

BAB III

OBJEK DAN METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Penelitian ini menganalisis mengenai *behavioral intention* wisatawan Sari Ater Hotel & Resort melalui *tourists perceived value* bagi wisatawan yang diberikan Sari Ater Hotel & Resort selama wisatawan berada di Sari Ater Hotel & Resort. Penelitian ini terdiri dari dua variabel yaitu variabel X dan variabel Y. Variabel merupakan suatu konsep atau konstruk yang memiliki variasi (dua atau lebih) nilai. Nilai yang melekat dalam variabel tersebut dapat berupa angka dan kategori (Silalahi, 2012, hlm. 115). Secara umum variabel merupakan suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2014, hlm. 61)

Variabel bebas atau *independent variable* pada penelitian ini adalah *tourists perceived value*. Sugiyono (2014, hlm. 61) menjelaskan bahwa variabel independen (X) sering disebut sebagai variabel bebas, stimulus, prediktor atau *antecedent*, merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen. *Tourists Perceived Value* tersebut memiliki dimensi sebagai berikut yaitu (1) *Quality of tourist services*, (2) *Destination appearance*, (3) *Emotional experience* dan (4) *Reputation*. Pada penelitian dimensi-dimensi *perceived value* diukur dengan tiga belas indikator yaitu, kualitas akomodasi, kualitas makanan dan minuman, kualitas hiburan, kualitas pelayanan staf, perasaan lingkungan, daya tarik lingkungan, keunikan destinasi, pengalaman baru, perasaan senang, perasaan gembira, perasaan tenang, reputasi yang baik, dan *appreciated destination*.

Sedangkan yang menjadi variabel terikat atau *dependent variable* adalah *Behavioral Intention*. Sugiyono (2014, hlm. 61) variabel dependen (Y) atau yang sering disebut variabel terikat, *output*, kriteria atau konsekuen, merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. *Behavioral Intention* ini terdiri dari beberapa dimensi yaitu (1) *Positif*

Word of Mouth, (2) Recommendation to Other, (3) Repurchase Intention dan (4) High Tolerance to Price Premium.

Penelitian ini dilaksanakan di salah satu daya tarik wisata air panas alam Desa Ciater Kabupaten Subang yaitu Sari Ater Hotel & Resort. Unit analisis dalam penelitian ini adalah wisatawan yang datang berkunjung, menginap dan menikmati fasilitas dan atraksi wisata Sari Ater Hotel & Reosrt. Metode yang digunakan adalah metode *cross sectional* yaitu sebuah metode penelitian yang dapat dilakukan hanya sekali dikumpulkan, mungkin selama periode harian, mingguan, atau bulanan dalam rangka menjawab pertanyaan penelitian (Sekaran, 2010, hlm. 177).

3.2 Metode Penelitian

3.2.1 Jenis Penelitian dan Metode yang Digunakan

Jenis-jenis penelitian yang telah dikemukakan Sekaran dan Bougi (2010, hlm. 103) pada umumnya dapat berupa eksplorasi (*exploratory*), deskriptif, atau uji hipotesis, hal ini disesuaikan dengan tingkat pengetahuan tentang pokok penelitian yang sudah ada. Jenis penelitian yang peneliti gunakan adalah jenis penelitian deskriptif dan veripikatif (pengujian hipotesis).

Sugiono (2012, hlm. 11) menjelaskan bahwa penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih (*independent*) tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan antara satu dengan variabel lain. Sekaran dan Bougi (2010, hlm. 105) menjelaskan pula tentang penelitian deskriptif sebagai berikut "*A descriptive study is undertaken in order to ascertain and be able to describe the characteristic of the variable of interest in situation.*" hal tersebut dapat disimpulkan bahwa penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk memastikan dan dapat menggambarkan karakteristik dari setiap variabel yang diteliti dalam sebuah situasi.

Sedangkan penelitian verifikatif pada dasarnya menguji kebenaran dari suatu hipotesis yang dilaksanakan melalui pengumpulan data di lapangan dimana pengujian hipotesis tersebut menggunakan perhitungan statistik (Arikunto, 2009,

hlm. 8). Hubungan yang diuji dalam penelitian ini adalah pengaruh *perceived value* terhadap *behavioral intention* wisatawan Sari Ater Hotel & Resort.

Berdasarkan jenis penelitian deskriptif dan verifikatif melalui pengumpulan data dan informasi dari lapangan, maka metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *explanatory survey*. Metode *explanatory survey* merupakan metode penelitian yang bermaksud menjelaskan kedudukan variabel-variabel yang diteliti serta pengaruh variabel yang satu dengan variabel yang lainnya (Sugiono, 2010, hlm. 54).

3.2.2 Operasional Variabel

Tabel 3.1
OPERASIONAL VARIABEL

Variabel/ Dimensi	Konsep Variable	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
<i>Tourists Perceived Value (X)</i>	Evaluasi kognitif afektif individu (dalam hal ini yang dimaksud individu adalah wisatawan) terhadap suatu produk atau jasa yang terjadi dalam proses pembelian dan didasarkan pada perbandingan antara manfaat dan biaya yang timbul dengan keadaan yang berubah dari waktu, tempat dan situasi dimana penilaian dilakukan. (Bajs, 2013, hlm. 124)				
<i>Quality of tourist service</i>	Kualitas layanan wisata diukur melalui kualitas akomodasi, kualitas belanja, kualitas makanan dan minuman, kualitas hiburan, dan kualitas staf pariwisata	Kualitas akomodasi	Tingkat kualitas akomodasi Sari Ater Hotel & Resort dibandingkan dengan pengorbanan yang dikeluarkan	Ordinal	1
		Kualitas makanan dan minuman	Tingkat kualitas makanan dan minuman yang ada di restoran Sari Ater Hotel & Resort dibandingkan dengan pengorbanan yang dikeluarkan	Ordinal	2

Variabel/ Dimensi	Konsep Variable	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
		Kualitas wahana	Tingkat kualitas wahana yang ada di Sari Ater Hotel & Resort dibandingkan dengan pengorbanan yang dikeluarkan	Ordinal	3
		Kualitas pelayanan staf	Tingkat kualitas pelayanan yang diberikan karyawan Sari Ater Hotel & Resort kepada wisatawan dibandingkan dengan pengorbanan yang dikeluarkan	Ordinal	4
<i>Destination appearance</i>	Penampilan suatu destinasi wisata diukur melalui monumen budaya dan sejarah, keindahan dan daya tarik dari lingkungan alam, penampilan yang spesifik dan unik dari tujuan, tata letak dan sejumlah pantai, dan cuaca	Keindahan lingkungan alam	Tingkat keindahan lingkungan alam sekitar Sari Ater Hotel & Resort dibandingkan dengan pengorbanan yang dikeluarkan	Ordinal	5
		Daya tarik lingkungan	Tingkat daya tarik lingkungan Sari Ater Hotel & Resort dibandingkan dengan pengorbanan yang dikeluarkan	Ordinal	6
		Keunikan destinasi	Tingkat keunikan daya tarik wisata Sari Ater Hotel & Resort dibandingkan dengan	Ordinal	7

Variabel/ Dimensi	Konsep Variable	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
			pengorbanan yang dikeluarkan		
<i>Emotional Experience</i>	Pengalaman emosional merupakan perasaan memiliki pengalaman baru, perasaan bersenang-senang, perasaan kegembiraan yang dirasakan oleh wisatawan, perasaan relaksasi dan istirahat	Pengalaman baru	Tingkat perasaan memiliki pengalaman baru di Sari Ater Hotel & Resort dibandingkan dengan pengorbanan yang dikeluarkan	Ordinal	8
		Perasaan senang	Tingkat kesenangan yang dirasakan selama berwisata di Sari Ater Hotel & Resort dibandingkan dengan pengorbanan yang dikeluarkan	Ordinal	9
		Perasaan gembira	Tingkat kegembiraan yang dirasakan selama berwisata di Sari Ater Hotel & Resort dibandingkan dengan pengorbanan yang dikeluarkan	Ordinal	10
		Perasaan tenang	Tingkat ketenangan ketika berwisata di Sari Ater Hotel & Resort dibandingkan dengan pengorbanan yang dikeluarkan	Ordinal	11

Variabel/ Dimensi	Konsep Variable	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
<i>Reputation</i>	Melalui reputasi yang baik dari suatu destinasi maka destinasi tersebut dihargai dan memiliki status yang baik.	Reputasi yang baik	Tingkat prestis wisatawan terhadap reputasi Sari Ater Hotel & Resort dibandingkan dengan pengorbanan yang dikeluarkan	Ordinal	12
		<i>Appreciated destination</i>	Tingkat apresiasi wisatawan terhadap Sari Ater Hotel & Resort dibanding dengan pengorbanan yang dikeluarkan	Ordinal	13
<i>Behavioral Intention (Y)</i>	Niat berperilaku atau <i>behavioral intention</i> didefinisikan sebagai perilaku individu yang dapat direncanakan di masa depan. (Oliver dan Swam dalam Li dan Cai, 2012 hlm. 476)				
		<i>Positif Word of Mouth</i>	Tingkat kesediaan wisatawan untuk membicarakan hal positif mengenai Sari Ater Hotel & Resort kepada teman	Ordinal	14
			Tingkat kesediaan untuk menceritakan pengalaman baik yang didapat dari kegiatan wisata di Sari Ater Hotel & Resort	Ordinal	15

Variabel/ Dimensi	Konsep Variable	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
		<i>Recommendation to Other</i>	Tingkat kesediaan merekomendasikan destinasi Sari Ater Hotel & Resort kepada orang lain.	Ordinal	16
			Tingkat kesediaan mengajak orang lain untuk datang ke Sari Ater Hotel & Resort	Ordinal	17
		<i>Repurchase Intention</i>	Tingkat keinginan untuk datang lagi ke Sari Ater Hotel & Resort.	Ordinal	18
			Tingkat kesediaan untuk menempatkan Sari Ater Hotel & Resort sebagai pilihan utama untuk di kunjungi kembali	Ordinal	19
		<i>High Tolerance to Price Premium</i>	Tingkat kesediaan berkunjung kembali ke Sari Ater Hotel & Resort meskipun biaya lebih tinggi	Ordinal	20
			Tingkat kesediaan membeli produk dan jasa Sari Ater Hotel & Resort jika harga yang ditawarkan lebih mahal dari sebelumnya	Ordinal	21

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2015

3.2.3 Jenis dan Sumber data

Silalahi (2012, hlm. 280) menjelaskan bahwa data merupakan hasil pengamatan dan pengukuran yang mengungkapkan fakta tentang karakteristik dari suatu gejala tertentu. Berdasarkan sumbernya, jenis data menurut Sujarweni (2014, hlm. 73) di bagi menjadi dua, yaitu data primer dan data sekunder.

- a. Data primer adalah data yang diperoleh dari responden melalui kuisisioner, kelompok fokus, dan panel atau juga data hasil wawancara peneliti dengan narasumber. Sumber data yang langsung yang memberikan data kepada pengumpul data.
- b. Data sekunder adalah data yang didapat dari catatan, buku, majalah berupa laporan keuangan publikasi perusahaan, laporan pemerintah, artikel, buku-buku sebagai teori majalah dan lain sebagainya.

Tabel 3.2
JENIS DAN SUMBER DATA

Data Penelitian	Jenis Data	Sumber Data
Lima Destinasi Wisata Terbaik Dilihat Dari Jumlah Kunjungan Wisatawan yang Datang ke Kabupaten Subang 2014	Sekunder	Dinas Kebudayaan, Pariwisata, Pemuda dan Olah Raga Kabupaten Subang 2014
Jumlah Kunjungan Wisatawan Sari Ater Hotel & Resort Sampai Tahun 2009 – 2013	Sekunder	Marketing Department Sari Ater Hotel & Resort 2014
Data Fasilitas Dan Atraksi Wisata Sari Ater Hotel & Resort	Sekunder	Marketing Department Sari Ater Hotel & Resort 2014
Tanggapan pengunjung tentang <i>perceived value</i> Sari Ater Hotel & Resort	Primer	Wisatawan yang berkunjung di Sari Ater Hotel & Resort
Tanggapan pengunjung tentang <i>behavioral intention</i> Sari Ater Hotel & Resort	Primer	Wisatawan yang berkunjung di Sari Ater Hotel & Resort

Sumber: Berdasarkan Hasil Pengolahan Data, 2015

3.2.4 Populasi, Sampel, dan Teknik Penarikan Sampel

3.2.4.1 Populasi

Populasi merupakan bagian penting dalam penelitian. Menurut Sugiono (2013, hlm. 80) populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas subjek

atau objek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk kemudian ditarik kesimpulan. Malhotra (2009, hlm. 369) mendefinisikan populasi "*The total of all elements that share some common set of characteristics*" keseluruhan unsur-unsur yang terbagi dalam beberapa kumpulan karakteristik.

Populasi dalam penelitian ini adalah total wisawatan yang berkunjung ke Sari Ater Hotel & Resort pada tahun 2014 yaitu sebanyak 1.786.202 pengunjung, baik wisatawan nusantara maupun wisatawan mancanegara.

3.2.4.2 Sampel

Populasi dalam penelitian ini tidak dapat semuanya diteliti, hal ini disebabkan oleh beberapa faktor diantaranya karena keterbatasan biaya, tenaga, dan waktu yang tersedia. Maka itulah peneliti diperkenankan mengambil sebagian dari objek populasi yang telah ditentukan, dengan catatan bagian yang diambil tersebut cukup merepresentasikan yang lainnya. Pengambilan sebagian subjek dari populasi dinamakan sampel (Sujarweni, 2014, hlm. 65).

Sampel merupakan bagian dari sejumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi yang digunakan untuk penelitian. Apabila populasi terlalu besar, peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi tersebut (Sujarweni, 2014, hlm. 65). Hal tersebut dijelaskan pula oleh Sekaran dan Bougi (2010, hlm. 263) yang mengatakan bahwa "*A sample is a subset of the population*". Kedua definisi tersebut menjelaskan hal yang sama bahwa sampel merupakan bagian yang diambil dari populasi yang telah ditentukan sebelumnya.

Berdasarkan definisi-definisi yang didapat mengenai sampel yaitu sampel merupakan sebagian dari populasi dan mampu mewakili populasi, hal ini disebabkan oleh beberapa faktor diantaranya keterbatasan biaya, tenaga, dan waktu yang tersedia. Oleh karena itu sampel diambil dari populasi yang sudah ditentukan sebelumnya untuk mempermudah proses pengumpulan data yang nantinya diperlukan dan akan digunakan dalam penelitian.

Sampel pada penelitian ini yaitu diambil dari total jumlah populasi wisatawan yang datang ke Sari Ater Hotel & Resort, maka untuk menentukan

jumlah sampel digunakan rumus Slovin (dalam Sujarweni, 2014, hlm. 66) sebagai berikut:

Keterangan:

n = Ukuran sampel

N = Ukuran Populasi

e = Presentase kelonggaran ketidakterikatan karena kesalahan pengambilan sampel yang masih diinginkan (10%).

Berdasarkan rumus Slovin diatas dapat ditentukan sampel dari banyaknya populasi seluruh wisatawan Sari Ater Hotel & Resort yaitu sebanyak:

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

$$n = \frac{1.786.202}{1 + (1.786.202)(0,1)^2}$$

$$n = 99 \approx 100$$

Jadi jumlah sampel minimal yang diteliti adalah berjumlah 99 responden. Dari jumlah sampel menurut perhitungan dari rumus Slovin, maka dilakukan pembulatan bilangan menjadi 100. Hal ini dilakukan untuk mengantisipasi adanya kesalahan pada pengambilan hasil kuisisioner dan lebih representatif.

3.2.4.3 Teknik Sampling

Menurut Arikunto (2009, hlm. 111) teknik pengambilan sampel harus dilakukan sedemikian rupa sehingga diperoleh sampel yang benar-benar dapat berfungsi sebagai contoh atau menggambarkan keadaan populasi yang sebenarnya. Teknik sampling adalah teknik pengambilan sampel untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian sehingga sehingga dapat diperoleh nilai karakteristik perkiraan (*estimate value*).

Teknik sampling yang digunakan dalam suatu penelitian harus dilakukan dengan tepat untuk menentukan sampel yang tepat pula untuk menentukan tingkat kualitas data yang diperoleh dan digunakan dalam sebuah penelitian. Malhotra (2009, hlm. 375) menyebutkan bahwa teknik sampling secara umum dapat diklasifikasikan kedalam dua bagian yaitu *provitability sampling* dan *nonprovitability sampling*.

Teknik pengambilan *provitability sampling* menurut Sujarweni (2014, hlm. 69) merupakan teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. Dijelaskan pula oleh Malhotra (2009, hlm. 380) teknik *provitability sampling* terdiri dari random terdiri dari *simple random sampling*, *systematic*, *stratified* dan *cluster sampling*.

Adapun teknik sampling yang digunakan pada penelitian ini merupakan *systematic random sampling*. *Systematic random sampling* merupakan teknik sampling yang digunakan untuk pengambilan anggota sampel dari populasi yang bergerak (*mobile sampling*). Dikarenakan populasi yang diteliti merupakan populasi bergerak, maka teknik pengambilan sampel dilakukan dengan beberapa langkah sebagai berikut:

1. Menentukan wisatawan yang akan dijadikan objek penelitian yaitu wisatawan yang datang ke Sari Ater Hotel & Resort dan merupakan wisatawan yang aktif menggunakan fasilitas-fasilitas yang ada di Sari Ater Hotel & Resort.
2. Menentukan *check point* pada objek yang akan diteliti. *Check point* yang dilakukan pada penelitian ini yaitu dilakukan di beberapa area Sari Ater Hotel & Resort yang sering di kunjungi oleh wisatawan, diantaranya area hotel, area rekreasi, area kolam renang dan restoran.
3. Melakukan orientasi secara cermat terhadap *check point*, dengan memperhatikan secara cermat wisatawan-wisatawan yang telah melakukan aktifitas di Sari Ater Hotel & Resort.
4. Menentukan ukuran kecukupan sampel yang akan diambil

5. Menentukan waktu yang digunakan untuk menentukan sampling. Dalam penelitian ini waktu yang digunakan adalah rentang waktu kepadatan pengunjung 09.00–17.00.
6. Pada hari yang ditentukan dilokasi *check point*, wisatawan yang ada ditanya dan diberi kuisioner untuk diisi.

3.2.5 Teknik dan Alat Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan suatu proses pengadaan data untuk kepentingan penelitian. Teknik pengumpulan data merupakan cara yang dilakukan peneliti untuk mendapatkan informasi kuantitatif dari responden (Sujarweni, 2014, hlm. 75) teknik penelitian yang diperlukan dan digunakan dalam penelitian ini adalah:

a. Observasi

Observasi adalah pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap gejala yang tampak pada objek penelitian. Pengumpulan data yang dilakukan yaitu dengan cara meninjau dan melakukan pengamatan langsung terhadap objek penelitian yaitu Sari Ater Hotel & Resort dengan tujuan untuk mengetahui fenomena dan kondisi objek penelitian.

b. Wawancara

Wawancara merupakan salah satu instrumen yang digunakan untuk menggali data secara lisan dan bertukar informasi antara narasumber dan pewawancara. Wawancara yang dilakukan yaitu dengan pihak *sales and marketing department* Sari Ater Hotel & Resort guna mendapatkan informasi secara lisan dengan pertanyaan-pertanyaan yang sudah disiapkan sebelumnya mengenai *tourists perceived value* dan *behavioral intention*.

c. Studi kepustakaan

Yaitu pengumpulan data dengan cara mempelajari teori-teori dan konsep-konsep yang berkaitan dengan masalah dan variabel yang diteliti yang terdiri dari *perceived value* dan *behavioral intention* dari beberapa sumber diantaranya:

1. Buku-buku sumber dari perpustakaan-perpustakaan,

2. Jurnal dan penelitian-penelitian sebelumnya.
 3. Situs web dan internet
- d. Kuisisioner

Yaitu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada wisatawan untuk dijawabnya. Kuisisioner berisi pertanyaan dan pernyataan mengenai karakteristik wisatawan, pengalaman dan penilaian wisatawan mengenai *tourists perceived value* yang dilakukan oleh Sari Ater dan pengaruhnya terhadap *behavioral intention*. Kuisisioner dibagikan secara langsung dan *online* melalui *googledocs*. Jenis pertanyaan yang digunakan pada kuisisioner merupakan pertanyaan tertutup sehingga responden dapat memilih sesuai dengan penilaian masing-masing.

Alat ukur yang digunakan untuk membuat pertanyaan-pertanyaan pada kuisisioner yaitu dengan menggunakan *skala likert*. Menurut Malhotra (2009, hlm. 306) pengertian *skala likert* yaitu:

A measurement scale with five response categories ranging from "strongly disagree" to "strongly agree" which requires the respondent to indicate a degree of agriment or disagreement with each of a series of statements related to the stimulus object.

Setiap pertanyaan memiliki skor jawaban yang terdiri dari lima kategori yang terdiri dari kategori paling tinggi sampai paling rendah seperti yang terlihat pada gambar 3.1 berikut:

Strongly Agree	Agree	Neither Agree Nor Disagree	Disagree	Astrongly Disagree
5	4	3	2	1

Sumber: *Malhotra (2009, hlm. 306)*

Gambar 3.1
SKOR SETIAP ITEM PERNYATAAN

3.2.6 Uji Validitas dan Reliabilitas

Validitas dan reliabilitas merupakan panduan dalam membuat kuisisioner dan dilakuakn sebelum melakukan penelitian. Menurut Hadjar (dalam Sujarweni,

2014, hlm. 79) kualitas instrumen penelitian ditentukan oleh dua kriteria utama yaitu validitas dan reliabilitas. Validitas menunjukkan seberapa jauh kuisisioner dapat mengukur dan reabilitas untuk menunjukkan tingkat konsistensi dan akurasi hasil pengukuran. Melalui uji validitas dan reliabilitas dengan menyebar kuisisioner ke beberapa responden yang bukan sampel penelitian, maka akan terlihat tepat atau tidaknya instrumen tersebut. Selanjutnya, setelah data terkumpul dapat dilihat seberapa besar hubungan antara variabel X (*tourists perceived value*) terhadap variabel Y (*behavioral intention*).

3.2.6.1 Pengujian Validitas

Menurut Malhotra (2009, hlm. 316) menjelaskan tentang validitas bahwa *"The extent to which differences in observed scale score reflect true differences among objects on the characteristic being measured, rather than systematic or random"* Hal tersebut menjelaskan bahwa sejauh mana perbedaan skala skor yang diamati mencerminkan perbedaan karakteristik apakah berbentuk sistematis atau acak.

Uji Validitas digunakan untuk mengetahui kelayakan butir-butir dalam suatu daftar pertanyaan yang mendefinisikan suatu variabel. Sebuah instrumen bersifat valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapat data itu sah sehingga instrumen dapat digunakan mengukur apa yang seharusnya dapat diukur (Sugiono, 2014, hlm. 121). 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.

Sekaran (2008, hlm. 110) menyebutkan tentang langkah-langkah untuk menguji validitas, antara lain:

- a. Mendefinikan secara operasional suatu konsep yang akan diukur
- b. Melakukan uji coba pengukuran tersebut kepada sejumlah responden
- c. Mempersiapkan tabel tabulasi jawaban

- d. Menghitung korelasi antara data pada masing-masing pertanyaan dengan memakai rumus korelasi *product moment*, sebagai berikut:

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

Keterangan :

- r = Koefisien validitas item yang dicari
 X = Skor yang diperoleh subjek dari 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 kuadran dalam skor distribusi Y
 n = Banyak responden

Keputusan pengujian validitas responden menggunakan taraf signifikansi sebagai berikut:

- Item pernyataan yang diteliti dikatakan valid apabila tingkat signifikan $< 0,05$
- Item pernyataan yang diteliti dikatakan tidak valid apabila tingkat signifikan $> 0,05$

Tabel 3.3 Merupakan pedoman koefisiensi yang dapat digunakan untuk memberikan interpretasi koefisien korelasi terhadap kuatnya hubungan yang diungkapkan oleh Riduwan (2010, hlm. 136)

Tabel 3.3
HASIL UJI VALIDITAS

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
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: Riduwan (2010, hlm. 136)

Perhitungan validitas item instrumen dilakukan dengan bantuan program *IBM SPSS Statistic (Statistical Product for Service Solutions) 20 for window* yaitu dengan langkah-langkah sebagai berikut:

- a. Memasukkan data variabel X atau Y setiap item jawaban responden atas nomor item pada data view.
- b. Klik variabel view, lalu isi kolom *name* dengan nama item pertanyaan.
- c. Klik *analyze, correlate, bivariate*
- d. Keluar jendela baru pada layar, selanjutnya pindahkan seluruh data pada kolom kiri ke kolom *variables*. Dan tekan OK
- e. Maka hasil validitas akan muncul di *output*.

Berdasarkan hasil perhitungan, diperoleh hasil pengujian validitas sebagai berikut:

TABEL 3.4
HASIL PENGUJIAN VALIDITAS *TOURISTS PERCEIVED VALUE* DAN *BEHAVIORAL INTENTION*

No.	Pertanyaan	r_{hitung}	Tingkat Signifikan	Signifikansi	Keterangan
<i>Tourists Perceived Value</i>					
<i>Quality of Tourists Service</i>					
1	Tingkat kualitas akomodasi Sari Ater Hotel & Resort dibandingkan dengan pengorbanan yang dikeluarkan	0,731	0,000	< 0,05	Valid
2	Tingkat kualitas rasa makanan dan minuman yang ada di restoran Sari Ater Hotel & Resort dibandingkan dengan pengorbanan yang dikeluarkan	0,769	0,000	< 0,05	Valid
3	Tingkat kualitas hiburan yang ada di Sari Ater Hotel & Resort dibandingkan dengan pengorbanan yang dikeluarkan	0,620	0,000	< 0,05	Valid

No.	Pertanyaan	F_{hitung}	Tingkat Signifikan	Signifikansi	Keterangan
4	Tingkat kualitas pelayanan yang diberikan karyawan Sari Ater Hotel & Resort kepada wisatawan dibandingkan dengan pengorbanan yang dikeluarkan	0,725	0,000	< 0,05	Valid
<i>Destination Appearance</i>					
5	Tingkat keindahan lingkungan sekitar Sari Ater Hotel & Resort dibandingkan dengan pengorbanan yang dikeluarkan	0,819	0,000	< 0,05	Valid
6	Tingkat daya tarik lingkungan Sari Ater Hotel & Resort dibandingkan dengan pengorbanan yang dikeluarkan	0,673	0,000	< 0,05	Valid
7	Tingkat keunikan tujuan wisata Sari Ater Hotel & Resort dibandingkan dengan pengorbanan yang dikeluarkan	0,674	0,000	< 0,05	Valid
<i>Emotional Experience</i>					
8	Tingkat perasaan memiliki pengalaman baru di Sari Ater Hotel & Resort dibandingkan dengan pengorbanan yang dikeluarkan	0,585	0,001	< 0,05	Valid
9	Tingkat kesenangan yang dirasakan selama berwisata di Sari Ater Hotel & Resort dibandingkan dengan pengorbanan yang dikeluarkan	0,563	0,001	< 0,05	Valid
10	Tingkat kegembiraan yang dirasakan selama berwisata di Sari Ater Hotel & Resort dibandingkan dengan pengorbanan yang dikeluarkan	0,720	0,000	< 0,05	Valid

No.	Pertanyaan	r_{hitung}	Tingkat Signifikan	Signifikansi	Keterangan
11	Tingkat ketenangan berwisata di Sari Ater Hotel & Resort dibandingkan dengan pengorbanan yang dikeluarkan	0,583	0,001	< 0,05	Valid
<i>Reputation</i>					
12	Tingkat prestis wisatawan terhadap reputasi Sari Ater Hotel & Resort dibandingkan dengan pengorbanan yang dikeluarkan	0,634	0,000	< 0,05	Valid
13	Tingkat apresiasi Sari Ater Hotel & Resort terhadap wisatawan dibanding dengan pengorbanan yang dikeluarkan	0,656	0,000	< 0,05	Valid
<i>Behavioral Intention</i>					
<i>Positive WOM</i>					
14	Tingkat kesediaan wisatawan untuk membicarakan hal positif mengenai Sari Ater Hotel & Resort kepada teman	0,797	0,000	< 0,05	Valid
15	Tingkat kesediaan untuk menceritakan pengalaman baik yang didapat dari kegiatan wisata di Sari Ater Hotel & Resort	0,864	0,000	< 0,05	Valid
<i>Recommendations to other</i>					
16	Tingkat kesediaan merekomendasikan destinasi Sari Ater Hotel & Resort kepada orang lain.	0,900	0,000	< 0,05	Valid
17	Tingkat kesediaan mengajak orang lain untuk datang ke Sari Ater Hotel & Resort	0,815	0,000	< 0,05	Valid
<i>Repurchase Intention</i>					
18	Tingkat keinginan untuk datang lagi ke Sari Ater Hotel & Resort.	0,835	0,000	< 0,05	Valid

No.	Pertanyaan	r_{hitung}	Tingkat Signifikan	Signifikansi	Keterangan
19	Tingkat kesediaan untuk menempatkan Sari Ater Hotel & Resort sebagai pilihan utama untuk di kunjungi kembali	0,727	0,000	< 0,05	Valid
<i>High Tolerance to a price premium</i>					
20	Tingkat kesediaan berkunjung kembali Sari Ater Hotel & Resort meskipun biaya lebih tinggi	0,800	0,000	< 0,05	Valid
21	Kesediaan membeli produk dan jasa Sari Ater Hotel & Resort jika harga yang ditawarkan lebih mahal dari sebelumnya	0,673	0,000	< 0,05	Valid

Sumber: Hasil pengolahan data 2015

Data pada Tabel 3.4 merupakan hasil pengolahan data pengujian validitas dari setiap item pernyataan mengenai *tourists perceived value* dan *behavioral intention* yang diperoleh dari sebanyak 30 responden yang merupakan wisatawan yang berkunjung ke Sari Ater Hotel & Resort. Hasilnya pengujian validitas tersebut menyatakan bahwa setiap item pernyataan valid karena tingkat signifikan kurang dari 0,05. Dengan demikian pernyataan pada instrumen ini dinyatakan sah.

3.2.6.2 Pengujian Reliabilitas

Instrumen penelitian disamping harus valid, juga harus dapat dipercaya (reliabel). Uji realibilitas merupakan ukuran suatu kestabilan dan konsistensi responden dalam menjawab hal yang berkaitan dengan kantruk-kontruk pertanyaan yang merupakan dimensi suatu variabel dan disusun dalam suatu bentuk kuisisioner (Sujarweni, 2014, hlm. 85). Sejalan dengan yang telah diungkapkan Malhotra (2009, hlm. 315) dalam mendefinikan reliabilitas sebagai *"The extent to which a scale produces consistent results of repeated measurement are made on the characteristic"* penjelasan tersebut dapat di simpulkan bahwa

sejauh mana suatu skala menghasilkan angka yang konsisten dari pengukuran yang berulang. Uji realibilitas juga diartikan sebagai alat pengukuran yang berkali-kali menghasilkan data yang sama atau konsisten.

Uji realibilitas pada penelitian ini dilakukan dengan menggunakan rumus *Cronbach Alpha* yang dapat dilakukan secara bersama-sama terhadap seluruh butiran pertanyaan. *Cronbach Alpha* merupakan statistik paling umum digunakan dalam penelitian. Rumus *Cronbach Alpha* merupakan rumus yang digunakan untuk menguji kerealibilitas suatu instrumen (Sujarweni, 2014, hlm. 86), yaitu:

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

Keterangan:

r = koefisien *reability instrument (cronbach alpha)*

k = banyaknya butiran pertanyaan

$\sum \sigma_b^2$ = jumlah varian butir soal

σ_t^2 = total varians

Sedangkan rumus untuk mencari nilai varians dari tiap butir dapat digunakan rumus berikut (Arikunto, 2006, hlm. 184) adalah:

$$\sigma^2 = \frac{\sum x^2 - \frac{\sum x^2}{n}}{n}$$

Keterangan:

σ^2 = varians

$\sum x$ = jumlah skor

N = jumlah responden

Cronbach Alpha merupakan keadaan yang menunjukkan seberapa baik item dalam suatu kumpulan secara positif berkorelasi atau satu sama lain. *Cronbach Alpha* dihitung dalam hal rata-rata interkorelasi antar item yang mengukur konsep. Semakin dekat *Cronbach Alpha* dengan angka 1 maka semakin tinggi keandalan konsistensi internal (Sekaran, 2006, hlm. 177)

Keputusan pengujian reliabilitas ditentukan dengan menggunakan ketentuan sebagai berikut:

Yoan Nuari Wahyuni, 2015

**PENGARUH TOURISTS PERCEIVED VALUE TERHADAP BEHAVIORAL INTENTION
WISATAWAN SARI ATER HOTEL & RESORT**

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

- a. Jika *cronbach alpha* > 0,70 maka item pertanyaan dinyatakan reliabel.
- b. Jika *cronbach alpha* < 0,70 maka item pertanyaan dinyatakan tidak reliabel.

Berikut merupakan langkah-langkah menggunakan *SPSS 20 for window* untuk menghitung hasil realibilitas :

- f. Memasukkan data variabel X dan Y setiap item jawaban responden atas nomor item pada data view.
- g. Klik variabel view, lalu isi kolom *name* dengan variabel-variabel penelitian (misalnya X, Y) *width*, *decimal*, *label* (isi dengan nama-nama atas variabel penelitian), *coloum*, *align*, (*left*, *center*, *right*, *justify*) dan isi juga kolom *measure* (skala: ordinal).
- h. Kembali ke data view, lalu klik *analyze* pada toolbar pilih *Reliability Analyze*
- i. Pindahkan variabel yang akan diuji atau klik Alpha, OK.

Berdasarkan hasil pengujian reliabilitas instrumen dengan menggunakan *IBM SPSS Statistic (Statistical Product for Service Solutions) 20 for window*, menunjukkan hasil bahwa item-item pertanyaan pada kuisisioner penelitian seperti pada Tabel 3.5.

TABEL 3.5
HASIL PENGUJIAN REALIBILITAS *TOURISTS PERCEIVED VALUE*
DAN *BEHAVIORAL INTENTION*

No.	Variabel	C σ hitung	C σ	Keterangan
1	<i>Tourists Perceived Value</i>	0,762	> 0,70	Reliabel
2	<i>Behavioral Intention</i>	0,789	> 0,70	Reliabel

Sumber: Hasil pengolahan data 2015

Data pada Tabel 3.5 merupakan hasil pengolahan data pengujian realibilitas variabel *tourists perceived value* dan *behavioral intention* yang menunjukkan nilai *alpha cronbach* lebih dari 0,70 dan dapat dinyatakan reliabel. Dengan demikian penelitian mengenai *tourists perceived value* dan *behavioral intention* pada intrumen ini dinyatakan reliabel dan dapat dipercaya.

3.2.7 Rancangan Analisis Data

Pengolahan data merupakan kegiatan lanjutan setelah pengumpulan data. Menurut Sujarweni (2014, hlm. 103) analisis data merupakan upaya pengolahan data yang sudah tersedia dengan statistik dan dapat digunakan untuk menjawab rumusan masalah dalam penelitian. Terdapat dua jenis analisis yang digunakan pada penelitian ini, yaitu analisis deskriptif yang biasa digunakan untuk data kualitatif dan pengujian hipoteses yang telah dirumuskan dengan menggunakan perhitungan uji statistik. Alat pengumpulan data yang digunakan adalah angket atau kuisioner. Kuisioner ini disusun berdasarkan variabel yang terdapat dalam penelitian. Variabel tersebut yaitu mengenai *perceived value* dan *behavioral intention*.

3.2.7.1 Rancangan Analisis Data Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk menggambarkan berbagai karakteristik data yang berasal dari suatu sampel untuk memberikan informasi mengenai data yang diamati agar bermakna dan komunikatif. Purwanto dan Sulistyastuti (2011, hlm. 109) menjelaskan tentang tujuan dalam analisis deskriptif yaitu melakukan eksplorasi mengenai karakteristik data dan meringkas serta mendeskripsikan data. Dalam penelitian ini, analisis deskriptif digunakan untuk untuk mendeskripsikan variabel-variabel yang diteliti yaitu:

- a. Analisis deskriptif mengenai *perceived value* wisatawan Sari Ater Hotel & Resort yang terdiri dari *quality of tourist services*, *destination appearance*, *emotional experience*, dan *reputation*.
- b. Analisis deskriptif mengenai *behavioral intention* Sari Ater Hotel & Resort yang terdiri dari *positif word of mouth*, *recommendation to other*, *repurchase intention* dan *high tolerance to price premium*.

Analisis deskriptif dalam penelitian ini menggunakan distribusi frekuensi, yaitu menyajikan data dalam bentuk daftar baris dan kolom atau presentasi grafis. Berikut tahapan dalam membuat distribusi frekuensi menurut Sudjana (2000:78):

1. Setelah data sebuah sampel terkumpul, susunlah data tersebut menurut urutannya (misalnya mulai dari data terkecil sampai pada data terbesar).

2. Tentukan banyak kelas interval yang dikehendaki dalam pembuatan daftar distribusi frekuensi.
3. Kemudian cari besar rentangnya.
4. Tentukan panjang kelas interval, melalui hasil bagi dari rentang dengan banyak kelas interval.
5. Tentukan ujung bawah kelas interval pertama (dapat diambil sama dengan data terkecil).
6. Setelah ujung bawah kelas interval pertama ditentukan, maka ujung bawah kelas-kelas interval berikutnya akan mudah diperoleh yaitu dengan cara menambahkan panjang kelas interval pada ujung bawah kelas interval sebelumnya.

Dari tanggapan yang diberikan responden mengenai variabel diatas, kemudian setiap pertanyaan dalam penelitian ini diberi nilai.

Tabel 3.6
KRITERIA PENAFSIRAN HASIL PERHITUNGAN DATA

No.	Kriteria Penafsiran	Keterangan
1.	0%	Tidak Seorngpun
2.	1% - 25%	Sebagian Kecil
3.	26% - 49%	Hampir Setengahnya
4.	50%	Setengahnya
5.	51% - 75%	Sebagian Besar
6.	76% - 99%	Hampir Seluruhnya
7.	100%	Seluruhnya

Sumber: Ali (1985, hlm. 184)

Penilaian tersebut menggunakan kriteria penafsiran melalui presentasi nilai dari 0% sampai dengan 100%. Ali (1985, hlm. 184) memberikan batasan-batasan prosentase penafsiran pengolahan data dengan kategori-kategori sesuai dengan Tabel 3.6.

3.2.7.2 Pengujian Hipotesis

Analisis verifikatif diperlukan untuk menguji hipotesis secara statistik yang menitikberatkan pada pengungkapan perilaku variabel penelitian. Analisis data dilakukan setelah data dari seluruh responden terkumpul. Kegiatan analisis data dalam penelitian ini dilakukan melalui beberapa tahap berikut:

1. Menyusun data
2. Kegiatan seleksi data ditujukan untuk mengecek kelengkapan identitas responden, kelengkapan data serta isian data yang sesuai dengan tujuan penelitian
3. Tabulasi data, yaitu:
 - a. Memberi skor pada setiap item
 - b. Menjumlahkan skor setiap item
 - c. Menyusun ranking pada setiap item
 - d. Menyusun ranking skor pada setiap variabel penelitian
4. Menganalisis data
Proses pengolahan data dengan menggunakan rumus rumus statistik, menginterpretasi data agar diperoleh suatu kesimpulan.
5. Pengujian
Proses pengujian hipotesis pada penelitian ini adalah melalui adalah metode verifikatif, dengan dilakukan analisis regresi linier sederhana.

Data yang dihasilkan dari penelitian ini merupakan data ordinal yang harus ditransformasi kedalam bentuk data interval agar data dapat diproses. Hal ini dapat dilakukan dengan menggunakan *Method of Succesive Interval* (MSI). Langkah-langkah yang akan ditempuh dalam mentransformasi data ordinal menjadi data interval sesuai dengan MSI antara lain:

- a. Menghitung frekuensi (f) setiap hasil jawaban berdasarkan hasil jawaban responden pada setiap pertanyaan
- b. Berdasarkan frekuensi yang diperoleh dari setiap pertanyaan, digunakan perhitungan proporsi (p) pada setiap pilihan jawaban dengan cara membagi frekuensi (f) dengan jumlah responden.
- c. Berdasarkan proporsi tersebut untuk setiap pertanyaan, hitung proporsi kumulatif untuk setiap pilihan jawaban
- d. Untuk setiap pertanyaan, tentukan nilai Z (tabel normal) untuk setiap pilihan jawaban
- e. Tentukan nilai interval rata-rata untuk setiap pilihan jawaban melalui rumus berikut:

$$\text{Scale Value} = \frac{x(\text{Density at lower linier}) - (\text{Density at upper linier})}{(\text{Area below upper linier}) - (\text{Area below lower linier})}$$

- f. Menghasilkan hasil transformasi dari setiap pilihan jawaban melalui rumusan persamaan berikut:

$$\text{Score} = \text{scale value minimum} + 1$$

- g. 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

3.2.7.3 Rancangan Analisis Regresi Linier Sederhana

Analisis regresi biasanya dilakukan karena didasari oleh hubungan dua variabel berupa hubungan kausal atau fungsional (Riduwan, 2014, hlm. 244). Untuk menetapkan kedua variabel mempunyai hubungan kausal atau tidak, maka harus didasarkan pada teori atau konsep-konsep tentang dua variabel tersebut (Sugiyono, 2012, hlm. 269). Sugiyono juga menyatakan bahwa analisis regresi digunakan apabila ingin mengetahui bagaimana variabel *dependent* (X) dapat diprediksikan melalui variabel *independent* (Y) atau prediktor, secara individual (Sugiyono, 2012, hlm. 269).

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi sederhana yaitu didasarkan pada hubungan fungsional atau kausal satu variabel independen dengan satu variabel dependen. Regresi sederhana digunakan untuk meramalkan (memprediksi) variabel terikat (Y) bila variabel bebas (X) diketahui. Dalam penelitian ini, regresi linier sederhana digunakan untuk mengetahui pengaruh antara variabel-variabel independen (X) yaitu *tourists perceived value* terhadap variabel dependen (Y) *behavioral intention*.

Persamaan regresi sederhana tersebut dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

Keterangan :

- Y = Subyek dalam variabel terikat yang diproyeksikan (*behavioral intention*)
- a = Konstanta
- b = Koefisien regresi, yang menunjukkan angka peningkatan ataupun penurunan variabel terikat yang didasarkan pada variabel bebas. Bila b (+) maka terjadi kenaikan, bila b (-) maka terjadi penurunan.
- X = Variabel independent (*Tourists Perceived Value*)

Teknik analisis regresi sederhana dilakukan dengan langkah-langkah sebagai berikut:

1. Uji Asumsi Regresi

Penggunaan metode analisis regresi 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.

c. Uji Asumsi Multikolinearitas

Uji multikolinieritas adalah untuk melihat ada atau tidaknya korelasi yang tinggi antara variabel-variabel bebas dalam suatu model regresi linier berganda. Jika ada korelasi yang tinggi diantara variabel-variabel bebasnya, maka hubungan antara variabel bebas terhadap variabel terikat

menjadi terganggu. Parameter yang sering digunakan untuk mendeteksi multikolinieritas adalah nilai VIF (*variance inflation factor*). Suatu regresi dikatakan terdeteksi multikolinieritas apabila nilai VIF menjauhi 1 dan kurang dari 10.

2. Koefisien Determinasi (KD)

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

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

Sumber : Alma (2007, hlm. 81)

Keterangan :

KP = Nilai Koefisien determinasi

R = Nilai Koefisien Korelasi

3.2.7.4 Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis merupakan tahap terakhir yang dari analisis data yang bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan dan dapat dipercaya antara variabel bebas dengan variabel terikat yang akan menentukan akhir dan dapat disimpulkan hasil antara H_0 ditolak atau H_0 diterima dari hipotesis yang telah dirumuskan sebelumnya.

Berdasarkan hipotesis konseptual yang diajukan terdapat pengaruh yang signifikan antara *tourists perceived value* (X) terhadap *behavioral intention* (Y), maka terlebih dahulu hipotesis konseptual tersebut digambarkan dalam sebuah seperti pada Gambar 3.2 berikut:



Gambar 3.2
REGRESI LINIER SEDERHANA

Keterangan

X = *Tourists Perceived Value*

Y = *Behavioral Intention*

ϵ = *Epsilon* (variabel lain yang tidak diteliti)

Adapun untuk pengolahan data dilakukan bantuan program *SPSS 20for windows*, yang menurut Uliyanto (2005:8) dilakukan sebagai berikut:

- a. Masukkan data dalam SPSS pada *data view*, dan pada *variable view* dalam kolom label berilah nama masing-masing variabel.
- b. Klik *analyze, regression linier*. Lalu pindahkan variabel Y sebagai variabel bergantung ke kolom *dependent* serta variabel X sebagai variabel bebas ke kolom *independent*. Klik *method* pilih *enter*. Abaikan yang lain kemudian klik OK.

Hipotesis yang akan diuji yaitu *behavioral intention* (Y) melalui *tourists perceived value* (X), Berikut merupakan rancangan hipotesis dalam penelitian ini:

1. $H_0 = 0$, artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara *tourists perceived value* terhadap *behavioral intention*.
2. $H_a \neq 0$, artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara *tourists perceived value* terhadap *behavioral intention*.