

## **BAB III**

### **OBJEK DAN METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Objek Penelitian**

Penelitian ini menganalisis mengenai pengaruh citra destinasi Kebun Raya Cibodas sebagai destinasi wisata alam terhadap keputusan berkunjung. Adapun yang menjadi objek penelitian sebagai variabel bebas (*independent variable*) adalah citra destinasi. Variabel bebas yaitu citra destinasi meliputi *cognitive image* dan *affective image*.

Pada penelitian ini, objek yang dijadikan responden adalah pengunjung atau wisatawan domestik maupun yang datang ke Kebun Raya Cibodas. Hal ini disebabkan untuk mengetahui pengaruh citra destinasi Kebun Raya Cibodas sebagai destinasi wisata alam terhadap keputusan berkunjung. Adapun variabel terikat (*dependent variable*) adalah keputusan berkunjung yang mengadopsi teori keputusan pembelian yang meliputi beberapa dimensi yaitu pemilihan produk, pemilihan merek, pilihan perantara, jumlah kunjungan dan waktu kunjungan.

Dari kedua objek penelitian ini maka dapat dianalisis: pertama menganalisis citra destinasi Kebun Raya Cibodas, kedua mengukur tanggapan responden mengenai keputusan berkunjung mereka ke Kebun Raya Cibodas, dan mengukur tanggapan responden mengenai pengaruh citra destinasi Kebun Raya Cibodas sebagai destinasi wisata alam terhadap keputusan berkunjung.

#### **3.2 Metode Penelitian**

##### **3.2.1 Jenis Penelitian dan Metode yang digunakan**

Berdasarkan variabel-variabel yang diteliti maka jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif dan verifikatif. Menurut Sugiyono (2010:11) bahwa, “Penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih tanpa membuat perbandingan, atau menghubungkan dengan variabel yang lain”. Penelitian ini bertujuan untuk memperoleh gambaran tentang citra destinasi yang memiliki dua sub variabel yaitu, *cognitive image* dan *affective image*. Kemudian untuk memperoleh

gambaran mengenai keputusan berkunjung wisatawan ke Kebun Raya Cibodas yang memiliki lima sub variabel yaitu pemilihan produk, pemilihan merek, pemilihan perantara, jumlah kunjungan dan waktu kunjungan.

Berdasarkan jenis penelitian di atas, maka metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif *survey* dan *explanatory survey*. Menurut Ker Linger dalam Sugiyono (2010:7):

Penelitian survei adalah penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil, tetapi data yang dipelajari adalah data-data dari sampel yang diambil dari populasi tersebut, sehingga ditemukan kejadian-kejadian relatif, distribusi dan hubungan-hubungan antar variabel sosiologis maupun psikologis.

Pada penelitian yang menggunakan metode ini informasi dari sebagian populasi dikumpulkan langsung di tempat kejadian dengan tujuan untuk mengetahui pendapat dari sebagian populasi terhadap objek yang sedang diteliti. Penelitian ini dilakukan dalam kurun waktu kurang dari satu tahun, maka pendekatan yang digunakan menurut Sugiyono (2010:8) *cross sectional method* adalah metode penelitian yang mempelajari objek dalam kurun waktu tertentu (tidak berkesinambungan dalam jangka waktu panjang).

### 3.2.2 Operasionalisasi Variabel

Variabel yang dikaji dalam penelitian ini meliputi citra destinasi sebagai variabel bebas (X) yang memiliki dua sub variabel yaitu: *cognitive image* dan *affective image*. Sedangkan keputusan berkunjung yang diadopsi dari keputusan pembelian sebagai variabel terikat (Y) yang memiliki sub variabel yaitu: pemilihan produk, pemilihan merek, pemilihan perantara, jumlah kunjungan dan waktu kunjungan.

Pengoperasian variabel dari kedua variabel yang dijadikan objek pada penelitian ini menggunakan skala ordinal (*ordinal scale*). Secara lebih rinci dapat terlihat pada Tabel 3.1 berikut ini :

**TABEL 3.1**  
**OPERASIONALISASI VARIABEL**

Variabel / Sub Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	Item
1	2	3	4	5	6
<b>Citra Destinasi</b>	<i>Sum of beliefs, impressions, ideas, and perceptions that people hold of objects, behaviors, and events</i> (Crompton dalam Halman et al 2013:95).				
<i>Cognitif Image</i>	Keyakinan yang terdiri dari pengetahuan tentang suatu destinasi yang berfokus pada karakteristik atau atribut fisik (Pike and Ryan 2004 dalam Hallman et al 2013:96)	<i>Tourist attractions</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Tingkat kemenarikan atraksi wisata di KRC</li> <li>Tingkat keberagaman koleksi tanaman di KRC</li> <li>Tingkat keberagaman aktivitas wisata di KRC</li> </ul>	<i>Ordinal Scale</i>	III.A.1
		<i>physiography</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Tingkat kemenarikan KRC berdasarkan kenyamanan iklim</li> <li>Tingkat kemenarikan KRC berdasarkan keindahan alam</li> <li>Tingkat kemenarikan bentang alam KRC</li> <li>Tingkat kemenarikan kondisi alam KRC</li> </ul>		<i>Ordinal Scale</i>
		<i>Infrastructure</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Tingkat kualitas kebersihan KRC</li> <li>Tingkat ketersediaan fasilitas umum</li> <li>Tingkat kualitas jalan menuju KRC</li> </ul>	III.A.3	
				<i>Cost</i>	
III.A.5					
III.A.6					
III.A.7					
III.A.8					
III.A.9					
III.A.10					
III.A.11					
III.A.12					
<i>Affective Image</i>	merupakan perasaan wisatawan	<i>Exciting</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Tingkat antusias untuk berwisata di KRC</li> <li>Tingkat kesediaan</li> </ul>	<i>Ordinal scale</i>	III.B.1
					III.B.2

Variabel / Sub Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	Item
	terhadap destinasi. (Lin et al. 2007; Stepchenkova and Li Xing 2012 dalam Hallman et al 2013:96)		memilih KRC menjadi pilihan utama		
		<i>Relaxing</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Tingkat keinginan wisatawan untuk mendapatkan rasa tenang saat berwisata ke KRC</li> <li>Tingkat perasaan senang untuk berwisata di KRC</li> </ul>	<i>Ordinal scale</i>	III.B.3 III.B.4
		<i>Pleasant</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Tingkat kenyamanan untuk berwisata di KRC</li> <li>Tingkat rasa aman untuk berwisata di KRC</li> </ul>	<i>Ordinal scale</i>	III.B.5 III.B.6
<b>Keputusan berkunjung</b>	Suatu keputusan yang dilakukan oleh kebudayaan, kelas social, keluarga dan referensi grup yang akan membentuk sikap pada diri individu kemudian melakukan pembelian. (modifikasi teori keputusan pembelian Kotler-Keller (2012:170))				
Pemilihan produk,	Perusahaan harus memutuskan perhatiannya kepada orang-orang yang berminat untuk mengunjungi destinasi wisata yang mereka kelola, sehingga wisatawan dapat mengambil keputusan untuk mengunjungi destinasi wisata tersebut  (Kotler dan Keller, 2012:161)	Keunggulan daya tarik wisata	<ol style="list-style-type: none"> <li>Tingkat keunggulan destinasi wisata</li> <li>Tingkat keunggulan aktivitas wisata yang ditawarkan</li> <li>Tingkat keunggulan fasilitas wisata yang ditawarkan</li> <li>Tingkat layanan jasa yang diberikan oleh karyawan</li> </ol>	<i>Ordinal scale</i>	IV.A.1 IV.A.2 IV.A.3 IV.A.4
Pemilihan merek	Wisatawan harus memutuskan objek wisata apa yang akan dikunjungi dan setiap objek wisata memiliki perbedaan sesuai dengan	<ol style="list-style-type: none"> <li>Kepopuleran merek</li> <li>Kemenarikan merek</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Tingkat kepopuleran Kebun Raya Cibodas</li> <li>Tingkat kemenarikan destinasi wisata Kebun Raya Cibodas</li> <li>Tingkat kemenarikan logo KRC</li> </ol>	<i>Ordinal scale</i>	IV.B.1 IV.B.2 IV.B.3

Variabel / Sub Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	Item
	karakteristiknya masing-masing (Kotler dan Keller, 2012:161)				
Pemilihan perantara	Wisatawan harus memutuskan objek wisata apa yang akan dikunjungi serta didasari oleh faktor lokasi, harga yang murah, persediaan barang yang lengkap, kenyamanan dalam berbelanja, keleluasaan tempat dan sebagainya (Kotler dan Keller, 2012:161).	1. Pemilihan tiket ditempat 2. Pilihan saluran kunjungan	1. Tingkat kemudahan dalam membeli tiket masuk 2. Tingkat kemudahan transportasi menuju Kebun Raya Cibodas 3. Tingkat kestrategisan lokasi atau tempat Kebun Raya Cibodas	<i>Ordinal scale</i>	IV.C.1 IV.C.2 IV.C.3
Jumlah kunjungan	Wisatawan dapat mengambil keputusan tentang jumlah kunjungan dan mungkin dilakukan lebih dari satu kali. (kotler dan Keller 2012:161)	Frekuensi kunjungan	1. Tingkat keseringan wisatawan mengunjungi Kebun Raya Cibodas kurun waktu satu tahun 2. Jumlah wisatawan yang dating bersama	<i>Ordinal scale</i>	IV.D.1 IV.D.2
Waktu kunjungan	Pemilihan waktu dapat berbeda-beda disesuaikan dengan keputusan wisatawan untuk berkunjung. (Kotler dan Keller 2012:161)	1. <i>Weekday</i> 2. <i>Weekend</i>	1. Tingkat keinginan wisatawan melakukan kunjungan pada hari <i>weekday</i> 2. Tingkat keinginan wisatawan melakukan kunjungan pada hari <i>weekend</i> 3. Libur nasional	<i>Ordinal scale</i>	IV.E.1 IV.E.2 IV.E.3
Metode Pembayaran	Pembayaran yang dilakukan dapat berbeda-beda sesuai dengan keadaan. (Kotler dan Keller 2012:161)	1. Tunai 2. Non tunai	1. Tingkat keinginan wisatawan untuk melakukan pembayaran tunai. 2. Tingkat keinginan wisatawan untuk melakukan pembayaran debit atau transfer.	<i>Ordinal scale</i>	IV.F.1 IV.F.2

Sumber: Hasil pengolahan data, 2015

### 3.2.3 Jenis dan Sumber Data

Sumber data penelitian adalah sumber data yang diperlukan untuk penelitian. Menurut Suharsimi (2009:129), “Sumber data adalah subjek dari mana data diperoleh.” Berdasarkan jenis, data dibedakan menjadi dua yaitu data primer dan data sekunder. Menurut Sugiyono (2010:193) yang dimaksud dengan data primer dan data sekunder adalah:

#### 1. Data primer

Data primer merupakan data yang dikumpulkan secara langsung oleh peneliti untuk menjawab masalah atau tujuan penelitian yang dilakukan dalam penelitian eksploratif, deskriptif maupun kausal dengan menggunakan metode pengumpulan data berupa survey ataupun observasi.

#### 2. Data sekunder

Data sekunder merupakan struktur data historis mengenai variabel-variabel yang telah dikumpulkan dan dihimpun sebelumnya oleh pihak lain. Sumber data sekunder bisa diperoleh dari dalam suatu perusahaan (sumber internal), berbagai internet, *website*, perpustakaan umum maupun lembaga pendidikan, membeli dari perusahaan-perusahaan yang memang mengkhususkan diri untuk menyajikan data sekunder.

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder. Sumber data primer diperoleh dari hasil penelitian secara empirik melalui kuesioner yang akan disebarakan kepada para responden, sedangkan data sekunder diantaranya diperoleh dari Dinas Pariwisata, buku, majalah, jurnal, dan internet. Data dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 3.2 berikut.

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

No	Data	Jenis Data	Sumber Data
1.	Perkembangan Wisatawan Mancanegara Yang Berkunjung Ke Indonesia Tahun 2009-2013	Sekunder	Pusdatin Kemenparekraf & Badan Pusat Statistika, 2013
2.	Perkembangan Wisatawan Nusantara Tahun 2008-2013	Sekunder	Pusdatin Kemenparekraf & Badan Pusat Statistika, 2013
3	Potensi Kepariwisata Kabupaten Cianjur	Sekunder	Rencana Strategis Disbudpar Kabupaten Cianjur
4	Data kunjungan wisatawan ke Kebun Raya Cibodas tahun 2009-2013	Sekunder	Olahan data LIPI tahun 2014
6	Persepsi wisatawan terhadap citra destinasi Kebun Raya Cibodas sebagai destinasi wisata alam	Primer	Wisatawan Kebun raya Cibodas
7	Tanggapan wisatawan mengenai keputusan berkunjung	Primer	Wisatawan Kebun Raya Cibodas

Sumber: pengolahan berbagai sumber, 2015

### 3.2.4 Populasi, Sampel dan Teknik Sampel

#### 3.2.4.1 Populasi

Populasi merupakan sekelompok orang, kejadian, atau segala sesuatu yang memiliki karakteristik tertentu yang ingin mempelajari sifat-sifatnya. Di dalam pengumpulan dan menganalisa suatu data, langkah pertama yang sangat penting adalah menentukan populasi terlebih dahulu. Menurut Sugiyono (2010:80), “Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh

Santi, 2015

**PENGARUH CITRA DESTINASI KEBUN RAYA CIBODAS SEBAGAI DESTINASI WISATA ALAM TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG**

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

peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.” Uma Sekaran (2006:122) menyatakan “Populasi merupakan kumpulan semua elemen dalam populasi dimana sampel diambil.”

Berdasarkan pengertian populasi di atas, maka populasi pada penelitian ini adalah wisatawan yang berkunjung ke Kebun Raya Cibodas sebanyak 409.135 orang wisatawan pada tahun 2014, data mengenai jumlah wisatawan ini diperoleh dari arsip pengelola balai konservasi tumbuhan Kebun Raya Cibodas tahun 2015.

### 3.2.4.2 Sampel

Menurut Sugiyono (2010:73), “Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.” Bila populasi besar, dan penelitian tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi tersebut. Penarikan sampel ditujukan untuk memudahkan peneliti dalam melakukan penelitian. Sampel merupakan perwakilan dari populasi penelitian. Dengan adanya sampel, maka waktu, tenaga dan biaya yang dikeluarkan oleh peneliti menjadi lebih efisien.

Untuk menjadikan sampel penelitian representatif, maka perlu ditentukan jumlah sampel yang akan digunakan. Menentukan jumlah sampel yang akan diambil pada penelitian ini, menggunakan rumus dari Taro Yamane dalam Riduwan (2013:65) dengan rumus:

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

Keterangan:

n = jumlah sampel

N = jumlah populasi

$d^2$  = presisi yang ditetapkan (dalam penelitian ini, presisi yang ditetapkan sebesar 10%)

Berdasarkan rumus diatas maka dapat dilakukan perhitungan sebagai berikut:

$$n = \frac{409.135}{409.135 \times (0,1)^2 + 1}$$

Santi, 2015

**PENGARUH CITRA DESTINASI KEBUN RAYA CIBODAS SEBAGAI DESTINASI WISATA ALAM TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG**

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

$$n = \frac{409.135}{4.092,35}$$

n= 99,98  $\approx$  100 Sampel

Berdasarkan perhitungan rumus sampel dari Taro Yamane, maka jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 100 responden.

### 3.2.4.3 Teknik Sampel

Menurut Sugiyono (2010:81) teknik sampling merupakan teknik pengambilan sampel. Untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian, maka diperlukan teknik sampling dalam menentukan sampel. Teknik sampling pada dasarnya dikelompokkan menjadi dua yaitu *probability sampling* dan *non probability sampling*. *Probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur anggota (populasi) untuk dipilih menjadi anggota sampel. Sedangkan *non probability sampling* ialah teknik sampling yang tidak memberikan kesempatan (peluang) pada setiap anggota populasi untuk dijadikan anggota sampel. Dalam penelitian ini, teknik sampling yang digunakan yaitu *systematic random sampling*. *Systematic random sampling* adalah cara pengambilan sampel didasarkan atas urutan dari populasi yang telah diberi nomor urut atau anggota sampel diambil dari populasi pada jarak interval waktu, ruang dengan urutan seragam. Langkah-langkah dalam penarikan sampel dalam penelitian ini, sebagai berikut:

1. Tentukan populasi sasaran. Populasi sasaran dalam penelitian ini yaitu wisatawan nusantara yang datang berkunjung ke Kebun Raya Cibodas, Cianjur.
2. Tentukan tempat *checkpoint*, dalam penelitian ini tempat untuk *check point* adalah area Kebun Raya Cibodas.
3. Lakukan orientasi lapangan, dengan memperhatikan secara cermat jumlah wisatawan nusantara yang datang berkunjung.
4. Menentukan ukuran sampel yang akan diambil.
5. Uji coba kuesioner kepada responden.

Jumlah sampel pada penelitian ini sebesar 100 wisatawan nusantara, maka setiap wisatawan nusantara yang berada di Kebun Raya Cibodas dipilih sesuai dengan karakteristik yang dapat dijadikan responden penelitian.

### 3.2.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data, mengacu pada data yang diperlukan dalam penelitian. Kaitannya dalam hal tersebut, serta dengan melihat konsep analisis dari penelitian ini, maka teknik pengumpulan data yang digunakan dapat melalui kombinasi secara langsung atau tidak langsung.

Sumber data yang diperoleh dalam penelitian ini didapatkan dengan menggunakan teknik sebagai berikut :

1. Wawancara

Sebagai teknik komunikasi langsung dengan pihak Balai Konservasi tumbuhan Kebun Raya Cibodas. Wawancara ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui mengenai gambaran pariwisata di Kebun Raya Cibodas dan mengetahui tingkat kunjungan wisatawan.

2. Observasi

Observasi dilakukan dengan meninjau serta melakukan pengamatan langsung terhadap wisatawan yang datang ke Kebun Raya Cibodas.

3. Angket (kuesioner)

yaitu teknik pengambilan data melalui penyebaran seperangkat daftar pernyataan tertulis, mengenai citra destinasi dan keputusan berkunjung wisatawan, kepada wisatawan yang berkunjung ke Kebun Raya Cibodas.

4. Studi kepustakaan

Studi kepustakaan adalah suatu teknik untuk mendapatkan data teoritis dari para ahli melalui sumber bacaan yang berhubungan dan menunjang terhadap

penelitian ini baik dari buku, majalah, media massa, atau bacaan lainnya. Studi kepustakaan ini didapat dari sumber sebagai berikut:

- a. Perpustakaan UPI, repository.
- b. Skripsi angkatan terdahulu
- c. Media cetak (majalah, koran, brosur dan sebagainya) serta media elektronik (televisi, internet).

**TABEL 3.3**  
**TEKNIK PENGUMPULAN DATA**

No.	Teknik Pengumpulan Data	Sumber Data
1.	Wawancara	Pihak Balai Konservasi Tumbuhan Kebun Raya Cibodas.
2.	Observasi	Analisis mengenai citra destinasi dan keputusan wisatawan untuk berkunjung ke Kebun Raya Cibodas
3.	Kuesioner	Wisatawan yang berkunjung ke Kebun Raya Cibodas
4.	Studi Literatur	Citra destinasi dan keputusan berkunjung wisatawan

Sumber : Modifikasi penulis, 2015

### 3.2.6 Pengujian Validitas dan Reliabilitas

#### 3.2.6.1 Pengujian Validitas

Suharsimi Arikunto, (2009:145), validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan dan kesahihan suatu instrumen. Suatu instrumen yang valid atau sahih mempunyai validitas yang tinggi. Sebaliknya instrumen yang kurang berarti memiliki validitas yang rendah. Adapun rumus yang digunakan untuk menghitung kevalidan dari suatu instrumen adalah rumus Korelasi *Product Moment*, yang dikemukakan oleh Pearson sebagai berikut :

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

(Suharsimi Arikunto, 2009:274)

Santi, 2015

**PENGARUH CITRA DESTINASI KEBUN RAYA CIBODAS SEBAGAI DESTINASI WISATA ALAM TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG**

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

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 Kuadrat dalam skor distribusi Y  
 n = Banyaknya responden

Keputusan pengujian validitas responden menggunakan taraf signifikansi sebagai berikut :

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

Selanjutnya perlu diuji apakah koefisien validitas tersebut signifikan pada taraf signifikan tertentu. Sedangkan pengujian keberartian koefisien korelasi (t) dilakukan dengan taraf signifikansi 5%. Rumus uji t yang digunakan sebagai berikut:

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

Perhitungan validitas item instrument dilakukan dengan menggunakan SPSS 20 *for windows*. Berdasarkan hasil perhitungan dengan SPSS 20 *for windows* akan diperoleh hasil pengujian validitas dari item pertanyaan yang diajukan peneliti. Berikut ini adalah hasil pengujian validitas dari item pertanyaan yang diajukan peneliti kepada 30 responden penelitian.

**TABEL 3.4**  
**HASIL PENGUJIAN VALIDITAS INSTRUMEN PENELITIAN**

No	Item Pertanyaan	r hitung	r table	Signifikansi	Keterangan
----	-----------------	----------	---------	--------------	------------

Santi, 2015

**PENGARUH CITRA DESTINASI KEBUN RAYA CIBODAS SEBAGAI DESTINASI WISATA ALAM TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG**

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

No	Item Pertanyaan	r hitung	r table	Signifikansi	Keterangan
<b>Citra Destinasi - Cognitive Image</b>					
1	Atraksi wisata di KRC	0,448	0,3610	0,013	Valid
2	Keberagaman koleksi tanaman	0,480	0,3610	0,007	Valid
3	Keberagaman aktivitas wisata	0,435	0,3610	0,016	Valid
4	Minat mengunjungi KRC berdasarkan kenyamanan iklim	0,414	0,3610	0,023	Valid
5	Minat mengunjungi KRC berdasarkan keindahan alam	0,516	0,3610	0,003	Valid
6	Tingkat kemenarikan bentang alam	0,590	0,3610	0,001	Valid
7	Tingkat kemenarikan kondisi alam	0,674	0,3610	0,000	Valid
8	Tingkat kualitas kebersihan	0,671	0,3610	0,000	Valid
9	Tingkat ketersediaan fasilitas umum	0,662	0,3610	0,000	Valid
10	Tingkat kualitas jalan	0,415	0,3610	0,022	Valid
11	Tingkat keinginan berwisata berdasarkan harga tiket masuk	0,560	0,3610	0,001	Valid
12	Tingkat keinginan meluangkan waktu untuk berkunjung ke KRC	0,514	0,3610	0,004	Valid
<b>Citra Destinasi - Affective Image</b>					
13	Antusias berkunjung ke KRC	0,740	0,3610	0,000	Valid
14	Kesediaan memilih KRC menjadi pilihan utama	0,733	0,3610	0,000	Valid
15	Keinginan untuk mendapatkan rasa tenang	0,587	0,3610	0,001	Valid
16	Perasaan senang saat berwisata di KRC	0,719	0,3610	0,000	Valid
17	Kenyamanan saat berwisata di KRC	0,595	0,3610	0,001	Valid
18	Rasa aman saat berwisata di KRC	0,650	0,3610	0,000	Valid

No	Item Pertanyaan	r hitung	r table	Signifikansi	Keterangan
<b>keputusan berkunjung - pemilihan produk</b>					
19	Keunggulan KRC	0,748	0,3610	0,000	Valid
20	Keunggulan aktivitas wisata	0,850	0,3610	0,000	Valid
21	Keunggulan fasilitas wisata	0,862	0,3610	0,000	Valid
22	Tingkat layanan jasa yang diberikan karyawan	0,523	0,3610	0,003	Valid
<b>keputusan berkunjung - pemilihan merek</b>					
23	Tingkat kepopuleran KRC	0,496	0,3610	0,005	Valid
24	Tingkat kemenarikan KRC	0,789	0,3610	0,000	Valid
25	Tingkat kemenarikan logo KRC	0,568	0,3610	0,001	Valid
<b>keputusan berkunjung - pemilihan perantara</b>					
26	Tingkat kemudahan membeli tiket masuk	0,764	0,3610	0,000	Valid
27	Tingkat kemudahan transportasi	0,807	0,3610	0,000	Valid
28	Tingkat kestrategisan lokasi	0,748	0,3610	0,000	Valid
<b>keputusan berkunjung - jumlah kunjungan</b>					
29	Tingkat keinginan untuk kembali ke KRC	0,850	0,3610	0,000	Valid
30	Tingkat keseringan wisatawan mengunjungi KRC	0,791	0,3610	0,000	Valid
<b>keputusan berkunjung - waktu kunjungan</b>					
31	Kkeinginan wisatawan berkunjung pada hari kerja atau <i>weekday</i>	0,567	0,3610	0,001	Valid
32	Tingkat keinginan wisatawan berkunjung pada hari libur atau <i>weekend</i>	0,861	0,3610	0,000	Valid
33	Tingkat keinginan wisatawan berkunjung pada hari libur nasional	0,843	0,3610	0,000	Valid
<b>keputusan berkunjung - metode pembayaran</b>					
34	Keinginan wisatawan untuk melakukan pembayaran tunai	0,649	0,3610	0,000	Valid

No	Item Pertanyaan	r hitung	r table	Signifikansi	Keterangan
35	Keinginan wisatawan untuk melakukan pembayaran non tunai	0,867	0,3610	0,000	Valid

Sumber: pengolahan data 2015

Berdasarkan Tabel 3.6 dapat diketahui bahwa uji validitas dari setiap item pertanyaan yang berjumlah 41 pada penelitian ini dinyatakan valid. Hal tersebut menyatakan bahwa instrument penelitian tersebut dapat digunakan sebagai alat ukur yang benar.

### 3.2.6.2 Pengujian Reliabilitas

Reliabilitas merupakan suatu ukuran yang menunjukkan bahwa suatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpulan data karena instrumen tersebut sudah baik. Reliabilitas menunjukkan tingkat tertentu (Suharsimi Arikunto 2009:145). Oleh karena itu, digunakan uji reliabilitas yang gunanya untuk mengetahui ketetapan nilai kuesioner, artinya instrumen penelitian bila diujikan pada kelompok yang sama walaupun pada waktu yang berbeda hasilnya akan sama.

Koefisien *alpha cronbach* ( $C\sigma$ ) merupakan statistik yang paling umum digunakan untuk menguji reliabilitas suatu instrumen penelitian. Suatu instrumen penelitian diindikasikan memiliki tingkat reliabilitas memadai jika koefisien *alpha cronbach* lebih besar atau sama dengan 0,70 (Hair, Anderson, Tatham & Black, 1998:88). Rumus *cronbach alpha* menurut Suharsimi Arikunto (2009:196):

$$r_{11} = \left( \frac{k}{(k-1)} \right) \left( \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_1^2} \right)$$

Keterangan:  $r_{11}$  = reliabilitas instrumen  
 $k$  = banyaknya butir pertanyaan  
 $\sigma_1^2$  = varians total  
 $\sum \sigma b^2$  = jumlah varians butir

Santi, 2015

**PENGARUH CITRA DESTINASI KEBUN RAYA CIBODAS SEBAGAI DESTINASI WISATA ALAM TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG**

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

Jumlah varians butir dapat dicari dengan cara mencari nilai varians setiap butir terlebih dahulu, kemudian jumlahkan, seperti yang dipaparkan berikut:

$$\sigma = \frac{\sum X^2 - \left(\frac{\sum X}{n}\right)^2}{n}$$

Keterangan:  $\sigma$  = varians total

$\sum X$  = jumlah skor

n = jumlah responden

Setelah melakukan uji reliabilitas dan memperoleh angka reliabilitas, langkah selanjutnya adalah mengkonsultasikan harga tersebut dengan harga *r product moment*. Kriteria pengambilan keputusan untuk reliabilitas adalah sebagai berikut:

1.  $r_{hitung} > r_{tabel}$  maka instrument dikatakan reliable
2.  $r_{hitung} < r_{tabel}$  instrument dikatakan tidak reliable

Berdasarkan uji reliabilitas yang dilakukan menggunakan sistem *SPSS 20 for windows* item kuesioner yang diteliti dinyatakan reliabel. Tabel 3.5 menunjukkan hasil uji reliabilitas dari instrumen penelitian ini.

**TABEL 3.5**  
**HASIL PENGUJIAN RELIABILITAS**

No	Variabel	r hitung (Alpha Cronbach)	r Tabel	Keterangan
1	Citra Destinasi	0,740	0,700	Reliabel
2	Keputusan berkunjung	0,760	0,700	Reliabel

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2015

Berdasarkan Tabel 3.5 dapat diketahui bahwa hasil tingkat reliabilitas pada variabel citra destinasi yaitu sebesar 0,740. Sedangkan tingkat reliabilitas variabel keputusan berkunjung wisatawan sebesar 0,760.

### 3.2.7 Rancangan Analisis Data

#### 3.2.7.1 Rancangan Analisis Data Deskriptif

Pada penelitian ini digunakan dua jenis analisis yaitu analisis deskriptif khususnya bagi variabel yang bersifat kualitatif dan analisis verifikatif berupa

pengujian hipotesis dengan menggunakan uji statistik, analisis deskriptif digunakan untuk melihat faktor penyebab sedangkan analisis kuantitatif menitik beratkan dalam pengungkapan perilaku variabel penelitian. Dengan menggunakan kombinasi metode analisis tersebut dapat diperoleh generalisasi yang bersifat komprehensif. Analisis deskriptif digunakan untuk melihat faktor penyebab.

Adapun yang menjadi variabel bebas atau variabel X adalah citra destinasi yang memiliki dua dimensi yaitu *cognitive image* (X1) dan *affective image* (X2). Sedangkan yang merupakan variabel terikat atau variabel Y adalah keputusan berkunjung yang terdiri dari pemilihan produk wisata, pemilihan merek, pemilihan perantara, jumlah kunjungan dan waktu kunjungan.

### **3.2.7.2 Method of successive interval (MSI).**

Penelitian ini menggunakan data ordinal. Oleh karena itu, semua data ordinal terkumpul terlebih dahulu ditransformasikan menjadi skala interval dengan menggunakan *Method of successive Interval* (Harun Al Rasyid, 1994 : 131). Langkah – langkah untuk melakukan transformasi data tersebut sebagai berikut :

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

$$scale\ value = \frac{(DencituantLower\ Limit) - (DencituantUpper\ Limit)}{(AreaBelowUpper\ Limit) - (AreaBelowLower\ Limit)}$$

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 Teknik Analisis Regresi Linear Berganda

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linear berganda. Regresi linear berganda adalah suatu alat analisis peramalan nilai pengaruh dua atau lebih variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) untuk membuktikan ada atau tidaknya hubungan kasual antara dua variabel bebas atau lebih. Adapun untuk pengolahan data dilakukan bantuan program SPSS 20 *for windows*, yang menurut Suliyanto (2005:8) dilakukan sebagai berikut:

- a. Masukkan data dalam SPSS pada *data view*, dan pada *variabel view* dalam kolom label berilah nama masing-masing variabel
- b. Klik *analyzes, regression, linear*. Lalu pindahkan variabel Y sebagai bergantung ke kolom *dependent* serta variabel X1 dan X2 sebagai variabel bebas ke kolom *independent*. Klik *method* pilih *enter*. Abaikan yang lain kemudian klik ok.

Sebelum mengolah data dengan menggunakan program SPSS 20 *for windows*. Peneliti harus menentukan terlebih dahulu teknik analisis yang digunakan. Teknik analisis regresi yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linear berganda.

Arti kata prediksi bukanlah merupakan hal yang pasti tetapi merupakan suatu keadaan yang mendekati kebenaran. Dampak dari penggunaan analisis regresi dapat digunakan untuk memutuskan apakah naik dan menurunnya variabel dependen dapat dilakukan melalui menaikkan dan menurunkan keadaan variabel independen atau meningkatkan keadaan variabel dependen dapat dilakukan dengan meningkatkan variabel independen dan sebaliknya (Sugiyono, 2010:204).

## 3.3 Pengujian Hipotesis

Teknik analisis regresi yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linear ganda. Teknik analisis dilakukan dengan prosedur kerja sebagai berikut.

### 3.3.1 Uji Asumsi Regresi

Santi, 2015

**PENGARUH CITRA DESTINASI KEBUN RAYA CIBODAS SEBAGAI DESTINASI WISATA ALAM TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG**

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

Menurut Wahid Sulaiman (2004:88), untuk memperoleh model regresi yang terbaik, dalam arti secara statistik adalah BLUE ( *Best Linear Unbiased Estimator*), maka model regresi yang diajukan harus memenuhi persyaratan uji normalitas, uji asumsi heteroskedastisitas, uji asumsi linearitas, uji asumsi nonautokerelasi dan uji asumsi multikolinearitas. Teknik analisis uji asumsi regresi dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

### 3.3.1.1 Uji asumsi Normalitas

Syarat pertama untuk melakukan analisis regresi adalah normalitas. Uji normalitas dilakukan untuk menguji apakah data yang digunakan memiliki distribusi normal atau mendekati normal dengan melihat normal *probability plot*. Seperti diketahui bahwa uji t dan uji f mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Bila asumsi ini dilanggar maka uji statistic menjadi tidak valid untuk jumlah sampel kecil (Ghozali, 2005:110). Metode pengujian normalitas yang dilakukan menggunakan uji Kolmogrov-Smirnov.

Kriteria probabilitas dari uji normalitas dengan menggunakan uji Kolmogorov – Smirnov adalah sebagai berikut Ghozali (2005:112):

1. Bila nilai signifikansi uji Kolmogrov-Smirnov bernilai di bawah 0,05 maka data tidak berdistribusi normal.
2. Bila nilai signifikansi uji Kolmogrov-Smirnov bernilai di atas 0,05 maka data berdistribusi normal.

Selain itu, bisa juga dengan melakukan analisis grafik. Normalitas dapat dideteksi dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik atau dengan histogram dari residualnya. Dasar pengambil keputusan sebagai berikut:

1. Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogram menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
2. Jika data menyebar jauh dari garis diagonal dan tidak mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogram tidak menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

### 3.3.1.2 Uji Asumsi Heterokedastisitas

Heteroskedastisitas adalah varian residual yang tidak konstan pada regresi sehingga akurasi hasil prediksi menjadi meragukan. Pada penelitian ini digunakan metode *park gleysler*, gejala heteroskedastisitas akan ditunjukkan oleh koefisien regresi masing-masing variabel independen terhadap nilai absolut residunya ( $e$ ). Untuk pengolahan data dapat dilakukan dengan bantuan program SPSS 20 *for windows*, yang menurut Suliyanto (2005:73) dilakukan sebagai berikut:

1. Masukkan data yang akan diuji heteroskedastisitas di *data view*, sedangkan di *variable view* beri nama data tersebut. Kemudian klik *analyze*, lalu *regression*, kemudian klik *linear*, masukan variabel y pada kotak *dependent* dan variabel x pada kotak *independent*.
2. Klik *save* pada *residual* klik *unstandardized*, abaikan pilihan lain, lalu klik *transform*, target variabel diisi dengan abresid, lalu *numeric expression* diisi dengan ABS(res\_1) klik Ok
3. Tampak pada *data view* terjadi penambahan 2 kolom sebagai akibat proses perhitungan diatas sebagai berikut, klik *analyze*, lalu *regression*, lalu *linear*, masukan variabel abresid, masukan variabel y pada kotak *dependent*, dan variabel x pada kotak *independent*, abaikan pilihan lain lalu tekan OK. Menurut Suliyanto (205:73) jika nilai probabilitasnya lebih besar dari nilai alphanya (0,05), maka dapat dipastikan model tidak mengandung unsur heteroskedastisitas.

### 3.3.1.3 Uji Asumsi Multikolinearitas

Multikolinearitas merupakan terdapat hubungan linear yang sempurna atau pasti diantara beberapa atau semua variabel yang menjelaskan model regresi, yaitu terdapatnya lebih dari satu hubungan linear pasti. Untuk mengetahui terjadinya multikolineritas dalam penelitian digunakan VIF dengan batuan SPSS 20 *for window* yang menurut Suliyanto (2005:73) dilakukan sebagai berikut:

- a. masukan data yang akan di uji normalitas di *data view*, sedangkan di *variable view* beri nama data tersebut. Kemudian klik *analyze* lalu *regression*

- kemudian klik *linear*. Masukkan variabel  $y$  pada kotak dependent dan variabel  $x$  pada kotak independen. Setelah itu klik *statistic* pada *regression coefficient*.
- b. Lalu aktifkan *covariance matrix* dan *collinearity*, nonaktifkan *estimates* dan *model fit* lalu klik *continue*.
  - c. Pada *coefficient* model dikatakan tidak terjadi multikolinear apabila  $VIF < 10$  dan output pada coefficient correlation model dikatakan tidak terjadi multikolinear karena nilai korelasinya antar variabel bebas  $< 0,05$ .

Penelitian ini menggunakan data interval setelah menggunakan data ordinal seperti dijelaskan dalam operasional variabel sebelumnya, maka setelah data penelitian berskala interval selanjutnya akan ditentukan pasangan data variabel independen dari semua sampel penelitian. Hipotesis yang diajukan yaitu citra destinasi berpengaruh terhadap keputusan berkunjung wisatawan ke Kebun Raya Cibodas Cianjur.

Berdasarkan tujuan penelitian ini, maka variabel yang dianalisis adalah variabel independen yaitu citra destinasi Kebun Raya Cibodas yang terdiri dari *cognitive dan affective image*. Sedangkan variabel dependen adalah keputusan berkunjung. Untuk bisa membuat ramalan melalui regresi, maka data setiap variabel harus tersedia.

Persamaan regresi berganda linear variabel bebas dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2$$

Keterangan :

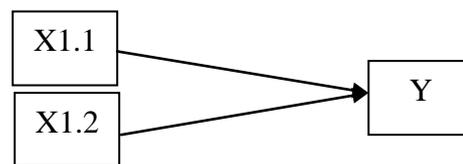
$Y$  = Subyek dalam variabel dependen yang diprediksi (keputusan berkunjung)

$a$  = Harga  $Y$  bila  $X = 0$

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

$X$  = Subyek pada variabel independen yang mempunyai nilai tertentu.  $X_1, X_2$  = variabel penyebab ( $X_1 = \textit{cognitive image}$ ), ( $X_2 = \textit{affective image}$ )

Menurut Sugiyono (2010:277) analisis regresi berganda digunakan bila penelitian bermaksud meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen (kriterium), bila dua atau lebih variabel independent sebagai faktor predictor dimanipulasi (dinaik-turunkannya nilai). Analisis regresi berganda akan dilakukan bila jumlah variabel independen minimal dua atau lebih. Menerjemahkan ke dalam beberapa sub hipotesis yang menyatakan pengaruh sub *variabel independen* yang paling dominan terhadap *variabel dependen*, lebih jelasnya dapat dilihat pada Gambar 3.1 berikut.



**GAMBAR 3.1**  
**REGRESI LINIER BERGANDA**

Keterangan :

X1.1 = *cognitive image*

X1.2 = *affective image*

### 3.3.1.4 Pengujian Simultan

Pengujian hipotesis secara simultan dengan menggunakan uji F, yaitu dengan menggunakan rumus (Sudjana, 1996:369)

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

Keterangan :

R = Nilai Korelasi

K = Jumlah variabel independen

n = Jumlah Sampel

Kriteria pengambilan keputusan untuk hipotesis yang diajukan adalah :

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

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

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

$H_0 = 0$ , tidak terdapat pengaruh yang signifikan citra destinasi Kebun Raya Cibodas terhadap keputusan berkunjung.

$H_a \neq 0$ , terdapat pengaruh citra destinasi Kebun Raya Cibodas terhadap keputusan berkunjung.

### 3.3.1.5 Pengujian Parsial

Pengujian hipotesis secara parsial dengan menggunakan uji t (Sudjana,1996:62), yaitu sebagai berikut :

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

Keterangan :

r = Nilai Korelasi

n = jumlah responden

$r^2$  = Besarnya pengaruh

Pengujian hipotesis yang akan diuji dalam rangka pengambilan keputusan penerimaan atau penolakan hipotesis pada pengujian parsial dapat ditulis sebagai berikut :

$H_0 = 0$ , artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara *cognitive image* pada keputusan berkunjung wisatawan nusantara Kebun Raya Cibodas

$H_a \neq 0$ , terdapat pengaruh yang signifikan antara *cognitive image* pada keputusan berkunjung wisatawan nusantara Kebun Raya Cibodas

$H_0 = 0$ , artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara *affective image* pada keputusan berkunjung wisatawan nusantara Kebun Raya Cibodas

$H_a \neq 0$ , terdapat pengaruh yang signifikan antara *affective image* pada keputusan berkunjung wisatawan nusantara Kebun Raya Cibodas

Jika  $t_{\text{tabel}} > t_{\text{hitung}}$  Maka  $H_0$  ditolak  $H_a$  diterima

Santi, 2015

***PENGARUH CITRA DESTINASI KEBUN RAYA CIBODAS SEBAGAI DESTINASI WISATA ALAM  
TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG***

Universitas Pendidikan Indonesia | [\ .upi.edu perpustakaan.upi.edu](http://\ .upi.edu perpustakaan.upi.edu)