tersedia di suatu daya tarik yang dikunjunginya, pengetahuan tentang pembelian atau kunjugannya dan pengetahuan tentang cara menggunakan produk atau aktivitas yang tersedia di daya tarik wisata tersebut.

2. Variabel Nilai Pelanggan (wisatawan)

   Yang dimaksud dengan pelanggan, pada variabel nilai pelanggan yang terdapat pada judul penelitian ini adalah wisatawan. Karena objek penelitian ini adalah daya tarik wisata, artinya adalah kesesuaian antara manfaat yang diperoleh oleh para wisatawan pada saat bekunjung ke suatu daya tarik wisata dengan berbagai korbanan yang telah dilakukannya baik korbanan nominal uang, korbanan waktu yang dihabiskan untuk berkunjung, korbanan energi (tingkat kemudahan atau kesulitan saat berkunjung) maupun korbanan psikologis. Teori yang digunakan adalah teori nilai pelanggan yang dikemukakan oleh Kotler dalam Gaffar (2007:66) bahwa nilai yang diterima oleh pelanggan adalah perbedaan antara total nilai pelanggan dan total korbanan pelanggan. Total nilai pelanggan adalah seperangkat manfaat yang diterima pelanggan dari produk atau jasa tertentu

yang dikonsumsinya. Total korbanan pelanggan adalah seperangkat biaya pelanggan yang dikorbankan dalam mengevalusi, mendapatkan, mempergunakan dan membuang produk atau jasa tertentu.

3. Variabel Keputusan Berkunjung

   Variabel keputusan berkunjung yang terdapat pada judul penelitian ini, merujuk pada teori keputusan pembelian. Dengan asumsi, wisatawan mengambil keputusan berkunjung ke suatu daya tarik wisata berarti ia telah melakukan keputusan pembelian, teori yang digunakan adalah menurut Kotler dan Keller dalam Hurriyati (2010:71), yang mengidentifikasi keputusan pembelian berdasarkan pilhan produk, pilihan merek, pilihan penyalur atau pilihan saluran distribusi, waktu pembelian atau kunjungan, jumlah pembelian dan metode pembayaran. Namun dalam penelitian ini dimensi jumlah pembelian tidak digunakan.

3.4 Oprasionalisasi Variabel

Penelitian ini meliputi tiga variabel, yaitu dua variabel bebas dan satu variabel terikat. Menurut Sugiyono (2012:64) mengemukakan bahwa variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen, sedangkan variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas. Pada tabel 3.1, dirincikan mengenai oprasionalisasi variabel penelitian ini.

Tabel 3.1

Oprasionalisasi Variabel

No.	Variabel	Sub Variabel	Indikator	No. Item	Skala
1	**Pengetahuan Pelanggan (Wisatawan)** Engel, Blackwell dan Miniard dalam Sumarwan (2004:120) **(X_1)**	Pengetahuan Produk	• Tingkat pengetahuan wisatawan mengenai kategori produk CIC	1	**Ordinal**
			• Tingkat pengetahuan wisatawan mengenai atribut/fitur produk CIC	2	

No.	Variabel	Sub Variabel	Indikator	No. Item	Skala
			• Tingkat pengetahuan wisatawan mengenai harga produk CIC	3	
			• Tingkat pengetahuan wisatawan mengenai kepercayaan produk wisata CIC	4	
		Pengetahuan Pembelian	• Tingkat pengetahuan wisatawan tentang lokasi Ciwangun Indah Camp	5 6 7	**Ordinal**
			• Tingkat kejelasan penunjuk jalan menuju aktivitas wisata dalam Ciwangun Indah Camp	8 9 10	
		Pengetahuan Pemakaian	• ingkat pengetahuan wisatawan dilihat dari ketepatan pengunaan aktivitas wisata	11 12 13 14	**Ordinal**
2	**Nilai Pelanggan (Wisatawan)** Total nilai pelanggan/ Total biaya pelanggan Kotler dalam Gaffar (2007:66) **(X_2)**	Manfaat produk	• ingkat kesesuaian kehandalan produk yang didapatkan sebanding dengan biaya yang dikeluarkan	15	**Ordinal**
			• ingkat kesesuaian kehandalan produk yang didapatkan sebanding dengan lamanya waktu yang harus ditempuh untuk mendapatkan produk	16	
			• ingkat kesesuaian kehandalan produk yang didapatkan	17	

No.	Variabel	Sub Variabel	Indikator	No. Item	Skala
			sebanding dengan tingkat kemudahan dalam menemukan produk		
			• ingkat kesesuaian kehandalan produk yang didapatkan sebanding dengan kepuasan yang dirasakan	18	
		Manfaat pelayanan	• ingkat pelayanan yang diperoleh sebanding dengan biaya yang dikeluarkan	19	**Ordinal**
			• ingkat pelayanan yang diperoleh sebanding dengan lamanya waktu yang harus ditempuh	20	
			• ingkat pelayanan yang diperoleh sebanding dengan kemudahan dalam menemukan produk	21	
			• ingkat pelayanan yang diperoleh sebanding dengan kepuasan yang dirasakan	22	
		Manfaat pengetahuan Karyawan	• ingkat kesesuaian daya tangkap karyawan dalam melayani sebanding dengan biaya yang dikeluarkan	23	**Ordinal**
			• ingkat kesesuaian daya tangkap karyawan	24	

No.	Variabel	Sub Variabel	Indikator	No. Item	Skala
			dalam melayani sebanding dengan lamanya waktu yang harus ditempuh		
			• ingkat kesesuaian daya tangkap karyawan dalam melayani sebanding dengan kemudahan dalam menemukan produk	25	
		Manfaat citra	• ingkat kesesuaian antara Ciwangun Indah Camp sebagai kebanggaan tempat berwisata sebanding dengan biaya yang dikeluarkan	26	**Ordinal**
			• ingkat kesesuaian antara Ciwangun Indah Camp sebagai kebanggaan tempat berwisata sebanding dengan lamanya waktu yang harus ditempuh	127	
			• ingkat kesesuaian antara Ciwangun Indah Camp sebagai kebanggaan tempat berwisata sebanding dengan kemudahan menemukan produk	28	
			• ingkat kesesuaian antara Ciwangun Indah Camp sebagai kebanggaan tempat berwisata sebanding dengan kepuasan yang dirasakan	29	

No.	Variabel	Sub Variabel	Indikator	No. Item	Skala
3	**Keputusan Berkunjung** Kotler dan Keller, dalam Hurriyati (2010: 71) **(Y)**	Pilihan produk	• ingkat daya tarik aktivitas wisata	30	**Ordinal**
			• ingkat kestrategisan penempatan aktivitas wisata	31	
			• ingkat keragaman aktivitas wisata	32	
		Pilihan Merek	• ingkat kemenarikan nama Ciwangun Indah Camp	33 34	**Ordial**
			• ingkat kepopuleran Ciwangun Indah Camp	35	
		Pilihan Saluran Distribusi	• ingkat keputusan berkunjung karena kestrategisan lokasi	36	**Ordinal**
			• Tingkat kemudahan distribusi	37	
		Waktu Pembelian	• ingkat melakukan kunjungan pada waktu *weekends*	38	**Ordinal**
			• ingkat melakukan kunjungan pada waktu *weekdays*	39	
			• ingkat melakukan kunjungan pada waktu libur nasional, libur hari raya, tahun baru	40	
			• ingkat melakukan kunjungan pada waktu luang yang cukup	41	

No.	Variabel	Sub Variabel	Indikator	No. Item	Skala
		Metode pembayaran	• ingkat kemudahan melakukan pembayaran	42 43 44	**Ordinal**

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2014

3.5 Jenis dan Sumber Data

Jenis dan sumber data dalam penelitian ini adalah bersumber pada:

1. Data Primer

   Menurut Hasan (2010:19) yang dimaksud dengan data primer adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan langsung dilapangan oleh orang yang melakukan penelitian atau yang bersangkutan memerlukannya, data primer ini disebut juga data asli atau data baru. Contohnya adalah kuesioner, survey, data observasi dan sebagainya. Menurut Wardiyanta (2006:28), data primer adalah informasi yang diperoleh dari sumber-sumber primer, yakni yang asli, informasi dari tangan pertama atau responden.

2. Data Sekunder

   Data sekunder adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh orang yang melakukan penelitian dari sumber-sumber yang telah ada. Data ini biasanya diperoleh diperpustakaan atau dari laporan-laporan penelitian terdahulu. Contohnya data yang sudah tersedia ditempat-tempat tertentu seperti perpustakaan, BPS, kantor-kantor dan sebagainya (Hasan Iqbal, 2012:19).

Berkairtan dengan jenis dan sumber data dalam penelitan ini, dapat dilihat pada tabel 3.2.

Tabel 3.2

Jenis dan Sumber Data

JENIS DATA	SUMBER
Data Primer	
Persepsi pengetahuan wisatawan	Kuesioner responden mengenai

JENIS DATA	SUMBER
	pengetahuan wisatawan CIC
Persepsi nilai Pelanggan (wisatawan)	Kuesioner responden mengenai nilai pelanggan (wisatawan) CIC
Persepsi keputusan berkunjung wisatawan	Kuesioner responden mengenai keputusan berkunjung wisatawan ke CIC
Data Sekunder	
Profil Ciwangun Indah Camp	Ciwangun Indah Camp
Jumlah kunjungan wisatawan ke Ciwangun Indah Camp	Marketing Ciwangun Indah Camp 2014

Sumber: Hasil olahan penulis dari berbagai sumber 2014

3.6 Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling

3.6.1 Populasi

Masalah paling mendasar dari persoalan penelitian adalah menentukan populasi data. Secara umum, populasi bisa didefinisikan sebagai sekumpulan data yang mengidentifikasi suatu fenomena. Sebenarnya, definisi populasi lebih tergantung dari kegunaan dan relevansi data yang dikumpulkan.

Menurut Margono dalam Rudi Susilana (2006:118) menjelaskan bahwa yang dimsukud dengan populasi adalah seluruh data yang menjadi perhatian kita dalam suatu ruang lingkup dan waktu yang kita tentukan. Menurut Istijanto (2009:113) mengartikan bahwa populasi adalah jumlah keseluruhan yang mencakup semua anggota yang diteliti. Menurut Wardiyanta (2006:19) Populasi adalah jumlah kseluruhan dari unit analisis yang ciri-cirinya akan diduga. Sedangkan menurut Bungin (2005:99) menjelaskan populasi merupakan keseluruhan dari objek penelitian yang dapat berupa manusia, hewan, tumbuh-tumbuhan, udara, gejala, nilai, peristiwa, sikap, hidup dan sebaginya.

Dari beberapa pengertian yang diungkapkan oleh para ahli tersebut, dapat disimpulkan bahwa populasi merupakan jumlah keseluruhan dari objek yang akan diteliti. Berkaitan dengan pengertian tersebut populasi dalam penelitian ini adalah

seluruh wisatawan yang berkunjung ke Ciwangun Indah Camp berdasarkan data kunjungan lima tahun terkahir yaitu tahun 2008 sampai tahun 2012. Data kunjungan tersebut dapat dilihat pada tabel 3.4.

Tabel 3.4

Jumlah Kunjungan Wisatawan Domestik ke Ciwangun Indah Camp Tahun 2008-2012

Tahun	Jumlah Wisatawan
2008	93.618
2009	104.139
2010	86.556
2011	71.222
2012	77.461
Jumlah	432.996
Rata-Rata	86.599

Sumber: Marketing Ciwangun Indah Camp 2014

3.6.2 Sampel

Menurut Mardalis (2009:55) sampel adalah contoh, yaitu sebagian dari seluruh individu yang menjadi objek penelitian. Sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti (Arikunto, 2006: 109). Berdasarkan pengertian sampel menurut para ahli tersebut, dapat disimpulkan bahwa sampel merupkan wakil atau sebagiaan dari jumlah populasi yang akan diteliti. Sampel dalam penelitian ini adalah wisatawan yang berkunjung ke Ciwangun Indah Camp. Untuk menentukan ukuran sampel yang digunakan pada penelitian ini, yaitu mengacu pada rumus yang di kemukakan oleh Slovin sebagai berikut:

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

Keterangan:

n = Number of samples (jumlah sampel)

N = Total population (jumlah seluruh anggota populasi)

e = Error tolerance (presentasi kelonggaran ketidak telitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditolelir [e = 0,1]).

Berkaitan dengan jumlah sampel dalam penelitian ini adalah diambil dari rata-rata jumlah kunjungan wisatawan yang datang ke Ciwangun Indah Camp dari tahun 2008 sampai tahun 2012 dengan jumlah 432.996 wisatawan, kemudian jumlah tersebut dibagi lima sehingga diperoleh rata-rata jumlah kunjungan menjadi 86.599,2. Namun karena yang menjadi populasi adalah wisatawan sehingga angka dibelakang koma dihilangkan dan dibulatkan menjadi 86.599 wisatawan.

$$n = \frac{86.599}{(1 + 86.599x0,1^2)}$$

$$n = 99,98$$

$$n = 100$$

Berdasarkan hasil tersebut, maka sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 responden. Oleh karena itu peneliti akan menyebarkan angket ke 100 responden.

3.6.3 Teknik Sampling

Menurut Istijanto (2009:119-120) secara garis besar terdapat dua metode untuk menarik sampel yaitu *probability* dan *non-probability sample.* Pembagian ini didasarkan pada ada tidaknya peluang yang dimiliki tiap anggota populasi untuk menjadi sampel atau tidak. Yang termasuk di dalam metode *probability*

sample adalah *simple random sampling, stratified sampling, systematic sampling* dan *cluster sampling*.

Dalam penelitian ini teknik sampling yang digunakan adalah *simple random sampling,* dimana menurut Narbuko dan Achmadi (2009:111) mejelaskan, teknik *simple random sampling* adalah teknik pengambilan sampel dimana semua individu dalam populasi baik secara sendiri-sendiri atau bersama-sama diberi kesempatan yang sama untuk dipilih menjadi anggota sampel. Menurut Suharsaputra (2012:116) *simple random sampling* adalah cara pengambilan sampel dimana setiap unsur yang membentuk populasi diberi kesempatan yang sama untuk terpilih menjadi sampel. Selain itu, menurut Sujarweni dan Endrayanto (2012:14) menjelaskan *simple random sampling* adalah pengambilan anggota sampel dan populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu.

3.7 Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian

3.7.1 Teknik Pengumpulan Data

Metode yang digunakan dalam pengumpulan data pada penelitian adalah sebagai berikut:

1. Observasi

   "Salah satu cara mempelajari konsumen adalah dengan mengobservasi perilaku yang tampak…" (Setiadi, 2005:33-34). Peneliti secara langsung melakukan pengamatan ke lokasi penelitian dan mengamati jenis wisata apa yang lebih disukai oleh pengunjung atau wisatawan serta apa saja yang dilakukan oleh wisatawan. Namun dalam observasi ini peneliti tidak menggunakan pedoman observasi, tetapi hanya melakukan pengamatan saja

2. Angket

   Angket merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono:2012). Berkaitan dengan angket, maka selanjutnya akan berhubungan dengan skala likert.

Skala likert adalah skala dimana responden diminta untuk memberikan penilaiannya terhadap beberapa pernyataan atas suatu obyek tertentu. Menurut Rangkuti (2007:66), dalam skala likert kemungkinan jawaban tidak hanya sekedar setuju dan tidak setuju melainkan dibuat dengan lebih banyak kemungkinan jawaban misalnya sebagai berikut:

Sangat setuju	: bobot nilai 5
Setuju	: bobot nilai 4
Cukup setuju	: bobot nilai 3
Tidak setuju	: bobot nilai 2
Sangat tidak setuju	: bobot nilai 1

Cara mengerjakannya adalah:

1. Mengumpulkan sejumlah pernyataan-pernyataan yang berkaitan dengan masalah yang akan diteliti. Responden diharuskan memilih salah satu dari sejumlah kategori jawaban yang tersedia kemudian masing-masing jawaban diberi skor tertentu (misalnya 1,2,3,4,5).
2. Membuat skor total untuk setiap orang dengan menjumlah skor untuk semua jawaban.
3. Menilai kekompakan antar pernyataan. Caranya adalah membandingkan jawaban antara dua responden yang mempunyai skor total yang sangat berbeda, tetapi memberikan jawaban yang sama untuk suatu pernyataan tertentu. Pernyataan yang bersangkutan dinilai tidak baik. Dan pernyataan tersebut dikeluarkan (tidak dipergunakan untuk mengukur konsep yang diteliti).
4. Pernyataan yang kompak dijumlahkan untuk membentuk variabel baru dengan mempergunakan teknik *summeted rating*.

Sedangkan menurut Istijanto (2009:90), skala likert yaitu meminta responden menunjukan tingkat persetujuan atau ketidaksetujuannya terhadap serangkaian pernyataan tentang suatu obyek. Skala ini dikembangkan oleh Rensis Likert dan biasanya memiliki 5 atau 7 kategori dari “sangat setuju” sampai dengan “sangat tidak setuju”. Sebagai contoh responden diminta memberikan tingkat

persetujuan terhadap pernyataan yang menyatakan “harga produk di supermarket adalah murah”. (sangat setuju, setuju, ragu-ragu, tidak setuju, sangat tidak setuju).

3.7.2 Instrumen Penelitian

Menurut Bungin (2005:94), instrumen penelitian adalah perangkat lunak dari seluruh rangkaian proses pengumpulan data penelitian dilapangan. Instrumen dalam penelitian kuantitatif dapat berupa test, pedoman wawancara, pedoman observasi dan kuesioner (Sugiyono:2012:59). Dalam penelitian ini instrumen yang digunakan peneliti adalah angket.

3.8 Teknik Pengujian Data Validitas dan Reliabilitas

3.8.1 Uji Validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan kevalidan dari suatu instrumen. 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*. Menurut Sugiyono (2009:172) menjelaskan instrumen yang *valid* berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data itu *valid, valid* berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Keputusan pengujian validitas item instrumen adalah sebagai berikut:

1. Item pertanyaan yang diteliti dikatakan *valid* jika rhitung > rtabel,
2. Item pertanyaan yang diteliti dikatakan tidak *valid* jika rhitung < rtabel.

Selanjutnya menurut Sujarweni dan Endrayanto (2012:177), bahwa uji validitas digunakan untuk mengetahui kelayakan butir-butir dalam suatu daftar pertanyaan dalam mendefinisikan suatu variabel. Untuk uji validitas menggunakan teknik korelasi *product moment* dengan rumus sebagai berikut:

$$r = \frac{n\,\Sigma xy - (\Sigma x)(\Sigma y)}{\sqrt{[n\Sigma x^2 - (x)^2]\,[n\Sigma y^2 - (\Sigma y)^2]}}$$

Dimana:

r : koefisien validitas item yang dicari

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 skor distribusi x

$\sum y^2$: jumlah kuadrat dalam skor distribusi y

n : banyaknya responden

3.8.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan suatu ukuran yang menunjukkan bahwa suatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpulan data karena instrumen tersebut sudah baik. Jika instrumen dapat dipercaya maka data yang dihasilkan oleh instrumen tersebut dapat dipercaya (Husen Umar, 2008:170). Selain itu, menurut Sujarweni dan Endrayanto (2012:186) mengartikan uji reliabilitas merupakan ukuran suatu kestabilan dan konsistensi responden dalam menjawab hal yang berkaitan dengan konstruk-konstruk pertanyaan yang merupakan dimensi suatu variabel dan disusun dalam suatu bentuk kuesioner. Uji reliabilitas dapat dilakukan secara bersama-sama terhadap seluruh butir pertanyaan/pernyataan. Jika nilai *alpha*>0,60 maka reliabel, dengan rumus sebagai berikut:

$$\left[\frac{k}{k-1}\right]\left[1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2}\right]$$

Keterangan:

r = *Koefisienreliabilityinstrumen*

k = Banyaknya butir pertanyaan

$\Sigma\sigma_b^2$ = total variansi butir

σ_t^2 = total varians (Sujarweni dan Endrayanto, 2012:186)

3.8.3 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan SPSS versi 20 *for windows*, maka diperoleh hasil pengujian validitas dan reliabilitas dari item-item pernyataan yang diajukan oleh peneliti. Hasil pengujian validitas dan reliabilitas ini dapat dilihat pada tabel-tabel sebagai berikut:

Tabel 3.5

Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Pengetahuan Pelanggan

No.	Pernyataan	Titik Validitas	Titik Kritis	Keterangan	Titik Reliabel	Titk Kritis	Keterangan
1	P1	0,602	0,361	*Valid*	0,920	0,60	Reliabel
2	P2	0,506		*Valid*			
3	P3	0,753		*Valid*			
4	P4	0,758		*Valid*			
5	P5	0,758		*Valid*			
6	P6	0,600		*Valid*			
7	P7	0,623		*Valid*			
8	P8	0,857		*Valid*			
9	P9	0,793		*Valid*			
10	P10	0,836		*Valid*			
11	P11	0,739		*Valid*			
12	P12	0,742		*Valid*			
13	P13	0,769		*Valid*			
14	P14	0,571		*Valid*			

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2014

Berdasarkan tabel 3.5, diperoleh informasi hasil uji vaiditas dan reliabilitas instrumen untuk variabel pengetahuan pelanggan (wisatawan). Seperti diketahui bahwa syarat suatu instrumen dapat dinyatakan *valid* jika rhitung > rtabel dan Item pernyataan dikatakan tidak valid jika rhitung < rtabel. Selain itu suatu

instrumen dapat dinyatakan reliabel jika nilai *alpha*>0,60. Melihat data yang tertera pada tabel 3.5, menunjukan semua butir pernyataan untuk variabel pengetahuan pelanggan atau wisatawan adalah *valid* dan reliabel. Sebab skor rhitung lebih besar dari rtabel (0,361) dan nilai *alpha* (0,920) lebih besar dari 0,60.

Tabel 3.6

Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Nilai Pelanggan

No.	Pernyataan	Titik Validitas	Titik Kritis	Keterangan	Titik Reliabel	Titk Kritis	Keterangan
15	P15	0,776	0,361	*Valid*	0,960	0,60	Reliabel
16	P16	0,722		*Valid*			
17	P17	0,736		*Valid*			
18	P18	0,858		*Valid*			
19	P19	0,745		*Valid*			
20	P20	0,762		*Valid*			
21	P21	0,778		*Valid*			
22	P22	0,777		*Valid*			
23	P23	0,713		*Valid*			
24	P24	0,856		*Valid*			
25	P25	0,799		*Valid*			
26	P26	0,808		*Valid*			
27	P27	0,892		*Valid*			
28	P28	0,891		*Valid*			
29	P29	0,899		*Valid*			

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2014

Berdasarkan tabel 3.6, diperoleh informasi hasil uji vaiditas dan reliabilitas instrumen untuk variabel nilai pelanggan (wisatawan). Syarat suatu instrumen dapat dinyatakan *valid* jika rhitung>rtabel dan sebaliknya. Selain itu suatu instrumen dapat dinyatakan reliabel jika nilai *alpha*>0,60. Melihat data yang

tertera pada tabel 3.6, menunjukan semua butir pernyataan untuk variabel nilai wisatawan adalah *valid*. Sebab skor rhitung lebih besar dari rtabel (0,361). Selain itu, semua butir instrumen yang siajukan peneliti dinilai reliabel karena nilai *alpha* (0,960) lebih besar dari 0,60.

Tabel 3.7

Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Keputusan Berkunjung

No.	Pernyataan	Titik Validitas	Titik Kritis	Keterangan	Titik Reliabel	Titk Kritis	Keterangan
30	P30	0,673	0,361	*Valid*	0,906	0,60	Reliabel
31	P31	0,782		*Valid*			
32	P32	0,756		*Valid*			
33	P33	0,748		*Valid*			
34	P34	0,774		*Valid*			
35	P35	0,713		*Valid*			
36	P36	0,696		*Valid*			
37	P37	0,742		*Valid*			
38	P38	0,470		*Valid*			
39	P39	0,529		*Valid*			
40	P40	0,578		*Valid*			
41	P41	0,676		*Valid*			
42	P42	0,509		*Valid*			
43	P43	0,535		*Valid*			
44	P44	0,759		*Valid*			

Sumber: Hasil pengolahan Data, 2014

Dari tabel 3.7, diketahui hasil pengujian validitas dan reliabilitas instrumen penelitian untuk variabel keputusan berkunjung. Berdasarkan data yang tertera memperlihatkan bahwa semua butir pernyataan tersebut valid dan reliabel. Karena syarat suatu instrumen dapat dinyatakan valid jika rhitung>rtabel dan sebaliknya. Selain itu, suatu instrumen dapat dinyatakan reliabel jika nilai

alpha>0,60. Melihat data yang disajikan telah memenuhi syarat uji validitas dan reliabilitas dimana skor rhitung lebih besar apabila dibandingkan dengan rtabel (0,361). Dan nilai *alpha* 0,906 lebih besar dari 0,60.

3.9 Rancangan Analisis Data

Menurut Wardiyanta (2006:38-40) kegiatan analisis data meliputi rangkaian kegiatan sebagai berikut: mengedit data, mengkode data dan mengolah data,

1. Mengedit data,

   Mengedit data adalah kegiatan memperbaiki kualitas data. Tujuannya adalah menghilangkan keraguan akan kebenaran yang mungkin timbul setelah membaca data tersebut. Kegiatan *editing* mencakup hal-hal sebagai berikut:

   a. Pemeriksaan mengenai kelengkapan data. Misalnya dari daftar pernyataan/pertanyaan yang berhasil diambil kembali terdapat banyak jawaban yang tidak ada jawabannya atau bertentangan dalam jawaban satu responden.

   b. Pemeriksaan mengenai keseragaman ukuran data. Data harus dicatat dalam satuan-satuan yang seragam untuk mempermudah olahan data

2. Mengkode data,

   Mengkode data adalah upaya mengklasifikasikan jawaban responden menurut macamnya kedalam kategori-kategori tertentu. untuk dapat mengkode data dengan cermat langkah pertama mempelajari jawaban responden kemudian memutuskan perlu tidaknya jawaban tersebut dikategorikan terlebih dulu. Selanjutnya memberi kode pada jawaban yang ada sesuai dengan kategori yang telah ditentukan.

3. Mengolah data,

   Mengolah data merupakan merupakan tahapan yang sangat penting dan menentukan keberhasilan penelitian. Pada tahap ini data diolah sedemikian rupa sehingga diperoleh kesimpulan berupa kebenaran-kebenaran yang dapat digunakan atas permasalahan-permasalahan yang diajukan dalam penelitian.

3.9.1 Analisis Data Deskriptif

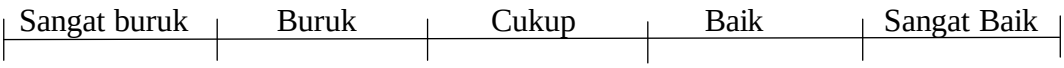
Analisis deskriptif digunakan untuk menganalisis data yang bersifat kualitatif serta digunakan untuk melihat faktor penyebab. Dalam penelitian ini, analisis deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan variabel-variabel penelitian yaitu:

1. Analisis deskripsi tanggapan responden mengenai pengetahuan wisatawan tentang Ciwangun Idah Camp
2. Analisis deskripsi tanggapan responden mengenai nilai pelanggan wisatawan Ciwangun Indah Camp
3. Analisis deskripsi tanggapan responden mengenai keputusan berkujung ke Ciwangun Indah Camp.

Pada penelitian ini, setiap pendapat responden atas pernyataan diberi nilai. Sedangkan untuk mengkategorikan hasil perhitungan digunakan kriteria penafsiran yang diambil dari perhitungan garis kontinum yaitu sebagai berikut:

1. Mencari nilai indeks minimum (terendah) = skor terendah x jumlah pernyataan x jumlah responden.
2. Nilai indeks maksimum (tertinggi) = skor tertinggi x jumlah pernyataan x jumlah responden.
3. Jarak interval = (skor ideal tertinggi - skor terendah) : banyaknya jumlah kelas interval.

Berkaitan dengan garis kontinum tersebut, berikut ini disajikan contoh gambar garis kontinum pada gambar 3.1.



Gambar 3.1

Garis Kontinum

3.9.2 Analisis Data Verifikatif

Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah regresi linier berganda. Teknik analis regresi linier berganda hanya dapat dilakukan apabila jumlah variabel bebanya minimal sebanyak dua variabel. Penelitian ini menggunakan data ordinal seperti dijelaskan dalam operasional variabel sebelumnya, oleh karena itu semua data ordinal yang terkumpul, terlebih dahulu harus ditransformasi menjadi skala interval atau *Method of Successive Interval* (MSI).

3.9.2.1 *Method of Successive Interval* (MSI)

Menurut Harun Al Rasyid dalam Kurnia (2011:62), menjelaskan langkah-langkah untuk melakukan transformasi data skala interval adalah sebagai berikut:

1. Menghitung frekuensi (f) pada setiap pilihan jawaban, berdasarkan hasil jawaban responden pada setiap pertanyaan
2. Berdasarkan frekuensi yang diperoleh untuk setiap pertanyaan, dilakukan perhitungan proporsi (p) setiap pilihan jawaban dengan cara membagi frekuensi dengan jumlah responden
3. Berdasarkan proporsi tersebut, selanjutnya dilakukan perhitungan proporsi kumulatif untuk setiap pilihan jawaban
4. Menentukan nilai batas Z untuk setiap pertanyaan dan setiap pilihan jawaban.
5. Menentukan nilai interval rata-rata untuk setiap pilihan jawaban melalui persamaan sebagai berikut:

$$Scale\ Value = \frac{Dencity\ at\ Lower\ Limit - Dencity\ at\ Upper\ Limit}{Area\ Below\ Upper\ Limit - Area\ Below\ Lower\ Limit}$$

3.9.2.2 Uji Asumsi Klasik

Menurut Nugroho (2005:36-40) teknik analisis regresi linier berganda digunakan dengan prosedur kerja sebagai berikut:

1. Uji Normalitas

   Uji normalitas dilakukan untuk mengetaui apakah data yang diambil berasal dari populasi yang berdistribusi normal atau tidak. Jika tidak

mengikuti pola sebaran distribusi normal, maka akan diperoleh taksiran yang bias. Pengujian normalitas dilakukan melalui *test kolmogorov-smirnov kereksi lilliofors* dengan rumus sebagai berikut:

$$D = \frac{Max}{Fo(Xi) - SN(Xi)} \qquad SN(Xi) = \frac{Fi}{N}$$

Dimana:

Fo (X) = fungsi distribusi komultaif yang ditentukan

SN (X) = distribusi frekuensi komulatif yang diobsevasi dari suatu sampel random dengan N observasi

i = 1,2,....N

Adapun kriteria Uji: Jika nilai *probabilitas*>0,05 maka distribusi normal dan Jika nilai probabilitas<0,05 maka distribusi tidak normal. Uji normalitas ini menggunakan bantuan *software* SPPS *ver.20 for windows* dan diperoleh hasil sebagi berikut:

Tabel 3.8
Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Standardized Residual
N		100
Normal Parameters[a,b]	Mean	0E-7
	Std. Deviation	,98984745
Most Extreme Differences	Absolute	,075
	Positive	,030
	Negative	-,075
Kolmogorov-Smirnov Z		,753
Asymp. Sig. (2-tailed)		,622

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2014

Berdasarkan kriteria uji normalitas yaitu jika p-*value*>0,05 maka data tersebut berdistribusi normal dan jika p-*value*<0,05 maka data tersebut tidak berdistribusi normal. Data yang tertera pada tabel 3.8 diketahui, bahwa data pada penelitian ini berdistribusi normal dimana nilai p-*value* (asymp.sig. 0,622) lebih dari 0,05. Oleh karena itu, data tersebut dapat

digunakan karena variabel residu berdistribusi normal.

2. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas digunakan untuk melihat ada atau tidaknya korelasi yang tinggi antara variabel-variabel bebas dalam suatu model regresi linier berganda. Jika ada korelasi yang tinggi diantara varabel-variabel bebasnya, maka hubungan antara variabel bebas terhadap variabel terikatnya menjadi terganggu. Uji Multikolinearitas dilakukan dengan melihat nilai *tolerance* dan *variance inflation factor* (VIF). Apabila nilai *tolerance* lebih tinggi daripada 0,10 atau VIF lebih kecil daripada 10 maka dapat disimpulkan tidak terjadi multikolinearitas. Nilai *tolerance* (a) *dan variance inflation factor* (VIF) dapat dicari sebagai berikut:

a. Besar nilai tolerance (a): a = 1 / VIF
b. Besar nilai *variance inflation factor* (VIF): VIF = 1 / a

Hasil pengolahan data multikoliearitas dengan menggunakan SPSS ver.20 disajikan pada tabel 3.9.

Tabel 3.9
Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients[a]

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Pengetahuan Pelanggan	,667	1,498
	Nilai Pelanggan	,667	1,498

a. Dependent Variable: Keputusan Berkunjung

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2014

Berdasarkan hasil pengolahan data pada tabel 3.9, untuk menguji terjadi atau tidaknya multikolinieritas dapat melihat nilai *tolerance* dan nilai VIF pada masing-masing variabel bebas. Diketahui nilai *tolerance* X_1, X_2 adalah 0,667 dan nilai VIF X_1,X_2 adalah 1,498. Ini artinya nilai *tolerance* yang diperoleh lebih dari 0,10 dan nilai VIF pada kedua variabel bebas

kurang dari 10. Maka dapat diperoleh kesimpulan bahwa diantara variabel bebas tersebut tidak terjadi multikolinieritas.

3. Uji Heteroskedastisitas

   Uji Heteroskedastisitas dengan menggunakan uji *Glejser* bertujuan untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan *varians* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang memenuhi persyaratan adalah tidak terjadi heteroskedastisitas. Adapun dasar pengambilan keputusan uji heteroskedastisitas adalah sebagai berikut:

   a. Ho: tidak terjadi heteroskedastisitas jika p-value >0,05
   b. Ha: terjadi heteroskedastisitas jika p-value <0,05

   Berkaitan dengan hasil pengolahan data uji heteroskedastisitas dengan menggunakan bantuan *software* SPSS ver.20 dapat dilihat pada tabel 3.10.

Tabel 3.10
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,954E-014	3,447		,000	1,000
	Pengetahuan Pelanggan	,000	,090	,000	,000	1,000
	Nilai Pelanggan	,000	,068	,000	,000	1,000

a. Dependent Variable: abresid

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2014

Berdasarkan hasil pengolahan data SPSS ver.20 pada tabel 3.10, dapat diketahui bahwa nilai p-*value* (sig.) untuk variabel pengetahuan dan nilai pelanggan atau wisatawan adalah sebesar 1,000. Karena nilai p-*value* >0,05 maka Ho diterima dan Ha ditolak. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa data tidak terjadi heteroskedastisitas.

4. Uji Autokorelasi

Uji Autokorelasi digunakan untuk melihat apakah terjadi korelasi antara suatu periode t dengan periode sebelumnya (t–1). Secara sederhana bahwa analisis regresi adalah untuk melihat pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat. Jadi tidak boleh ada korelasi antara observasi dengan data observasi sebelumnya. Uji autokorelasi hanya dilakukan pada data *time series* (runtut waktu) dan tidak perlu dilakukan pada data *cross section* seperti pada kuesioner dimana pengukuran semua variabel dilakukan secara serempak pada saat yang bersamaan. Ukuaran dalam menentukan ada tidaknya masalah autokorelasi dengan uji *Durbin-Watson* (DW), dengan ketentuan sebagai berikut: terjadi autokorelasi positif jika DW di bawah -2 (DW < -2). Dan tidak terjadi autokorelasi jika DW berada di antara -2 dan +2 atau -2 < DW +2. Namun dalam penelitian ini penulis tidak melakukan uji autokorelasi. Karena uji autokorelasi lebih cocok digunakan untuk data keuangan

5. Uji Linieritas

   Uji linieritas digunakan untuk melihat apakah model yang dibangun mempunyai hubungan linier atau tidak. Uji linieritas ini jarang digunakan pada berbagai penelitian, karena biasanya model dibentuk berdasasrkan telaah teoritis bahwa hubungan antara variabel bebas dengan variabel tertikat adalah linier. Hubungan antara variabel yang secara teori bukan merupakan hubungan yang sebenarnya sehingga tidak dapat dianalisis dengan regresi linier, misalnya masalah elastisitas. Oleh karena itu dalam penelitian ini peneliti tidak menggunakan uji linieritas.

3.9.2.3 Uji Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda didasarkan pada hubungan funsional ataupun kausal yang dilakukan bila jumlah variabel independennya minimal dua (Sugiyono, 2010:277). Untuk membuat ramalan melalui regresi maka digunakan persamaan sebagai berikut:

$$\mathbf{Y = a + b_1X_1 + b_2X_2}$$ (Sugiyono, 2010:289)

Keterangan:

Y = Subyek/nilai dalam variabel dependen yang diprediksikan. Keputusan berkunjung = Y

a = Konstanta

b = Angka arah atau koefisien regresi, yang menunjukan angka peningkatan ataupun penurunan variabel independen yang didasarkan pada variabel independen. Jika b (+) maka naik dan jika b (-) maka terjadi penurunan.

X = Subyek pada variabel independen yang mempunyai nilai tertentu. Pengetahuan pelanggan = X_1, nilai pelanggan = X_2

3.9.2.4 Uji Hipotesis

Uji hipotesis digunakan dalam penelitian ini dengan tujuan untuk mengetahui adanya pengaruh antara variabel pengetahuan (X_1) dan nilai Pelanggan (X_2) terhadap variabel keputusan berkunjung (Y). Pada penelitian ini, pengujian hipotesis dilakukan dengan menggunakan teknik analisis uji F, uji t dan uji koefisien determinasi yaitu sebagai berikut:

1. Uji F

   Uji F adalah uji simultan untuk melihat pengaruh variabel variabel pengetahuan (X_1) dan nilai pelanggan (X_2) terhadap variabel keputusan berkunjung (Y). Tujuan dari uji F ini adalah untuk model kelayakan. Apabila hasil uji F tidak signifikan, maka tidak dapat dilanjutkan ketahap uji t. Persamaan untuk uji F adalah sebagai berikut:

   $$Fh = \frac{R^2/k}{(1 - R^2)/(n - k - 1)}$$

   (Sugiyono, 2013:235)

   Keterangan:

   R = korelasi ganda

   k = variabel independen

   n = jumlah sampel

   Adapun hipotesis yang akan diuji F adalah sebagai berikut:

   a. Ho: tidak terdapat pengaruh yang signifikasn antara pengetahuan (X_1) dan nilai pelanggan (X_2) terhadap keputusan berkunjung (Y).

b. Ha: terdapat pengaruh yang signifikasn antara pengetahuan (X_1) dan nilai pelanggan (X_2) terhadap keputusan berkunjung (Y).

Selanjutnya menurut Sugiyono (2013:235) bahwa hasil dari rumus tersebut dibandingkan dengan hasi F tabel dengan dk (drajat kebebasan) pembilang = k dan dk penyebut = (n- k-1) dengan taraf signifikansi 5% atau 0,05 maka dihasilkan kriteria penolakan sebagai berikut:

a. Jika Fh>Ft maka Ho ditolak dan Ha diterima.
b. Jika Fh≤Ft maka Ho diterima dan Ha ditolak

2. Uji t

Uji t adalah uji parsial yang digunakan untuk melihat adak atau tidaknya pengaruh antara variabel pengetahuan (X_1) dan nilai pelanggan (X_2) terhadap keputusan berkunjung. Persamaan rumus uji t adalah sebagai berikut:

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

Keterangan:

r = koefisien korelasi

n = jumlah sampel yang diteliti

Adapun hipotesis yang akan diuji pada penelitian ini sebagai berikut:

a. $Ho_1 : \rho_1 = 0$ pengetahuan pelanggan (X_1) tidak terdapat pengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung (Y)

   $Ha_1 : \rho_1 \neq 0$ pengetahuan pelanggan (X_1) terdapat pengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung (Y)

b. $Ho_2 : \rho_2 = 0$ nilai pelanggan (X_2) tidak terdapat pengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung (Y)

   $Ha_2 : \rho_2 \neq 0$ nilai pelanggan (X_2) terdapat pengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung (Y)

Berikutnya Sugiyono (2013:231) menyatakan kriteria penolakan hipotesisnya yaitu jika thitung>ttabel maka Ho ditolak dan Ha diterima,

jika thitung<ttabel maka Ho diterima dan Ha ditolak. Berdasarkan tingkat signifikansi 5% atau sebesar 0,05 dan uji dua pihak serta drajat kebebasan (dk) = n – 2 -1.

3. Koefisien Diterminasi

   Koefisien diterminasi digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh yang disambungkan oleh variabel pengetahuan (X) dan nilai pelanggan (X_2) terhadap keputusan berkunjungb (Y). Rumus persamaannya sebagai berikut:

   KD = r^2 x 100