

## BAB III

### OBJEK DAN METODE PENELITIAN

#### 3.1 Objek Penelitian

Menurut Sugiyono (2012:58) mengemukakan bahwa “Variabel adalah sebagai atribut seseorang, atau objek yang mempunyai “variasi” antara satu orang dengan yang lain atau satu objek dengan objek yang lain”. Sugiyono (2012:59) mengartikan bahwa “Variabel *independent* atau variable bebas sebagai variable yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel *dependent* (terikat)”. Variabel *independent* (bebas) penelitian ini adalah motivasi wisatawan (X) yang terdiri dari faktor pendorong (*push factors*) dan faktor penarik (*pull factors*). Sedangkan variable terikat menurut Sugiyono (2012:59) merupakan variable yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variable bebas. Variabel *dependent* (terikat) yaitu keputusan berkunjung (Y) yang terdiri dari: Pemilihan produk atau jasa, pemilihan merek, pemilihan penyalur, pemilihan waktu berkunjung, jumlah berkunjung, dan metode pembayaran (Kotler dan Keller, 2012: 170).

Unit analisis dalam penelitian ini adalah wisatawan nusantara yang datang berkunjung ke Taman Wisata Alam Cimanggu. Menurut Sedarmayanti dan Hidayat (2011:71) ”Unit analisis adalah sesuatu yang berdasarkan tujuannya dijadikan suatu kesatuan karakteristik yang akan diukur”. Penelitian ini dilaksanakan di suatu destinasi pariwisata, yaitu di Taman Wisata Alam Cimanggu dan dilaksanakan pada kurun waktu kurang dari satu tahun, maka metode yang digunakan adalah *cross sectional method*. Menurut Sugiyono (2012:6) mengemukakan bahwa “*Cross sectional method* adalah metode penelitian yang mempelajari objek dalam kurun waktu tertentu/tidak berkesinambungan dalam jangka waktu panjang”. Penelitian ini akan menganalisis mengenai pengaruh motivasi wisatawan terhadap keputusan berkunjung.

#### 3.2 Metode Penelitian

##### 3.2.1 Jenis Penelitian dan Metode yang Digunakan

Metode pada penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan memecahkan suatu masalah. Berdasarkan variabel-variabel yang

diteliti maka jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif dan verikatif. Sugiyono (2012:53-54) mengemukakan bahwa:

Metode penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui keberadaan variabel mandiri baik satu variabel atau lebih (variabel yang berdiri sendiri tanpa membuat perbandingan dan atau mencari hubungan variabel satu sama lain). Sedangkan metode penelitian verifikatif adalah penelitian yang membandingkan keberadaan satu variabel atau lebih pada dua atau lebih sampel yang berbeda, atau pada waktu yang berbeda.

Berdasarkan jenis penelitiannya, yaitu deskriptif dan verifikatif yang akan dilaksanakan melalui pengumpulan data dilapangan, maka metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah *metode explanatory survey*. Menurut Sugiyono (2012:11) menyatakan bahwa:

*Metode explanatory survey* adalah penelitian yang digunakan untuk mendapatkan data dari tempat tertentu yang alamiah (bukan buatan), tetapi peneliti melakukan perlakuan dalam pengumpulan data, misalnya dengan mengedarkan kuesioner, test, wawancara tersruktur dan sebagainya (perlakuan tidak seperti dalam eksperimen).

### 3.2.2 Operasionalisasi Variabel

Menurut Sugiyono (2009:59) yang disebut variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari.

Penelitian ini meliputi dua variabel inti, yaitu variabel inti. Variabel *independent* (bebas) yang diteliti adalah motivasi wisatawan (X) yang terdiri dari faktor pendorong dan faktor penarik (Jurnal Chaipnit, Kullada Phetvaroon 2011:104). Sedangkan variabel terikat yang diteliti adalah keputusan berkunjung (Y) yang terdiri dari: Pemilihan produk atau jasa, pemilihan merek, pemilihan penyalur, pemilihan waktu berkunjung, jumlah berkunjung, dan metode pembayaran (Kotler dan Keller, 2012:170). Pengoperasian variabel dari penelitian ini menggunakan skala ordinal. Secara lebih rinci dapat dilihat Tabel 3.1 berikut ini:

**TABEL 3.1**  
**OPERASIONAL VARIABEL**

Variabel	Dimensi	Konsep Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
----------	---------	-----------------	-----------	--------	-------	----------

	Motivasi wisatawan adalah konsep multidimensi pemahaman yang berbeda yang membangun keputusan wisatawan untuk melakukan suatu perjalanan wisata yang terdiri dari faktor penarik dan pendorong motivasi (Jurnal Witchu Chaipinit dan Kullada Phetvaroon, 2011:100).					
<b>Motivasi Wisatawan (Jurnal Witchu &amp; Kullada phetvaroon 2011:106)</b>	<b>Faktor Pendorong (Push factors)</b>	Faktor pendorong digunakan untuk menjelaskan keinginan atau kebutuhan wisatawan untuk pergi berwisata yang berkaitan dengan motif, kebutuhan dan kepentingan wisatawan. (Jurnal Witchu & Kullada phetvaroon 2011:106)	<b>Discovering new place</b>	Tingkat keinginan wisatawan untuk mendapatkan suasana yang baru dan berbeda.	Ordinal	1
			<b>Trying something new</b>	Tingkat keinginan wisatawan untuk mencoba sesuatu yang baru.	Ordinal	2
			<b>Relaxing physically</b>	Tingkat keinginan wisatawan untuk merelaksasikan tubuhnya.	Ordinal	3

			<b><i>Relieving stress</i></b>	Tingkat keinginan wisatawan untuk menghilangkan stress dan menyegarkan pikiran.	Ordinal	4
			<b><i>Finding excitements</i></b>	Tingkat keinginan wisatawan untuk menemukan sesuatu yang menarik.	Ordinal	5
			<b><i>Escaping from routine</i></b>	Tingkat keinginan wisatawan untuk melakukan aktivitas yang berbeda diluar rutinitas(pekerjaan).	Ordinal	6
			<b><i>Having fun</i></b>	Tingkat keinginan wisatawan untuk bersenang-senang.	Ordinal	7
			<b><i>Talking with my friends about this trip</i></b>	Tingkat keinginan wisatawan untuk menceritakan dan berbagi pengalaman kepada teman-temannya.	Ordinal	8
	<b>Faktor Penari</b>	faktor penarik	<b><i>Landscape</i></b>	Tingkat kemenarikan	Ordinal	9

	<b>k (Pull factors)</b>	wisatawan berkaitan dengan atribut wisata dari suatu destinasi. (Jurnal Witchu & Kullada phetvaroon 2011:106)		suasanadan pemandangan yang ditawarkan Taman Wisata Alam Cimanggu		
			<b>Natural environment</b>	Tingkat kemenarikan lingkungan alami yang ditawarkan Taman Wisata Alam Cimanggu	Ordinal	10
			<b>Relaxing atmosphere</b>	Tingkat kemenarikan suasana yang menenangkan yang ditawarkan Taman Wisata Alam Cimanggu	Ordinal	11
			<b>Security</b>	Tingkat keamanan di Taman Wisata Alam Cimanggu	Ordinal	12
			<b>Nice weather</b>	Tingkat kesesuaian aktivitas wisata yang ditawarkan Taman Wisata Alam	Ordinal	13

				Cimanggu dengan kondisi cuaca.		
			<b>Accessibility</b>	Tingkat kemudahan aksesibilitas untuk mengunjungi Taman Wisata Alam Cimanggu	Ordinal	14
			<b>Public transportation</b>	Tingkat ketersediaan transportasi umum bagi wisatawan untuk mengunjungi Taman Wisata Alam Cimanggu	Ordinal	15
			<b>Hospitality</b>	Tingkat keramahan karyawan Taman Wisata Alam Cimanggu	Ordinal	16
			<b>Lodging</b>	Tingkat kondisi penginapan yang ditawarkan di Taman Wisata Alam Cimanggu	Ordinal	17
			<b>Distance</b>	Jarak yang harus ditempuh oleh wisatawan untuk berkunjung ke Taman Wisata	Ordinal	18

				Alam Cimanggu		
Variabel	Dimensi	Konsep Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
<b>Keputusan Berkunjung (Y)</b>	Suatu keputusan yang dilakukan oleh kebudayaan, kelas sosial, keluarga dan referensi group yang akan membentuk sikap pada diri individu yang kemudian melakukan pembelian (Kotler dan Keller (2012:170)).					
			<b>Pemilihan Produk dan Jasa</b>	Tingkat kemenarikan daya tarik wisata	Ordinal	19
				Tingkat keberagaman aktivitas wisata yang ditawarkan	Ordinal	20
				Tingkat keunggulan aktivitas wisata yang ditawarkan dibanding kompetitor yang lain	Ordinal	21
			<b>Pemilihan suatu merek</b>	Tingkat kepopuleran nama Taman Wisata Alam Cimanggu	Ordinal	22
				Citra Taman Wisata Alam Cimanggu	Ordinal	23
			<b>Pemilihan saluran pembelian dan kunjungan</b>	Tingkat kemudahan transportasi menuju Taman Wisata Alam Cimanggu	Ordinal	24

				Tingkat kestrategisan tempat atau lokasi Taman Wisata Alam Cimanggu	Ordinal	25
			<b>Pemilihan waktu kunjungan</b>	Tingkat keinginan dalam melakukan kunjungan pada saat weekday	Ordinal	26
				Tingkat keinginan dalam melakukan kunjungan pada hari weekend	Ordinal	27
				Tingkat keinginan dalam melakukan kunjungan pada hari libur	Ordinal	28
			<b>Jumlah kunjungan</b>	Tingkat frekuensi kunjungan ke Taman Wisata Alam Cimanggu dalam setahun	Ordinal	29
				Tingkat keinginan wisatawan untuk berkunjung kembali ke Taman Wisata Alam	Ordinal	30



				Cimanggu		
			<b>Metode Pembayaran</b>	Tingkat kemudahan pembayaran dengan uang tunai( <i>cash</i> ).	Ordinal	31

Sumber : Hasil Pengolahan Data, 2014

### 3.2.3 Jenis dan Sumber Data

Menurut Silalahi (2009:280) mengatakan bahwa data adalah hasil pengamatan dan pengukuran empiris yang mengungkapkan fakta tentang karakteristik dari suatu gejala tertentu. Data yang diperlukan dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder.

1. Data Primer yaitu data atau segala informasi yang diperoleh dan didapat oleh penulis langsung dari sumber pertama, baik individu atau sekelompok bagian dari objek penelitian. Seperti hasil wawancara atau observasi langsung pada objek yang diteliti. Menurut Sugiyono (2012:193), data primer merupakan data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data.
2. Data sekunderyaitu data primer yang telah diolah lebih lanjut dan disajikan antara lain dalam bentuk tabel-tabel atau diagram atau segala informasi yang berasal dari literatur yang ada hubungannya dengan teori-teori mengenai topik penelitian. Menurut Sugiyono (2012:193) merupakan sumber yang tidak langsung memberikan kepada pengumpul data misalnya melalui orang lain atau lewat dokumen.

Untuk lebih jelasnya mengenai data dan sumber data yang dipergunakan dalam penelitian ini, maka penulis mengumpulkan dan menyajikannya dalam Tabel 3.2 berikut:

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

No.	Data	Jenis Data	Sumber Data
-----	------	------------	-------------

1.	Data Kunjungan Wisatawan Ke Tempat Pemandian Air Panas Di Kabupaten Bandung.	Sekunder	Dinas Kebudayaan Pariwisata Kabupaten Bandung 2014.
4.	Data Kunjungan Wisata Pemandian Air Panas Taman Wisata Alam Cimanggu.	Sekunder	KBM WBU Perum perhutani Unit III Jawa Barat dan Banten 2014
5.	Karakteristik wisatawan dan pengalaman.	Primer	Kunjungan ke Taman Wisata Alam Cimanggu
6.	Tanggapan wisatawan nusantara mengenai motivasi wisatawan terhadap keputusan berkunjung .	Primer	Kunjungan ke Taman Wisata Alam Cimanggu

Sumber:Hasil Pengolahan Data, 2014

### 3.2.4 Populasi, Sample dan Teknik Penarikan Sampel

#### 3.2.4.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek-obyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Menurut Sugiyono (2012:115) mengemukakan bahwa “Populasi merupakan suatu wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”.

Berdasarkan pengertian populasi tersebut maka yang menjadi populasi pada penelitian ini adalah wisatawan yang berkunjung ke Taman Wisata Alam Cimanggu tahun 2014 sebanyak 78.336 pengunjung (KBM WBU Perum perhutani Unit III Jawa Barat dan Banten).

### 3.2.4.2 Sampel

Penelitian dilaksanakan tidak pada semua populasi yang telah ditentukan melainkan pada beberapa orang yang disebut sampel. Untuk pengambilan sampel dari populasi agar diperoleh sampel yang representatif dan mewakili, maka diupayakan setiap subjek dalam populasi mempunyai peluang yang sama untuk menjadi sampel. Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Menurut Sekaran (2010:2), “ *A sample is a subset of the population. It comprises some members selected from it*”, yakni sample adalah bagian dari populasi yang meliputi beberapa anggota terpilih darinya.

Menurut Sugiyono (2012:116) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Peneliti diperkenankan untuk mengambil sebagian objek populasi yang telah ditentukan untuk mewakili bagian yang lain diteliti.

Dalam rangka mempermudah penelitian ini, diperlukan suatu sampel karena dalam penelitian tidak mungkin keseluruhan populasi dapat diteliti, meskipun kesimpulan dan saran dari penelitian ini ditujukan untuk populasi. Hal ini disebabkan beberapa keterbatasan. Keterbatasan itu antara lain keterbatasan biaya, keterbatasan tenaga, dan keterbatasan waktu yang tersedia. Oleh karena itu peneliti mengambil sebagian dari objek populasi yang ditentukan dengan catatan bagian yang diambil tersebut mewakili yang tidak diteliti (*representative*).

Dalam menentukan ukuran sampel ( $n$ ) dan populasi ( $N$ ), maka penelitian ini menggunakan rumus sampel Tabachnick and Fidell (1996:132) yaitu sebagai berikut:

$$n > 50 + 8.m$$

Keterangan :

$n$  = Ukuran sampel

$m$  = Jumlah variabel bebas

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

$$n > 50 + 8.2$$

$$n > 50 + 16$$

$n > 66$ wisatawan

Berdasarkan hasil dari perhitungan di atas, diperoleh hasil sampel minimal sebesar 66wisatawan tetapi untuk jaminan keakuratan, sebaiknya sampel ditambah sedikit lebih banyak dari jumlah matematikanya. Berdasarkan ukuran sampel (n) minimal, maka dalam penelitian ini diterapkan ukuran sampel (n) sebanyak 100wisatawan agar lebih representatif.

### 3.2.4.3 Teknik Sampling

Teknik sampling merupakan teknik pengambilan sampel untuk menentukan sampel mana yang akan digunakan dalam penelitian ini. Menurut Sugiyono (2012:116) teknik sampling ada dua jenis yaitu *probability* dan *probability sampling*.

Menurut Silalahi (2009:236) Pemilihan sampel atau penarikan sampel (*sampling*) dapat diartikan sebagai proses memilih unit atau elemen atau subjek yang mewakili populasi untuk dipelajari yang dengannya dapat dibuat generalisasi atau infrensi tentang karakteristik dari satu populasi yang diwakili.

Teknik sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *systematic random sampling*. Sugiyono (2009:62) mengemukakan bahwa “Metode pengambilan acak sistematis adalah metode untuk mengambil sample secara sistematis Ordinal tertentu dari suatu kalangan sample yang diuraikan”. Populasi dalam penelitian ini adalah populasi bergerak (*mobile population*). Langkah– langkah teknik penarikan sampel dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Menentukan populasi sasaran, dalam penelitian ini yang menjadi populasi sasaran adalah wisatawan nusantara yang berkunjung ke Taman Wisata alam Cimanggu.
2. Menentukan sebuah tempat tertentu sebagai checkpoint, dalam penelitian ini yang menjadi *checkpoint* adalah pintu masuk Taman Wisata Alam Cimanggu.
3. Menentukan waktu yang digunakan untuk menentukan sampling. Dalam penelitian ini waktu yang digunakan adalah rentang waktu kepadatan pengunjung 09.00–17.00.

### 3.2.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling utama dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Menurut Sugiyono (2012:193) menyatakan bahwa "Teknik pengumpulan data adalah suatu usaha untuk memperoleh data dengan menggunakan metode yang telah ditentukan". Data yang diperoleh dalam penelitian ini didapatkan dengan menggunakan teknik berikut:

#### 1. Wawancara

Wawancara adalah pertemuan dua orang yang bertujuan untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab. Wawancara digunakan untuk memperoleh data dengan berkomunikasi secara langsung kepada pengurus Taman Wisata alam Cimanggu melalui pertanyaan yang sudah dipersiapkan sebelumnya mengenai motivasi wisatawan dan keputusan berkunjung.

#### 2. Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada wisatawan untuk dijawabnya. Jenis kuesioner yang digunakan adalah jenis kuesioner tertutup dimana telah disediakan jawaban wisatawan hanya tinggal memilih jawaban yang sesuai dengan persepsi masing-masing. Kuesioner berisi pertanyaan mengenai karakteristik wisatawan, pengalaman wisatawan dan penilaian khususnya mengenai motivasi wisatawan untuk berkunjung.

#### 3. Observasi

Teknik pengumpulan data dengan melakukan observasi yaitu pengamatan dan peninjauan langsung terhadap objek dan subjek yang sedang diteliti, yakni dalam penelitian ini objek dan subjek yang diteliti adalah wisatawan nusantara yang berkunjung ke Taman Wisata Alam Cimanggu.

#### 4. Studi kepustakaan

Yaitu pengumpulan data dengan cara mempelajari buku, majalah ilmiah, brosur, guna memperoleh informasi yang berhubungan dengan teori dan konsep yang berkaitan dengan masalah penelitian.

### 3.2.6 Hasil Pengujian Validitas dan Reabilitas

#### 3.2.6.1 Hasil Pengujian Validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan kevalidan dari instrumen. Suatu instrumen yang valid atau sah mempunyai validitas yang tinggi (Arikunto, 2009:145). Dengan demikian data yang valid adalah data yang tidak berbeda antara data yang dilaporkan oleh peneliti dengan data sesungguhnya terjadi pada objek penelitian. Suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan suatu instrumen.

Validasi merupakan ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek penelitian dengan data yang dapat dilaporkan oleh peneliti. "Suatu instrumen yang valid menggunakan alat ukur yang memiliki kevalidan yang benar" (Sugiyono 2012:172). Suatu instrumen yang valid atau sah mempunyai validitas yang tinggi, sebaliknya instrumen yang kurang berarti memiliki validitas yang rendah. Sebuah instrumen dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang seharusnya diukur serta dapat mengungkap data dari variabel yang diteliti dengan tepat. Tinggi rendahnya instrumen menunjukkan sejauh mana data yang terkumpul tidak menyimpang dari gambaran tentang validitas yang dimaksud.

Tipe validitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah validitas konstruk, yang menentukan validitas dengan cara mengkorelasikan antara skor yang diperoleh dari masing-masing item berupa pertanyaan dengan skor totalnya, maka dapat dikatakan bahwa alat ukur tersebut mempunyai validitas.

Adapun rumus yang digunakan dalam penelitian ini adalah rumus Korelasi Product Moment yang dikemukakan oleh Pearson, sebagai berikut:

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

Keterangan:

$r^{xy}$  = Koefisien korelasi *product moment*

X = Skor yang diperoleh subjek dalam setiap item

Y = Skor total yang diperoleh subjek dalam setiap item

n = Jumlah sampel

$\Sigma$  = Kuadrat faktor variabel X

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

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

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

Keputusan pengujian validitas item instrumen, adalah sebagai berikut:

1. Item pertanyaan yang diteliti dikatakan valid jika nilai signifikan  $< 0,05$
2. Item pertanyaan yang diteliti dikatakan tidak valid jika nilai signifikan  $> 0,05$
3. Pengujian kuesioner yang diuji pada sampel kecil dengan tingkat signifikansi 5% dan derajat kebebasan (dk)  $n-2(30-2-28)$ , maka akan didapat nilai r tabel sebesar 0,361.

Perhitungan validitas item instrumen dilakukan dengan bantuan program SPSS 18.0 *for windows*. Berdasarkan hasil pengolahan data menggunakan komputer SPSS 18 *for windows* menunjukkan bahwa item-item pernyataan dalam kuesioner penelitian ini, terdapat atribut yang valid dan tidak valid. Untuk lebih rincinya dapat dilihat pada Tabel 3.3 berikut.

**TABEL 3.3**  
**HASIL UJI VALIDITAS INSTRUMEN PENELITIAN**

No	Pertanyaan	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
<b>Motivasi Wisatawan</b>				
<i><b>Push factors</b></i>				
<i><b>Discovering new place</b></i>				
1.	Tingkat keinginan untuk mendapatkan suasana yang baru.	0.561	0.361	Valid
<i><b>Trying something new</b></i>				
2.	Tingkat keinginan untuk mencoba sesuatu yang baru.	0.521	0.361	Valid
<i><b>Relaxing physically</b></i>				
3.	Tingkat keinginan untuk merelaksasikan tubuh.	0.731	0.361	Valid
<i><b>Relieving stress</b></i>				
4.	Tingkat keinginan untuk menghilangkan stress dan menyegarkan pikiran.	0.606	0.361	Valid
<i><b>Finding excitements</b></i>				
5.	Tingkat keinginan untuk menemukan sesuatu yang menarik.	0.647	0.361	Valid
<i><b>Escaping from routine</b></i>				

6.	Tingkat keinginan untuk melakukan aktivitas yang berbeda diluar rutinitas (pekerjaan).	0.562	0.361	Valid
<b><i>Having fun</i></b>				
7.	Tingkat keinginan untuk bersenang-senang.	0.605	0.361	Valid
<b><i>Talking with my friends about this trip</i></b>				
8.	Tingkat keinginan untuk menceritakan kembali dan berbagi pengalaman kepada teman-teman.	0.647	0.361	Valid
<b><i>Pull factors</i></b>				
<b><i>Landscape</i></b>				
9.	Tingkat keinginan berkunjung karena kemenarikan suasana dan pemandangan yang ditawarkan Taman Wisata Alam Cimanggu.	0.689	0.361	Valid
<b><i>Natural environment</i></b>				
10.	Tingkat keinginan berkunjung karena kemenarikan lingkungan alami yang ditawarkan Taman Wisata Alam Cimanggu.	0.519	0.361	Valid
<b><i>Relaxing atmosphere</i></b>				
11.	Tingkat keinginan berkunjung karena kemenarikan suasa yang menenangkan yang ditawarkan Taman Wisata Alam Cimanggu.	0.642	0.361	Valid
<b><i>Security</i></b>				
12.	Tingkat keinginan berkunjung karena keamanan yang ditawarkan Taman Wisata Alam Cimanggu.	0.477	0.361	Valid
<b><i>Nice weather</i></b>				
13.	Tingkat keinginan berkunjung karena kesesuaian aktivitas wisata yang ditawarkan Taman Wisata Alam Cimanggu dengan kondisi cuaca.	0.633	0.361	Valid
<b><i>Accessibility</i></b>				
14.	Tingkat keinginan berkunjung karena kemudahan akses menuju Taman Wisata Alam Cimanggu.	0.640	0.361	Valid
<b><i>Public Transportations</i></b>				
15.	Tingkat keinginan berkunjung karena ketersediaan transportasi umum menuju Taman Wisata Alam Cimanggu.	0.529	0.361	Valid
<b><i>Hospitality</i></b>				



16.	Tingkat keinginan berkunjung karena keramahan karyawan Taman Wisata Alam Cimanggu.	0.615	0.361	Valid
<b>Lodging</b>				
17.	Tingkat keinginan untu berkunjung karena ketersediaan penginapan di Taman Wisata Alam Cimanggu.	0.478	0.361	Valid
<b>Distance</b>				
18.	Tingkat keinginan untuk berkunjung dikarenakan jarak yang harus ditempuh menuju Taman Wisata Alam Cimanggu.	0.602	0.361	Valid
<b>Keputusan Berkunjung</b>				
<b>Pemilihan Produk dan Jasa</b>				
19.	Keinginan untuk mengunjungi Taman Wisata Alam Cimanggu karena kemenarikan daya tarik wisata.	0.661	0.361	Valid
20.	Keinginan untuk mengunjungi Taman Wisata Alam Cimanggu karena keberagaman aktivitas wisata.	0.532	0.361	Valid
21.	Keinginan untuk mengunjungi Taman Wisata Alam Cimanggu karena keunggulan daya tarik wisata dibandingkan dengan kompetitor lain.	0.685	0.361	Valid
<b>Pemilihan suatu merek</b>				
22.	Keinginan untuk mengunjungi Taman Wisata Alam Cimanggu karena kepopuleran nama Taman Wisata Alam Cimanggu.	0.721	0.361	Valid
23.	Keinginan untuk mengunjungi Taman Wisata Alam Cimanggu karena Citra Taman Wisata Alam Cimanggu.	0.607	0.361	Valid
<b>Pemilihan saluran pembelian</b>				
24.	Keinginan untuk mengunjungi Taman Wisata Alam Cimanggu karena kemudahan transportasi menuju Taman Wisata Alam Cimanggu.	0.629	0.361	Valid
25.	Keinginan untk mengunjungi Taman Wisata Alam Cimanggu karena kestrategisan tempat atau lokasi Taman Wisata Alam Cimanggu.	0.780	0.361	Valid
<b>Pemilihan waktu kunjungan</b>				
26.	Keinginan untuk mengunjungi Taman Wisata Alam Cimanggu pada saat weekday.	0.487	0.361	Valid

27.	Keinginan untuk mengunjungi Taman Wisata Alam Cimanggu pada saat weekend.	0.767	0.361	Valid
28.	Keinginan untuk mengunjungi Taman Wisata Alam Cimanggu pada saat hari libur.	0.793	0.361	Valid
<b>Jumlah kunjungan</b>				
29.	Keinginan untuk sering berkunjung ke Taman Wisata Alam Cimanggu dalam setahun.	0.503	0.361	Valid
30.	Keinginan untuk kembali mengunjungi Taman Wisata Alam Cimanggu.	0.510	0.361	Valid
<b>Metode pembayaran</b>				
31.	Keinginan wisatawan untuk mendapatkan kemudahan pembayaran dengan uang tunai ( <i>cash</i> ) saat mengunjungi Taman Wisata Alam Cimanggu.	0.515	0.361	Valid

Sumber : Hasil pengolahan data, 2015

Hasil pengolahan data pada Tabel 3.3 menunjukkan pengujian validitas dari sub variabel motivasi wisatawan dan keputusan berkunjung yang dilakukan dengan jumlah wisatawan sebanyak 30 orang dinyatakan valid karena  $r_{hitung}$  lebih besar jika dibandingkan dengan  $r_{tabel}$  yang bernilai 0.361. Dengan demikian item pernyataan pada instrumen ini dapat dikatakan sah. Dapat diketahui pada pengolahan data variabel motivasi, dapat dilihat pada faktor pendorong menunjukkan nilai tertinggi dengan skor sebesar 0,731 pada item pertanyaan ke-3 untuk pertanyaan tingkat keinginan untuk merelaksasikan tubuh dan nilai terendah dengan skor sebesar 0,521 untuk item pertanyaan ke-2 mengenai tingkat keinginan untuk mencoba sesuatu yang baru. Sedangkan untuk faktor penarik menunjukkan nilai tertinggi dengan skor sebesar 0,689 pada item pertanyaan ke-9 mengenai tingkat keinginan berkunjung karena kemenarikan suasana dan pemandangan yang ditawarkan Taman Wisata Alam Cimanggu dan skor terendah sebesar 0,477 pada item pertanyaan ke-12 mengenai keinginan berkunjung karena keamanan yang ditawarkan oleh Taman Wisata Alam Cimanggu.

Pada pengolahan data mengenai pengukuran validitas untuk variabel keputusan berkunjung, untuk pemilihan produk dan jasa yang memiliki nilai tertinggi untuk pertanyaan item ke-21 keinginan untuk mengunjungi Taman Wisata Alam Cimanggu karena keunggulan daya tarik wisata dibandingkan dengan kompetitor lain dengan skor sebesar 0,685 dan skor

terendah pada item pertanyaan ke-20 mengenai keinginan untuk mengunjungi Taman Wisata Alam Cimanggu karena keinginan untuk mengunjungi Taman Wisata Alam Cimanggu karena keberagaman aktivitas wisata dengan skor sebesar 0,532. Untuk pemilihan suatu merek memperoleh skor tertinggi sebesar 0,721 pada item pertanyaan ke-22 mengenai keinginan untuk mengunjungi karena kepopuleran nama Taman Wisata Alam Cimanggu skor terendah sebesar 0,607 pada item pertanyaan ke-23 mengenai keinginan untuk mengunjungi karena citra Taman Wisata Alam Cimanggu. Selanjutnya untuk pemilihan saluran pembelian dan kunjungan mendapatkan skor tertinggi sebesar 0,629 pada item pertanyaan ke-25 mengenai keinginan untuk mengunjungi Taman Wisata Alam Cimanggu karena kestrategisan tempat atau lokasi Taman Wisata Alam Cimanggu skor terendah sebesar 0,780 pada item pertanyaan ke-24 mengenai keinginan untuk mengunjungi Taman Wisata Alam Cimanggu karena kemudahan transportasi. Selanjutnya untuk pemilihan waktu kunjungan mendapatkan skor tertinggi sebesar 0,793 pada item pertanyaan ke-28 mengenai keinginan untuk mengunjungi Taman Wisata Alam Cimanggu pada saat hari libur dan skor terendah sebesar 0,487 pada item pertanyaan ke-26 mengenai keinginan untuk mengunjungi Taman Wisata Alam Cimanggu saat weekday. Untuk jumlah kunjungan skor tertinggi sebesar 0,510 pada item pertanyaan ke-30 mengenai keinginan kembali mengunjungi Taman Wisata Alam Cimanggu skor terendah sebesar 0,503 pada item pertanyaan ke-29 mengenai frekuensi kunjungan ke Taman Wisata Alam Cimanggu dalam setahun. Selanjutnya untuk metode pembayaran mendapatkan skor sebesar 0,515 pada item pertanyaan ke-31 mengenai keinginan wisatawan untuk mendapatkan kemudahan pembayaran dengan uang tunai (*cash*) saat mengunjungi Taman Wisata Alam Cimanggu.

### 3.2.6.2 Hasil Pengujian Pengujian Reabilitas

Uji reliabilitas berguna untuk menetapkan apakah instrumen yang dalam hal ini kuesioner dapat digunakan lebih dari satu kali, paling tidak oleh wisatawan yang sama akan menghasilkan data yang konsisten. Dengan kata lain, reliabilitas instrumen mencirikan tingkat konsistensi. Menurut Sugiyono (2012:118) mengemukakan bahwa “Uji realibilitas digunakan untuk mengetahui apakah alat pengumpul data menunjukkan tingkat ketepatan, tingkat keakuratan, kestabilan atau konsisten dalam mengungkapkan gejala tertentu”. Pengujian reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan rumus *Cronbach alpha*, yaitu:

$$r_{11} = \left[ \frac{k}{k-1} \right] \left[ 1 - \frac{\sum \sigma b^2}{\sigma t^2} \right] \text{ (Husein Umar, 2008:170)}$$

Keterangan:

$r_{11}$  = *Reliabilitas instrument*

$k$  = Banyaknya butir pertanyaan

$\sigma t^2$  = *Varians total*

$\sum \sigma b^2$  = Jumlah varian butir

Jumlah varian butir dapat dicari dengan cara mencari nilai varian tiap butir, kemudian jumlahkan seperti berikut ini:

$$\sigma = \frac{\sum X^2 - \frac{(\sum X)^2}{n}}{n} \text{ (Husein Umar, 2008:170)}$$

Keterangan:

$\sigma_1^2$  = *varians total*

$\sum X$  = jumlah skor

$N$  = jumlah wisatawan

Koefisien *Cronbach alpha* merupakan statistik yang paling umum digunakan untuk menguji reliabilitas suatu instrumen penelitian. Suatu instrumen penelitian diindikasikan memiliki tingkat reliabilitas memadai jika koefisien *Cronbach alpha* lebih besar atau sama dengan 0,700.

Pengujian reliabilitas pada penelitian ini menggunakan bantuan program SPSS 18.0 *for windows*. Pengujian dilakukan dengan menggunakan teknik *Alpha Cronbach*. Apabila angka *Alpha Cronbach* mendekati 1, maka semakin tinggi tingkat reliabilitasnya. Hasil pengujian reliabilitas disajikan pada tabel berikut:

**TABEL 3.4**  
**HASIL UJI RELIABILITAS INSTRUMEN PENELITIAN**

No	Variabel	$r_{hitung}$ (Alpha Cronbach)	r tabel	Keterangan
----	----------	----------------------------------	---------	------------

1	Motivasi	0,893	0.700	Reliabel
2	Keputusan berkunjung	0.873	0.700	Reliabel

Sumber: Hasil pengolahan data, 2015.

Berdasarkan Tabel 3.4 yang menunjukkan hasil pengujian reliabilitas motivasi dan keputusan berkunjung terlihat dari nilai *alpha cronbach* yaitu jauh lebih besar daripada 0,700, sehingga dapat dikatakan bahwa penelitian ini reliabel dan dapat dipercaya.

### 3.2.6.3 Rancangan Analisis Data

Penelitian ini menggunakan dua jenis analisis deskriptif khususnya bagi variabel yang bersifat kualitatif dan analisis kuantitatif berupa hipotesis dengan statistik. Analisis deskriptif digunakan untuk melihat faktor penyebab sedangkan analisis kuantitatif lebih menitikberatkan dalam pengungkapan perilaku variabel penelitian.

Analisis deskriptif yaitu menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul yang berasal dari jawaban wisatawan atas item-item dalam kuesioner. Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala *Likert* (*Likert's Summated Ratings*). Menurut Sedarmayanti dan Hidayat (2011:95) skala *likert* digunakan untuk mengukur dimensi sikap yang terdiri dari *cognitive domain* (tahu atau tidak tahu), *affective domain* (perasaan), dan *conative domain* (tingkah laku). Sedangkan menurut Sugiyono (2013:93), “Skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial”.

Alat penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah angket/kuesioner. Kuesioner ini disusun oleh penulis berdasarkan variabel-variabel yang terdapat dalam penelitian, yakni memberikan penilaian mengenai analisis sejauh mana pengaruh motivasi wisatawan terhadap keputusan berkunjung di Taman Wisata Alam Cimanggu.

### 3.2.7.1 Rancangan Analisis Data Deskriptif

Analisis deskriptif merupakan statistik yang digunakan untuk menganalisa data dengan cara mendeskripsikan atau menggunakan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi. Tolak ukur dari pendeskripsian ini adalah dengan pemberian angka, baik dalam jumlah maupun presentasi.

Penelitian deskriptif melakukan analisis sampai taraf deskripsi, yaitu menganalisis dan menyajikan data secara sistematis, sehingga dapat lebih mudah untuk dipahami dan disimpulkan.

Analisis deskripsi digunakan untuk meneliti variabel-variabel penelitian, antara lain:

1. Analisis data deskriptif tentang motivasi wisatawan yang terdiri dari faktor pendorong dan penarik.
2. Analisis data deskriptif tentang keputusan berkunjung yang terdiri dari pemilihan produk dan jasa, pemilihan suatu merek, pemilihan saluran pembelian dan kunjungan, pemilihan waktu kunjungan, jumlah kunjungan, dan metode pembayaran.

### 3.3.7.2 Rancangan Analisis Verifikatif

Analisis verifikatif bertujuan untuk menguji hipotesis dengan menggunakan uji statistik. Setelah dilakukannya analisis deskriptif, analisis berikutnya dilakukan setelah keseluruhan data yang diperoleh dari responden telah terkumpul. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linear sederhana yaitu didasarkan pada hubungan fungsional atau kausal satu variabel independen dengan satu variabel dependen. Dalam penelitian ini, analisis regresi linear sederhana digunakan untuk mengetahui pengaruh antara variabel-variabel independen (X) yaitu motivasi wisatawan terhadap variabel dependen (Y) keputusan berkunjung. Adapun langkah-langkah dalam pengujian ini sebagai berikut:

#### 1. MSI (Method of Successive Interval)

Skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah *ordinal scale*. Penelitian ini menggunakan data ordinal seperti dijelaskan dalam operasionalisasi variabel sebelumnya, oleh karena itu semua data ordinal yang terkumpul terlebih dahulu ditransformasikan menjadi skala interval dengan menggunakan *Method Successive Interval*.

- a. Menghitung frekuensi (f) pada setiap pilihan jawaban, berdasarkan hasil jawaban responden pada setiap pertanyaan.
- b. Berdasarkan frekuensi yang diperoleh untuk setiap pertanyaan, dilakukan perhitungan proporsi (p) setiap pilihan jawaban dengan cara membagi frekuensi dengan jumlah responden.
- c. Berdasarkan proporsi tersebut, selanjutnya dilakukan perhitungan proporsi kumulatif untuk setiap pilihan jawaban.

- d. Menentukan nilai batas Z untuk setiap pertanyaan dan setiap pilihan jawaban.
- e. Menentukan nilai interval rata-rata untuk setiap pilihan jawaban melalui persamaan sebagai berikut:

$$ScaleValue = \frac{(DencituaatLowerLimit) - (DencituaatUpperLimit)}{(AreaBelowUpperLimit) - (AreaBelowLowerLimit)}$$

- f. Hitungan skor (nilai hasil transformasi) untuk setiap pilihan jawaban persamaan berikut:

$$Score = Score Value + 1 \frac{Scale Value - minimum}{1 - minimum}$$

Data penelitian yang telah berskala interval selanjutnya akan ditentukan pasangan data variabel independen dengan variabel dependen serta akan ditentukan persamaan yang berlaku untuk pasangan-pasangan tersebut.

## 2. Teknik Analisis Linear Regresi Sederhana

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linear sederhana yaitu didasarkan pada hubungan fungsional atau kausal satu variabel independen dengan satu variabel dependen. Dalam penelitian ini, analisis regresi linear sederhana digunakan untuk mengetahui pengaruh antara variabel-variabel independen (X) yaitu motivasi wisatawan terhadap variabel dependen (Y) keputusan berkunjung.

Selain itu kegunaan uji linear sederhana adalah untuk meramalkan atau memprediksi variabel terikat (Y) bila variabel bebas (X) diketahui. Untuk bisa membuat ramalan melalui regresi, maka data setiap variabel harus tersedia sehingga dapat menemukan persamaan melalui perhitungan. Dalam penelitian ini persamaan regresi sederhana ialah:

$$\boxed{Y = a + bX} \quad (\text{Sugiyono, 2014:261})$$

Keterangan :

a = Harga Y ketika harga X = 0 (harga konstan)

b = Angka arah atau koefisien regresi, yang menunjukkan angka peningkatan ataupun penurunan variabel dependen yang didasarkan pada perubahan variabel independen. Bila (+) arah garis naik, bila (-) maka arah garis turun.

Y = Subyek dalam variabel dependen yang diprediksikan

X = Subyek pada variabel independen yang mempunyai nilai tertentu

Teknik analisis regresi linear sederhana dilakukan dengan prosedur kerja sebagai berikut:

1. Uji Asumsi Regresi

Penggunaan metode analisis regresi linear sederhana memerlukan asumsi klasik secara statistik harus dipenuhi. Asumsi klasik meliputi:

a. Uji asumsi normalitas

Uji normalitas adalah untuk melihat apakah nilai residual terdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki nilai residual yang terdistribusi normal. Syarat pertama untuk melakukan analisis regresi adalah normalitas, yaitu data sampel hendaknya memenuhi persyaratan distribusi normal atau tidak, dapat menggunakan *normal probability plot*.

b. Uji asumsi heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang memenuhi persyaratan adalah dimana terdapat kesamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap atau disebut homokedastisitas. Suatu regresi dikatakan tidak terdeteksi heteroskedastisitas apabila diagram pancar residualnya tidak membentuk pola tertentu.

2. Untuk mengetahui kuat rendahnya hubungan pengaruh, maka menurut Sugiyono (2013:184) dapat digunakan pedoman seperti pada Tabel 3.5 berikut:

**TABEL 3.5**  
**PEDOMAN UNTUK MEMBERIKAN INTERPRETASI**  
**KOEFISIEN KORELASI**

Ordinal Koefisien	Tingkat Pengaruh
0,00 – 0,199	Sangat rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 - 1,000	Sangat Kuat

Sumber: Sugiyono (2013:184)

### Koefisien Determinasi (KD)



Koefisien determinasi adalah kuadrat koefisien korelasi. Dalam menggunakan koefisien determinasi dinyatakan dalam persen sehingga harus dikalikan 100%. Koefisien determinasi ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel X terhadap variabel Y, dengan asumsi  $0 \leq r^2 \leq 1$  menggunakan rumus:

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

Keterangan:

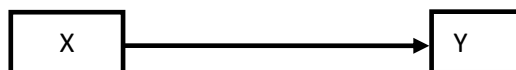
KD = Nilai Koefisien determinasi

r = Nilai koefisien korelasi

(Riduwan, 2010:81)

### 3.2.7.3 Pengujian Hipotesis

Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linear sederhana yang meramalkan bagaimana individu dalam variabel dependen ditetapkan. Berdasarkan hipotesis konseptual yang diajukan terdapat pengaruh yang signifikan antara motivasi wisatawan (X) terhadap keputusan berkunjung (Y), maka terlebih dahulu hipotesis konseptual tersebut digambarkan dalam sebuah seperti pada Gambar 3.1 berikut:



**GAMBAR 3.1**  
**REGRESI LINIAR SEDERHANA**

Keterangan:

X = Motivasi Wisatawan

Y = Keputusan Berkunjung

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

$$F = \frac{S^2_{\text{reg}}}{S^2_{\text{sis}}}$$

Sumber : Sudjana, 2003:18

Sebagai langkah terakhir dari analisis data ialah pengujian hipotesis untuk menguji signifikansi koefisien korelasi antara variabel X dan Y yang dilakukan dengan membandingkan  $t_{hitung}$  dan  $t_{tabel}$  yaitu dengan menggunakan rumus distribusi *student*. Rumus distribusi *student* ialah :

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

Sugiyono, 2010:250)

Keterangan :

t = t hitung yang selanjutnya dikonsultasikan dengan t tabel.

r = koefisien korelasi

n = jumlah wisatawan

Kriteria pengambilan keputusan untuk hipotesis yang diajukan adalah:

Jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak

Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima

Hipotesis yang akan diuji yaitu keputusan berkunjung (Y) melalui motivasi wisatawan (X) dalam rangka pengambilan keputusan penerimaan atau penolakan, hipotesis dapat dituliskan sebagai berikut:

$H_0: \rho = 0$ , Tidak ada pengaruh yang positif antara motivasi wisatawan (X) terhadap keputusan berkunjung (Y).

$H_0: \rho > 0$ , Terdapat pengaruh yang positif dari motivasi wisatawan (X) terhadap keputusan berkunjung (Y).