

BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis bauran pemasaran jasa museum serta pengaruhnya terhadap keputusan berkunjung ke museum Sribaduga Bandung. Penelitian ini akan meneliti dua variable, yaitu variabel bebas dan variabel terikat. Variabel bebas (*Independent variable*) yang diteliti adalah bauran pemasaran jasa dan variabel terikat (*Dependent variable*) yang diteliti adalah keputusan berkunjung ke museum Sribaduga Bandung. Pada penelitian ini, objek yang dijadikan responden adalah para pengunjung yang datang ke museum Sribaduga Bandung.

3.2 Metode Penelitian dan Desain Penelitian

3.2.1 Metode Penelitian

Berdasarkan tingkat penjelasan dan bidang penelitian, maka jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif dan penelitian verifikatif. Menurut Sugiyono (2012:86) “penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih (independen) tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan antara satu dengan variabel yang lain”. Tujuan dari penelitian deskriptif ini adalah mendeskripsikan atau menggambarkan secara sistematis, faktual dan akurat. Melalui penelitian deskriptif ini, maka dapat diperoleh

gambaran mengenai pengaruh bauran pemasaran jasa terhadap keputusan mengunjungi objek wisata museum Sribaduga Bandung.

Sedangkan penelitian verifikatif menurut Mashuri (2008:45) “penelitian verifikatif adalah memeriksa benar tidaknya apabila dijelaskan untuk menguji suatu cara dengan atau tanpa perbaikan yang telah dilaksanakan di tempat lain dengan mengatasi masalah yang serupa dengan kehidupan”. Dalam penelitian yang dilakukan ini akan diuji mengenai kebenaran hipotesis melalui pengumpulan data di lapangan, mengenai pengaruh bauran pemasaran jasa terhadap keputusan mengunjungi objek wisata museum Sribaduga Bandung.

Berdasarkan jenis penelitian yang dilakukan yaitu penelitian deskriptif dan penelitian verifikatif yang dilaksanakan melalui pengumpulan data di lapangan, maka metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah *explanatory survey*. Menurut Sugiyono (2012:11) yang dimaksud dengan metode survey adalah “metode penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil, tetapi data yang dipelajari adalah data dari sampel yang diambil dari populasi tersebut, sehingga ditentukan kejadian-kejadian relatif, distribusi, dan hubungan-hubungan antara variabel sosiologis maupun psikologis”. Penelitian ini menggunakan metode *explanatory survey* karena mengumpulkan informasi dari sebagian populasi secara langsung di tempat kejadian melalui penyebaran kuesioner dengan tujuan untuk mengetahui pendapat dari sebagian populasi yang akan diteliti terhadap permasalahan penelitian.

Penelitian ini dilakukan pada jangka waktu tertentu, maka penelitian ini menggunakan metode *cross sectional*. Menurut Aziz Firdaus (2012:17) “*cross sectional* merupakan kegiatan penelitian yang dilakukan pada suatu waktu tertentu, dimana dilakukan pengamatan terhadap suatu objek yang selanjutnya objek tersebut dianalisis dan diambil suatu kesimpulan”.

3.2.2 Desain Penelitian

Menurut Moh. Nazir dalam Umi Narimawati (2010:30) menyatakan bahwa: “Desain penelitian adalah semua proses yang diperlukan dalam perencanaan dan pelaksanaan penelitian”. Desain penelitian ini dilakukan guna mengumpulkan, mengukur dan melakukan analisis data sehingga dapat menjawab pertanyaan-pertanyaan penelitian serta membantu dalam memudahkan pelaksanaan penelitian.

Menurut Husein Umar (2003:62), terdapat tiga jenis desain penelitian, yaitu :

1. Desain deskriptif

Desain deskriptif adalah desain riset yang digunakan untuk menggambarkan sesuatu.

2. Desain kausal

Desain kausal yaitu desain riset yang digunakan untuk menguji hubungan sebab akibat.

3. Desain eksplanatori

Desain eksplanatori yaitu desain riset yang berusaha mencari ide-ide atau hubungan-hubungan baru.

Tipe desain penelitian ini berhubungan dengan tingkat analisis yang direncanakan oleh peneliti terhadap data yang dikumpulkan.

Desain penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah desain kausalitas. Desain Kausalitas ini bertujuan untuk mendapatkan bukti hubungan sebab akibat, sehingga diketahui mana yang menjadi variabel yang mempengaruhi, mana variabel yang dipengaruhi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh bauran pemasaran jasa terhadap keputusan mengunjungi objek wisata museum Sribaduga Bandung.

3.3 Operasionalisasi Variabel

Operasional variabel-variabel dalam penelitian ini dimaksudkan untuk memudahkan atau mengarahkan dalam menyusun alat ukur data yang diperlukan berdasarkan konseptual penelitian yang telah dikemukakan dan batasan operasional dari masing-masing variabel penelitian. Pengertian variabel menurut Sugiyono (2012:59) adalah "suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang objek atau kegiatan yang mempunyai variasi yang tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya". Variabel yang diteliti dalam penelitian ini terdiri dari dua variabel, yaitu bauran pemasaran jasa (X) sebagai variabel bebas (*independent variabel*), dan keputusan mengunjungi objek wisata museum Sri

Baduga (Y) sebagai variabel terikat (*dependent variabel*). Secara lebih rinci operasionalisasi variabel dalam penelitian ini dapat terlihat pada tabel 3.1

Tabel 3.1
Operasionalisasi Variabel

Variabel	Konsep	Indikator	Ukuran	Skala
Bauran Pemasaran Jasa Museum (X)	Suatu alat dalam strategi pemasaran untuk menciptakan hubungan dan komunikasi dengan pengunjung. Bauran pemasaran jasa museum merunut kotler, et al (2008:28) meliputi <i>product, place, price, promotion</i> , dan <i>people</i> .	<i>Product</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Tingkat keragaman benda-benda peninggalan yang dipamerkan - Tingkat keragaman prorgam acara/event dilakukan pihak museum - Tingkat keragaman penjualan souvenir - Tingkat keterawatan koleksi - Tingkat keterawatan kondisi bangunan - Tingkat keunikan tata letak ruang 	Ordinal

			pameran - Tingkat keunikan nama museum	
		<i>Price</i>	- Tingkat harga tiket masuk museum	Ordinal

Variabel	Konsep	Indikator	Ukuran	Skala
		<i>Place</i>	- Tingkat kestrategisan lokasi - Tingkat kemudahan transportasi umum -Tingkat keleluasaan tempat parkir - Tingkat kebersihan fasilitas lainnya seperti toilet, dan mushola - Tingkat rekomendasi konsumen mengenai fasilitas lainnya, seperti kantin	Ordinal
		<i>Promotion</i>	- Tingkat intensitas iklan yang diketahui pengunjung melalui	Ordinal

			media cetak - Tingkat intensitas iklan yang diketahui pengunjung melalui media elektronik - Tingkat kelengkapan berita tentang museum di website	
Variabel	Konsep	Indikator	Ukuran	Skala
		<i>People</i>	- Tingkat keramahan petugas - Tingkat kesigapan petugas - Tingkat kemudahan mendapatkan informasi dari petugas	Ordinal
Keputusan Pembelian (Y)	Menurut Kotler dan Keller (2012:160) pengertian keputusan pembelian: <i>"Consumer behavior is the buying behavior of the final</i>	Pilihan Produk atau Jasa	- Tingkat keunggulan koleksi Museum - Tingkat kepuasan dalam melihat koleksi museum	Ordinal
		Pilihan Merek	- Tingkat citra objek wisata Sribaduga - Tingkat pengalaman terhadap merek melalui jasa yang	Ordinal

	<i>consumer- individuals anf household who buy goods and services for personal consumption”.</i>	Pilihan Waktu Kunjungan	diberikan. - Tingkat kemenarikan berkunjung pada saat <i>weekend</i> - Tingkat kemenarikan berkunjung pada saat <i>weekday</i>	Ordinal
Variabel	Konsep	Indikator	Ukuran	Skala
		Jumlah Kunjungan	- Tingkat frekuensi kunjungan ke museum secara rombongan - Tingkat frekuensi kunjungan ke museum secara individu	Ordinal
		Metode Pembayaran	Tingkat kemudahan dalam melakukan pembayaran	Ordinal

3.4 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data

3.4.1 Sumber Data

Sumber data penelitian merupakan sumber data yang diperlukan dalam kegiatan penelitian. Menurut Sugiyono (2012:137), “ Sumber data penelitian dibedakan menjadi dua, yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder. Sumber

data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data, dan sumber data sekunder merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data”.

Jenis data yang dikumpulkan dalam penelitian ini bersumber dari :

1. Data Primer, yaitu data yang langsung diperoleh dari responden penelitian melalui kuesioner yang telah dipersiapkan.
2. Data sekunder, yaitu data-data yang mendukung data primer , diperoleh melalui dokumen-dokumen atau laporan yang bersumber dari Museum Sri Baduga, Dinas Pariwisata dan kebudayaan Jawa Barat, dan media elektronik.

Tabel 3.2
Sumber Data dan Jenis Data

No	Jenis Data	Sumber Data	Kategori Data
1	Kunjungan wisatawan ke Indonesia	Badan pusat statistika	Sekunder
2	Jumlah kunjungan wisatawan ke objek wisata di provinsi Jawa Barat	Dinas pariwisata dan kebudayaan Jawa Barat	Sekunder
3	Perkembangan jumlah wisatawan di kota Bandung	Dinas pariwisata dan kebudayaan kota Bandung dan BPS Kota Bandung	Sekunder
4	Tingkat Kunjungan Museum di Kota Bandung	Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Bandung (2012) dan Modifikasi Laporan Jumlah Pengunjung Museum	Sekunder
5	Hasil Pra penelitian	Masyarakat Bandung	Primer

3.4.2 Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian, teknik pengumpulan data merupakan faktor penting demi keberhasilan penelitian. Hal ini berkaitan dengan bagaimana cara mengumpulkan data, siapa sumbernya, dan apa alat yang digunakan. Untuk mendapatkan data diperlukan cara yang dapat mendukung pengumpulan data itu. Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan cara :

1. Studi Kepustakaan

Studi kepustakaan merupakan penelitian yang dilakukan dipergustakaan dengan cara membaca, mengumpulkan dan mencatat serta mempelajari buku-buku, literatur-literatur, serta sumber data lainnya yang berkaitan dengan masalah yang akan diteliti. Studi kepustakaan ini dilakukan untuk mendapatkan informasi yang bersifat teoritis untuk yang diteliti, sehingga penelitian ini mempunyai landasan yang kuat sebagai suatu hasil ilmiah dan bukannya hanya sekedar coba-coba (*Trial Error*).

2. Studi lapangan, yang terdiri dari :

- a. Observasi dengan cara mengadakan pengamatan langsung pada objek penelitian untuk melengkapi data yang diperlukan dan mendapatkan gambaran yang lebih jelas mengenai masalah-masalah yang diteliti yaitu mengamati secara langsung pada Museum Sri Baduga.

- b. Wawancara peneliatian yang dilakukan dengan cara tanya jawab secara langsung, dengan pihak yang berkaitan dengan objek yang diteliti. Pertanyaan yang diajukan bersifat bebas dan terbuka, orang- orang yang dipilih yakni orang- orang yang mempunyai wewenang dan mampu menjelaskan serta memberi jawaban atas pertanyaan yang diajukan.

3. Kuisisioner

Kuisisioner merupakan daftar pertanyaan yang telah di siapkan oleh peneliti untuk disampaikan kepada responden yang akan di isi sendiri oleh reponden. Pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengajukan sejumlah pertanyaan tertulis yang diberikan kepada seluruh responden yang dijadikan sampel dalam penelitian ini.

3.5 Populasi dan Sampel

3.5.1 Populasi

Pengertian populasi menurut Sugiyono (2012:61) menyatakan bahwa : “Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/sebjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”. Penentuan populasi harus dimulai dengan penentuan yang jelas mengenai populasi yang menjadi sasaran penelitiannya yang dimana populasi yang akan menjadi cangkupan kesimpulan penelitian.

Populasi dalam penelitian ini adalah jumlah rata-rata kunjungan setiap bulan Museum Sribaduga dalam satu tahun terakhir sebanyak 6.647 orang. Museum Sri Baduga berlokasi di Jl. BKR No. 185 Bandung.

3.5.2 Sampel

Pengertian sampel menurut sugiyono (2012:62) menyatakan bahwa : “Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu”.

Pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan metode teknik sampling insidental, yaitu teknik penentuan sampel insidental terhadap siapa saja yang secara kebetulan / insidental mengunjungi museum Sribaduga. Ukuran sampel akan ditentukan berdasarkan metode pengukuran sampel yang dikemukakan oleh Slovin dengan rumus sebagai berikut,

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

$$n = \frac{6.647}{1 + 6.647(0,1)^2}$$

$$n = 98,51$$

Keterangan :

n : Ukuran Sampel

N : Ukuran Populasi

e : Kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan sampel yang dapat ditolerir (0,1)

Maka berdasarkan teknik slovin tersebut didapatkan jumlah sampel minimal sebanyak 98 orang yang berkunjung ke museum Sribaduga, dan dibulatkan menjadi 100 orang responden sebagai sampel nya.

3.6 Uji Validitas dan Reliabilitas

3.6.1 Uji Validasi

Data mempunyai kedudukan yang sangat penting dalam suatu penelitian karena menggunakan variabel yang diteliti dan berfungsi sebagai bentuk hipotesis, oleh karena itu perlu dilakukan pengujian data untuk mendapatkan mutu yang baik. Benar tidaknya data tergantung dari instrumen pengumpulan data, sedangkan insrtumen yang baik memiliki dua persyaratan yaitu validitas dan reliabilitas.

Menurut Sastradiputra (2005:302), validitas merupakan derajat hingga sejauh mana ketepatan dan ketelitian suatu alat ukur dalam mengukur gejala. Sedangkan menurut Arikunto (2006:144), validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat- tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrumen. Sugiyono (2012:121) berpendapat bahwa hasil penelitian valid bila terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek yang diteliti.. Pada penelitian ini yang akan diuji adalah validitas dari instrument bauran pemasaran jasa museum sebagai variabel X dan keputusan mengunjungi museum sebagai variabel Y.

Adapun rumus yang digunakan untuk menguji validitas dari suatu instrumen adalah rumus korelasi *product moment* atau *pearson's product moment coefficient of correlation*, yaitu:

$$r_{XY} = \frac{n \sum XY - \sum X \sum Y}{\sqrt{n \sum X^2 - (\sum X)^2} \sqrt{n \sum Y^2 - (\sum Y)^2}} \quad \text{Suharsimi Arikunto (2010:2013)}$$

Keterangan:

- r = koefisien validitas item yang dicari
- X = skor yang diperoleh subjek dalam setiap item
- Y = skor total yang diperoleh subjek dari seluruh item
- $\sum X$ = jumlah skor dalam distribusi X
- $\sum Y$ = jumlah skor dalam distribusi Y
- $\sum X^2$ = jumlah kuadrat masing-masing skor X
- $\sum Y^2$ = jumlah kuadrat masing-masing skor Y
- n = banyaknya responden

Menurut Sugiyono (2012:126), syarat minimum untuk dianggap suatu butir instrument valid adalah nilai indeks validitasnya $\geq 0,3$, maka semua pernyataan yang dimiliki tingkat korelasi dibawah 0,3 harus diperbaiki atau diulang karena dianggap tidak valid.

Keputusan pengujian validitas responden menggunakan taraf signifikan sebagai berikut:

1. Item pertanyaan-pertanyaan responden dikatakan valid jika r_{hitung} lebih besar atau sama dengan r_{tabel} ($r_{hitung} \geq r_{tabel}$)
2. Item pertanyaan-pertanyaan responden dikatakan tidak valid jika r_{hitung} lebih kecil dari r_{tabel} ($r_{hitung} < r_{tabel}$)

Berdasarkan hasil perhitungan menggunakan program SPSS 19.0 *for windows*, maka diketahui dari 19 pernyataan tentang beuran pemasaran jasa museum seluruh pernyataan dinyatakan valid. Secara lebih jelas bias dilihat dari hasil uji validitas pada tabel 3.3

Tabel 3.3
Hasil Pengujian Validasi Bauran Pemasaran Jasa Museum

No. Item	Pernyataan	r hitung	r tabel	Keputusan
Bauran Pemasaran Jasa Museum (X)				
1	Keragaman benda-benda peninggalan yang dipamerkan	0,481	0,374	Valid
2	Keragaman program acara/event yang dilakukan pihak museum	0,480	0,374	Valid
3	Keragaman penjualan souvenir	0,427	0,374	Valid
4	Keterawatan koleksi museum	0,381	0,374	Valid
5	Keterawatan kondisi bangunan	0,765	0,374	Valid
6	Keunikan tata letak ruang pameran	0,452	0,374	Valid
7	Keunikan nama museum	0,381	0,374	Valid

8	Harga tiket masuk museum	0,521	0,374	Valid
9	Kestrategisan lokasi museum	0,693	0,374	Valid
10	Kemudahan transportasi umum	0,554	0,374	Valid
11	Keleluasaan tempat parkir	0,677	0,374	Valid
12	Kebersihan fasilitas museum	0,506	0,374	Valid
13	Rekomendasi konsumen mengenai fasilitas lainnya, seperti kantin	0,463	0,374	Valid
14	Intensitas iklan yang diketahui pengunjung melalui media cetak	0,609	0,374	Valid
15	Intensitas iklan yang diketahui pengunjung melalui media elektronik	0,610	0,374	Valid
16	Kelengkapan berita tentang museum di website/internet	0,484	0,374	Valid
17	Keramahan petugas museum	0,770	0,374	Valid
18	Kesigapan petugas museum	0,455	0,374	Valid
19	Kemudahan mendapatkan informasi dari petugas museum	0,619	0,374	Valid

Sumber: hasil pengolahan data 2014 menggunakan SPSS 19for Windows

Berdasarkan hasil perhitungan menggunakan bantuan program SPSS *for windows*, maka diketahui dari 9 pernyataan tentang keputusan mengunjungi museum seluruh pernyataan dinyatakan valid. Secara lebih jelas bisa dilihat dari hasil uji validitas pada tabel 3.4

Tabel 3.4
Hasil Pengujian Validitas Keputusan Mengunjungi Museum

No. Item	Pernyataan	r hitung	r tabel	Keputusan
Keputusan Mengunjungi Museum (Y)				
1	Keunggulan koleksi museum	0,378	0,374	Valid
2	Kepuasan dalam melihat koleksi museum	0,537	0,374	Valid
3	Citra objek wisata museum	0,520	0,374	Valid
4	Pengalaman terhadap merek melalui jasa yang diberikan	0,622	0,374	Valid
5	Kemenaarikan berkunjung pada ssat <i>weekend</i>	0,600	0,374	Valid
6	Kemenaarikan berkunjung pada ssat <i>weekend</i>	0,655	0,374	Valid
7	Frekuensi kunjungan ke museum secara rombongan	0,409	0,374	Valid
8	Frekuensi kunjungan ke museum secara individu	0,740	0,374	Valid
9	Kemudahan dalam melakukan pembayaran	0,485	0,374	Valid

Sumber: hasil pengolahan data 2014 menggunakan SPSS 19for Windows

3.6.2 Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2012:121) reliabilitas adalah tingkat kemantapan atau konsistensi suatu alat ukur, alat ukur yang reilabel adalah alat ukur yang mampu mengunkap data yang cukup dapat dipercaya. Alat ukur yang mantap dengan

sendirinya akan dapat diandalkan, hasilnya bisa diramalkan dan dapat menunjukkan tingkat ketepatan. Rerialibel artinya dapat dipercaya jadi dapat diandalkan.

Setelah melakukan uji validitas langkah selanjutnya adalah kuesioner diuji dengan uji realibilitas. Pengujian reliabilitas instrumen dimaksudkan untuk melihat konsistensi jawaban butir-butir pernyataan yang diberikan oleh responden. Reliabilitas adalah sejauh mana hasil suatu pengukuran dapat dipercaya. Apabila suatu alat ukur telah dinyatakan valid maka selanjutnya reliabilitas alat ukur tersebut diuji.

Untuk menguji tingkat reliabilitas dapat digunakan rumus *Alpha Croanbach* yang merupakan statistik paling umum yang digunakan untuk menguji reliabilitas suatu instrumen penelitian. Rumus *Alpha Croanbach* adalah sebagai berikut :

$$R_{11} = \left[\frac{k}{(k-1)} \right] \left[1 - \frac{\sum Sb^2}{St^2} \right]$$

Keterangan:

r_{11} = Reabilitas instrumen

k = Banyaknya butir pertanyaan atau butir soal

Sr^2 = Deviasi Standar Total

$\sum Sb^2$ = Jumlah deviasi standar bulir

Sedangkan rumus variansnya adalah:

$$S^2 = \frac{\sum X^2 - \frac{(\sum x)^2}{N}}{n-1}$$

Keterangan:

N = Jumlah sampel

n = Jumlah responden

X = Nilai skor yang dipilih

S^2 = Nilai varians

Ketentuan uji reabilitas ditentukan dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka item pertanyaan dikatakan reliabel.
2. Jika $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ maka item pertanyaan dikatakan tidak reliabel.

Perhitungan reliabilitas item pada penelitian ini menggunakan bantuan dari SPSS 19for windows.

Tabel 3.5
Hasil Pengujian Realibilitas Bauran Pemasaran Jasa Museum dan Keputusan Mengunjungi Museum Sribaduga

No	Variabel	Alpha Cronbrach	Kesimpulan
1	Bauran Pemasaran Jasa Museum	0,743	Reliable
2	Keputusan Mengunjungi Museum	0,733	Reliable

Sumber: hasil pengolahan data 2014 menggunakan SPSS 19for Windows

3.7 Teknik Analisis Data dan Rancangan Pengujian Hipotesis

3.7.1 Teknik Analisis Data

Insan Barkah Ramadhan, 2014

PENGARUH BAURAN PEMASARAN JASA MUSEUM TERHADAP KEPUTUSAN MENGUNJUNGI MUSEUM SRIBADUGA BANDUNG

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

Instrumen penelitian dalam penelitian ini adalah berupa kuesioner, yang dimana kuesioner tersebut disusun penulis atas dasar variabel – variabel yang terdapat dalam penelitian, yaitu memberikan data maupun keterangan mengenai pengaruh bauran pemasaran jasa museum terhadap keputusan mengunjungi museum Sribaduga.

Jenis data yang terkumpul dalam penelitian ini adalah data ordinal. Penganalisaan data dalam penelitian ini dikelompokkan ke dalam tiga langkah, yaitu:

1. Menyusun data

Kegiatan ini dilakukan untuk mengetahui kelengkapan identitas responden, kelengkapan data serta isian data yang sesuai dengan tujuan penelitian.

2. Tabulasi data

Tabulasi data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

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

3. Menganalisis data

Yaitu proses pengolahan data yang menggunakan rumus-rumus statistik, menginterpretasi data agar diperoleh suatu kesimpulan. Untuk mengkategorikan hasil perhitungan digunakan kriteria penafsiran yang diambil dari 0% sampai dengan 100%. Penafsiran hasil pengolahan data berdasarkan batas-batas, sebagai berikut:

Tabel 3. 6
Kriteria Penafsiran Hasil Perhitungan Responden

No	Kriteria Penafsiran	Keterangan
1	0%	Tidak Seorangpun
2	1%-15%	Sebagian Kecil
3	26%-49%	Hampir Setengahnya
4	50%	Setengahnya
5	51%-75%	Sebagian Besar
6	76%-99%	Hampit Seluruhnya
7	100%	Seluruhnya

Sedangkan untuk mengkategorikan skor ideal digunakan penafsiran kriteria interpretasi skor yang diambil dari 0% sampai dengan 100%. Penafsiran kriteria interpretasi skor berdasarkan batas-batas adalah sebagai berikut:

Tabel 3.7
Kriteria Interpretasi Skor

No	Kriteria Penafsiran	Keterangan
1	0% - 20%	Sangat Lemah
2	21% - 40%	Lemah
3	41% - 60%	Cukup
4	61% - 80%	Kuat
5	81% - 100%	Sangat Kuat

Teknik analisa data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis korelasi dan regresi linier sederhana, karena penelitian ini hanya menganalisis dua variabel, yaitu Bauran pemasaran jasa museum sebagai variabel bebas (X), dan

keputusan mengunjungi museum sebagai variabel terikat (Y), adapun langkah-langkahnya sebagai berikut:

1. *Method Of Successive Interval* (MSI)

Penelitian ini menggunakan data, maka semua data ordinal yang terkumpul terlebih dahulu akan ditransformasikan menjadi skala interval dengan menggunakan *Method Of Successive Interval*. Langkah-langkah untuk melakukan transformasi data tersebut adalah sebagai berikut :

- a. Menghitung frekuensi (f) setiap pilihan jawaban, berdasarkan hasil jawaban responden pada setiap pernyataan.
- b. Berdasarkan frekuensi yang diperoleh untuk setiap pernyataan, dilakukan perhitungan proporsi (p) setiap pilihan jawaban dengan cara membagi frekuensi (f) dengan jumlah responden.
- c. Berdasarkan proporsi tersebut untuk setiap pernyataan, dilakukan penghitungan proporsi kumulatif untuk setiap pilihan jawaban.
- d. Menentukan nilai batas Z (tabel normal) untuk setiap pernyataan dan setiap pilihan jawaban.
- e. Menentukan nilai interval rata-rata untuk setiap pilihan jawaban melalui persamaan berikut :

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

Data penelitian yang sudah berskala interval selanjutnya akan ditentukan pasangan data variabel *independent* dengan variabel *dependent* serta ditentukan persamaan yang berlaku untuk pasangan-pasangan tersebut.

2. Analisis Korelasi

Setelah data yang terkumpul berhasil diubah menjadi data interval, maka langkah selanjutnya adalah menghitungnya dengan menggunakan analisis korelasi yang bertujuan mencari hubungan antara kedua variabel yang diteliti. Hubungan antara kedua variabel terdiri dari dua macam yaitu hubungan yang positif dan hubungan yang negatif.

Hubungan X dan Y dikatakan positif apabila kenaikan (penurunan X) pada umumnya diikuti oleh kenaikan (penurunan Y). Ukuran yang dipakai untuk mengetahui kuat atau tidaknya hubungan X dan Y disebut koefisien korelasi (r). Nilai koefisien paling sedikit -1 dan paling besar 1 ($-1 < r < 1$), artinya jika :

$r = 1$, hubungan X dan Y sempurna dan positif (mendekat 1, hubungan sangat kuat dan positif)

$r = -1$, hubungan X dan Y sempurna dan negatif (mendekati -1 , hubungan sangat kuat dan negatif)

$r = 0$, hubungan X dan Y lemah sekali atau tidak ada hubungan

Penentuan koefisien korelasi (r) dalam penelitian ini menggunakan koefisien korelasi Pearson (*Pearson's Product Moment Coefficient Of Correlation*), yaitu :

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

(Sugiyono. 2012:248)

Tabel 3.8
Klasifikasi Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,000 – 0,199	Sangat Rendah
0,200 – 0,399	Rendah
0,400 – 0,599	Sedang
0,600 – 0,799	Kuat
0,800 – 1,000	Sangat Kuat

Teknik analisis regresi yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Regresi Linier Sederhana*. Dalam analisis regresi sederhana ini terdapat dua variabel yang diramalkan (*dependent variable*) yaitu *Brand Image*, dengan satu variabel bebas (*independent variable*) yang mempengaruhi yaitu strategi *Communal Activation*. Maka bentuk umum persamaannya adalah:

$$\hat{Y} = a + bX$$

Dimana:

\hat{Y} = Subjek variabel *dependent* yang diprediksikan (variable keputusan konsumen)

X = Subjek pada variabel *independent* yang mempunyai nilai tertentu (variable promosi penjualan)

a = Harga Y jika X = 0

b = Angka arah koefisien regresi

(Sugiyono, 2012:270)

Untuk menghitung nilai a dan b maka digunakan metode kuadrat terkecil dengan rumus sebagai berikut:

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

$$b = \frac{n \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{n \sum X^2 - (\sum X)^2} \quad (\text{Sugiyomo, 2012:272})$$

X (Bauran Pemasaran Jasa Museum) dikatakan mempengaruhi Y (*Keputusan Mengunjungi Museum*), jika berubahnya X (Bauran Pemasaran Jasa Museum) akan menyebabkan adanya perubahan nilai Y (*Keputusan Mengunjungi Museum*), artinya naik turunnya X (Bauran Pemasaran Jasa Museum) akan membuat nilai Y (*Keputusan Mengunjungi Museum*) juga naik atau turun.

3.7.2 Rancangan Uji Hipotesis

Hipotesis umum yang diajukan dalam penelitian ini adalah : Terdapat pengaruh antara bauran pemasaran jasa museum terhadap keputusan mengunjungi museum Sribaduga. Sebelum membuat kesimpulan, terlebih dahulu melakukan pengujian atas tingkat keberartian korelasi hasil perhitungan tersebut. Tingkat keberartian ini di uji dengan uji hipotesis. Rumus yang digunakan adalah uji signifikan dengan korelasi (uji t student), yaitu :

$$t = r_s \sqrt{\frac{N-2}{1-r_s^2}} \quad (\text{Riduwan, 2005:137})$$

han, 2014

PEMASARAN JASA MUSEUM TERHADAP KEPUTUSAN MENGUNJUNGI MUSEUM

G

Keterangan:

t = Distribusi student

r_s = Koefisien korelasi dari uji independent (kekuatan korelasi)

N = Banyaknya sampel

Kriteria pengambilan keputusan untuk hipotesis yang diajukan adalah :

Jika *hitung* $t > \text{tabel } t$, maka H_a diterima dan H_0 ditolak

Jika *hitung* $t < \text{tabel } t$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak

Pada taraf kesalahan 0,05 dengan derajat kebebasan $dk (n-2)$ serta pada uji satu pihak, yaitu uji pihak kanan. Secara statistik, hipotesis yang akan diuji dalam rangka pengambilan keputusan penerimaan atau pengolahan atau penolakan hipotesis dapat ditulis sebagai berikut :

$H_0: \rho < 0$: Artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara Bauran pemasaran jasa museum dengan Keputusan mengunjungi museum Sribaduga

$H_a : \rho > 0$: Artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara Bauran pemasaran jasa museum dengan keputusan mengunjungi museum Seibaduga

Untuk menguji keberartian koefisien arah regresi dapat dilakukan dengan menggunakan rumus berikut ini :

$$F = \frac{S_{reg}^2}{S_{sis}^2} \quad (\text{Sudjana, 2001:16})$$

Kriteria pengambilan keputusan untuk hipotesis yang diajukan, adalah :

Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_a diterima dan H_0 ditolak

Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak

Pada taraf kesalahan 0,05 dengan derajat kebebasan (dk) pembilang satu dan dk penyebut (k-2) serta pada uji satu pihak, yaitu pihak kanan. Secara statistik, pengujian hipotesis keberartian koefisien arah regresi adalah :

$H_0: \rho < 0$: Artinya koefisien arah regresi antara Bauran pemasaran jasa museum dengan Keputusan mengunjungi museum Sribaduga tidak berarti atau bernilai negatif

$H_a : \rho > 0$: Artinya koefisien arah regresi antara Bauran pemasaran jasa museum dengan keputusan mengunjungi museum Sribaduga berarti atau bernilai positif

Untuk menguji kelinieran regresi dilakukan dengan menggunakan rumus berikut ini: $t = \frac{b_1}{s(b_1)}$

Dimana:

b = koefisien regresi

$s(b)$ = standar error b_1

Pada taraf kesalahan 0,05 dengan derajat kebebasan (dk) pembilang (k-2) dan dk penyebut (n-) serta pada uji satu pihak, yaitu uji pihak kanan. Secara statistik pengujian hipotesis kelinieran regresi adalah :

$H_0 : \rho < 0$: artinya antara Bauran pemasaran jasa museum terhadap keputusan mengunjungi museum Sribadugakoeffisien arah regresinya tidak linier.

$H_a : \rho > 0$: artinya antara Bauran pemasaran jasa museum terhadap Keputusan mengunjungi museum Sribaduga koefisien arah regresinya linier.

Kriteria pengambilan keputusan untuk hipotesis yang diajukan, adalah :

Jika $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$, maka H_a diterima dan H_0 ditolak

Jika $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak

Adapun pedoman untuk memberikan klasifikasi pengujian pengaruh dari X (Bauran pemasaran jasa museum) terhadap Y (Keputusan mengunjungi museum) yaitu sebagai berikut:

Tabel 3.9
Pedoman Untuk Memberikan Klasifikasi Pengujian Pengaruh

Besar Koefisien	Klasifikasi
<20	Sangat Rendah/Lemah/Dapat Diabaikan
0,20 – 0,40	Rendah/lemah
0,40 – 0,70	Sedang
0,70 – 0,90	Tinggi/kuat
0,90 – 1,00	Sangat Tinggi/Sangat Kuat

Secara statistik, hipotesis yang digunakan akan diuji dalam rangka pengambilan keputusan penerimaan atau penolakan hipotesis.

1. Hipotesis

H_0 = tidak terdapat pengaruh antara Bauran pemasaran jasa museum terhadap

Keputusan mengunjungi museum Sribaduga

H_a = terdapat pengaruh antara Bauran pemasaran jasa museum terhadap

Keputusan mengunjungi museum Sribaduga

2. Kriteria pengujian hipotesis

H_0 diterima bila t hitung lebih kecil dari t tabel, dan H_a diterima bila t hitung lebih besar dari harga t tabel.