

## BAB III

### OBJEK DAN METODELOGI PENELITIAN

#### 3.1 Objek Penelitian

Penelitian ini menganalisis bagaimana paket wisata olahraga *rafting* dengan nama *One Stop Adventure Package* Arus Liar dan pengaruhnya terhadap proses keputusan pembelian wisatawan. Penelitian ini menggunakan pendekatan ilmu manajemen pemasaran. Adapun objek penelitian terdiri dari dua variabel yaitu variabel X, dan variabel Y. Menurut Kerlinger dalam Sugiyono (2011:38), "Variabel adalah konstruk atau sifat yang akan dipelajari" sedangkan menurut Sekaran (2006:115), "Variabel adalah apa pun yang dapat membedakan atau membawa variasi pada nilai".

Sugiyono (2011:39) mengartikan variabel *independent* atau variabel bebas sebagai variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab berubahnya atau timbulnya variabel *dependent* (terikat). Variabel *independent* (bebas) adalah *packaging* (X) yang memiliki enam dimensi yang terdiri dari *attraction or demand generator* ( $X_{1.1}$ ), *value* ( $X_{1.2}$ ), *planning and coordination* ( $X_{1.3}$ ), *consistent quality and compability* ( $X_{1.4}$ ), *distinctive customer benefit* ( $X_{1.5}$ ), dan *cover all the details* ( $X_{1.6}$ ). Sedangkan variabel terikat menurut Sugiyono (2011:39) merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Variabel *dependent* (terikat) yaitu proses keputusan pembelian (*purcahse decison process*) yang terdiri dari *pre-decision*, *decision*, dan *post-purchase evaluation*.

Penelitian ini dilaksanakan di suatu perusahaan dalam industri pariwisata, yaitu PT. Lintas Jeram Nusantara pada *Tourism Operator Rafting* Arus Liar. Unit analisis atau responden dalam penelitian ini adalah wisatawan yang menggunakan paket wisata olahraga *rafting* di Arus Liar. Pemilihan tempat penelitian didasarkan pada Gambar 1.1 yang merupakan keunggulan Arus Liar dalam *market share rafting* ke Sungai Citarik Sukabumi.

Penelitian ini akan dilaksanakan pada kurun waktu kurang dari satu tahun, maka metode yang digunakan adalah *cross sectional method*. Sugiyono (2011:7) mengemukakan bahwa *Cross Sectional Method* adalah "Metode penelitian yang mempelajari objek dalam kurun waktu tertentu/tidak berkesinambungan dalam jangka waktu panjang". Berdasarkan objek penelitian tersebut, penelitian ini akan menganalisis mengenai pengaruh *rafting package* yang ditawarkan Arus Liar terhadap proses keputusan pembelian wisatawan.

## **3.2 Metodologi Penelitian**

### **3.2.1 Jenis Penelitian dan Metodologi yang Digunakan**

#### **3.2.1.1 Jenis Penelitian**

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif dan verifikatif. Menurut Sugiyono (2011:53) 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". Hal serupa dikemukakan oleh Cooper dan Schindler (2006:159) yang menjelaskan bahwa "Jika suatu riset berkaitan dengan menemukan siapa, apa, dimana, kapan dan berapa banyak, maka studinya dalah deskriptif".

**Selma Sari Purnama Dewi, 2013**

Pengaruh Packaging Terhadap Proses Keputusan Pembelian Paket Wisata Olahraga *Rafting*

Penelitian deskriptif bertujuan untuk memperoleh gambaran mengenai *packaging* dan gambaran mengenai proses keputusan pembelian operator wisata olahraga *rafting* sedangkan *verifikatif* menurut Sugiyono (2012:54), “Penelitian verifikatif adalah penelitian yang membandingkan keberadaan satu variabel atau lebih pada dua atau lebih sampel yang berbeda, atau pada waktu yang berbeda”. Penelitian verifikatif bertujuan untuk memperoleh kebenaran dari suatu hipotesis yang dilaksanakan melalui pengumpulan data di lapangan. Dalam penelitian ini akan di uji mengenai *packaging* yang ditawarkan Arus Liar terhadap proses keputusan pembelian wisatawan.

### 3.2.1.2 Metodologi yang digunakan

Berdasarkan jenis penelitiannya, yaitu deskriptif dan verifikatif yang dilaksanakan melalui pengumpulan data di lapangan, maka metode penelitian yang digunakan adalah metode *explanatory survey*.

Menurut Kerlinger dalam Sugiyono (2011:7), yang dimaksud metode survei yaitu:

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

Menurut Sugiyono (2011:7), metode *explanatory survey* adalah “Metode penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil, tetapi data yang dipelajari merupakan data dari sampel yang diambil dari populasi tersebut. Sehingga ditemukan kejadian-kejadian relatif, distribusi dan hubungan-hubungan antar variabel sosiologis maupun psikologis.

Selna Sari Purnama Dewi, 2013

Pengaruh Packaging Terhadap Proses Keputusan Pembelian Paket Wisata Olahraga *Rafting*

Arus Liar

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu

Adapun penelitian ini dilakukan dalam jangka waktu kurang dari satu tahun. Oleh karena itu metode yang digunakan adalah *Cross Section Method* menurut Cooper dan Schindler (2006:160) yaitu “Metode yang dilakukan hanya sekali dan mewakili satu periode tertentu dalam waktu”.

### 3.2.2 Operasionalisasi Variabel

Variabel yang diteliti dalam penelitian ini dioperasionalkan dalam dua variabel utama. Variabel *independent* (bebas) yang diteliti adalah *packaging* (X) yang memiliki tujuh dimensi yaitu *attraction or demand generator, value, planning and coordination, consistent quality and compability among elements, distinctive customer benefit*, dan *cover all the details*. Sedangkan variabel *dependent* (terikat) yaitu proses keputusan pembelian (Y) terdiri dari *pre-decision, decision, dan post-purchase evaluation*.

Menurut Silalahi (2009:201) mengungkapkan bahwa “Operasionalisasi variabel merupakan kegiatan mengurai variabel menjadi sejumlah variabel operasional atau variabel empiris (indikator/item) yang menunjuk langsung pada hal-hal yang dapat diamati atau diukur”. Secara lebih rinci operasionalisasi variabel dalam penelitian ini disajikan dalam Tabel 3.1 sebagai berikut :

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

Variabel	Sub-variabel	Konsep Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
<b>Packaging (X)</b>	<i>Packaging is the combination of related and complementary services into a single-price offering.</i> (Morrison, 2010:392)					
	<b>Attractions or Demand-Generators (X<sub>1.1</sub>)</b>	Setiap paket wisata yang dibuat harus memiliki dua atau lebih atraksi	<i>Core Attractions</i>	Tingkat kemenarikan <i>rafting</i> di Arus Liar	Ordinal	1
				Tingkat kemenarikan <i>grade rafting</i> yang ditawarkan	Ordinal	2

Selna Sari Purnama Dewi, 2013

Pengaruh Packaging Terhadap Proses Keputusan Pembelian Paket Wisata Olahraga *Rafting*

Arus Liar

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu

Variabel	Sub-variabel	Konsep Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
		wisata yang dikemas menarik untuk menciptakan permintaan dari wisatawan (Morrison, 2010:412)		Tingkat kemenarikan lamanya waktu/durasi rafting yang ditawarkan	Ordinal	3
				Tingkat kemenarikan <i>escort</i> yang ditawarkan dari keberangkatan	Ordinal	4
			<i>Travel Guide</i>	Tingkat keramahan <i>skipper</i> /pemandu rafting	Ordinal	5
				Tingkat kejelasan pemberian arahan atau SOP (Standar Operasional Prosedur) yang diberikan <i>skipper</i>	Ordinal	6
			<i>Travel Arrangements or Destination</i>	Tingkat kemenarikan susunan kegiatan dalam paket wisata olahraga rafting	Ordinal	7
				Tingkat kenyamanan transportasi lokal yang telah disediakan untuk mencapai lokasi <i>start point</i> dan <i>meeting point</i>	Ordinal	8
		Pembelian paket wisata dilakukan karena mereka berasumsi akan menerima nilai yang lebih besar untuk setiap beban perjalanan yang dikeluarkan. (Morrison, 2010:412)		Tingkat besarnya manfaat yang diterima dari rafting baik secara rasional maupun emosional	Ordinal	9
	<i>Value (X<sub>1.2</sub>)</i>		<i>Greater Value</i>	Tingkat besarnya korbanan secara moneter maupun non moneter yang mungkin dikeluarkan	Ordinal	10
				Tingkat besarnya <i>benefit</i> yang diterima jika dengan dibandingkan dengan korbanan yang dikeluarkan	Ordinal	11
	<i>Planning and Coordination (X<sub>1.3</sub>)</i>	Keberhasilan suatu paket wisata tergantung dari kesiapan rencana dan	<i>Planning and concept</i>	Tingkat kesesuaian antara konsep rafting dengan tema/tujuan kegiatan	Ordinal	12

Selna Sari Purnama Dewi, 2013

Pengaruh Packaging Terhadap Proses Keputusan Pembelian Paket Wisata Olahraga Rafting

Arus Liar

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu



Variabel	Sub-variabel	Konsep Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No Item	
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	
		koordinasi yang baik diantara unsur-unsurnya (Morrison, 2010:418)	<i>Enjoyable Experience</i>	Tingkat koordinasi antara elemen-elemen <i>rafting</i> untuk menciptakan kesan yang menyenangkan	Ordinal	13	
	<b>Consistent Quality and Compatibility</b> (X <sub>1.4</sub> )	Wisatawan melakukan pembelian paket karena mereka mengharapkan konsistensi dalam kualitas produk/jasa yang ditawarkan (Morrison, 2010:417)	<i>Consistent Quality</i>	Tingkat konsistensi kualitas pelayanan dari <i>start point</i> sampai <i>finish point</i>	Ordinal	14	
				Tingkat keamanan perahu karet	Ordinal	15	
				Tingkat kenyamanan helm pelindung	Ordinal	16	
				Tingkat keamanan pelampung	Ordinal	17	
				Tingkat kebersihan <i>start point</i> dan <i>finish point rafting</i>	Ordinal	18	
				Tingkat kebersihan area <i>rafting/sungai</i>	Ordinal	19	
				Tingkat ketersediaan <i>Rescue &amp; 1st Aid Team</i>	Ordinal	20	
				Tingkat kualitas makanan dan minuman	Ordinal	21	
				Tingkat kebersihan <i>toilet&amp;shower</i>	Ordinal	22	
				Tingkat ketersediaan jaminan keamanan dari asuransi <i>rafting</i>	Ordinal	23	
	<b>Distinctive Customer Benefit</b> (X <sub>1.5</sub> )	Paket wisata yang ditawarkan harus memberikan manfaat seperti pemberdayaan fasilitas dan penciptaan pengalaman yang menyimpan kesan positif dan berbeda dari operator wisata lainnya (Morrison, 2010:418)	<i>Features or Programs</i>	Tingkat kemenarikan keragaman paket <i>rafting</i> yang ditawarkan	Ordinal	24	
					Tingkat kemenarikan penyediaan sertifikat <i>rafting</i>	Ordinal	25
					Tingkat kemenarikan perlengkapan <i>rafting International standard</i> yang dibutuhkan wisatawan	Ordinal	26
				<i>A Unique and Convenient Way</i>	Tingkat kemenarikan akses layanan pemesanan 24 jam	Ordinal	27

Selna Sari Purnama Dewi, 2013

Pengaruh Packaging Terhadap Proses Keputusan Pembelian Paket Wisata Olahraga *Rafting*

Arus Liar

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu

Variabel	Sub-variabel	Konsep Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
				Tingkat kemudahan mengakses layanan 24 jam paket wisata olahraga <i>rafting</i> melalui <i>Blackberry Messenger, Facebook, Kaskus Group, Merchandise Kaskus, Koprol, Klikot, Twitter, Official website, Yahoo Messenger, Youtube</i>	Ordinal	28
	<b>Cover All Details</b> (X <sub>1.6</sub> )	Penyusunan dalam pembuatan paket wisata yang ditawarkan kepada wisatawan harus tersusun detail dari penggunaan awal sampai akhir dan memperhatikan kebijakan transaksi (Morrison, 2002:332)	<i>Clear Policy Detail</i>	Tingkat ketersediaan informasi mengenai kebijakan transaksi pembelian paket <i>rafting</i> (keadaan debit air, <i>booking procedure, cancellation, refund, MOU, dll</i> )	Ordinal	29
<i>Providing Complete Information on All Package Elements</i>			Tingkat ketersediaan elemen-elemen dalam paket untuk melengkapi kebutuhan <i>rafting</i>	Ordinal	30	
			Tingkat keuntungan penawaran paket dalam <i>special rate</i> (potongan/diskon) pada hari-hari tertentu	Ordinal	31	
<b>Proses Keputusan Pembelian (Y)</b>	<b>Pre-Decision</b>	Tahap pertama proses keputusan wisatawan, di mana wisatawan menyadari suatu masalah atau kebutuhan (Correia dan Crouch, 2008:336)	<i>Decision making process by concentrating on the cognitive processes generated prior to making his or her final decision. (Correia dan Crouch, 2008:331)</i>			
			<i>Kebutuhan untuk rafting</i>	Tingkat kebutuhan untuk <i>rafting</i>	Ordinal	32
			<i>Push Motivation</i>	Tingkat keinginan untuk mencoba pengalaman baru atas dorongan pribadi/diri sendiri	Ordinal	33
			<i>Pull Motivation</i>	Tingkat keinginan untuk mencoba pengalaman baru atas dorongan orang lain	Ordinal	34
				Tingkat kemenarikan kawasan wisata Arus Liar	Ordinal	35
	Tingkat kemenarikan layanan lain yang ditawarkan untuk	Ordinal	36			

Selna Sari Purnama Dewi, 2013

Pengaruh Packaging Terhadap Proses Keputusan Pembelian Paket Wisata Olahraga *Rafting*

Arus Liar

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu

Variabel	Sub-variabel	Konsep Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
				mendukung <i>rafting</i> (akomodasi, transportasi, paket <i>adventure</i> lain, restoran dll)		
			Sumber Informasi	Tingkat kepentingan pencarian informasi mengenai <i>rafting</i>	Ordinal	37
	<b>Decision</b>	Tahap di mana wisatawan yang membentuk mental untuk berwisata (Correia dan Crouch, 2008:336)	Waktu	Tingkat kesesuaian waktu <i>rafting</i> yang dilaksanakan	Ordinal	38
Budget			Tingkat kesesuaian biaya dengan <i>budget</i> yang tersedia	Ordinal	39	
Conditioning factors			Tingkat kesesuaian cuaca di lapangan	Ordinal	40	
			Tingkat keamanan <i>rafting</i> Arus Liar	Ordinal	41	
			Tingkat kepentingan kondisi fisik saat <i>rafting</i>	Ordinal	42	
	<b>Post Purchase Evaluation</b>	Tahap di mana wisatawan mengambil tindak lanjut setelah berwisata (Correia dan Crouch, 2008:336)	Kepuasan	Tingkat kepuasan terhadap <i>rafting</i> di Arus Liar	Ordinal	43
			Pembelian ulang	Tingkat keinginan untuk melakukan pembelian ulang paket wisata	Ordinal	44
			Rekomendasi	Tingkat keinginan untuk merekomendasikan <i>rafting</i> Arus Liar kepada orang lain	Ordinal	45

Sumber : Hasil Pengolahan Data, 2013

### 3.2.3 Jenis Dan Sumber Data

Sumber data dalam penelitian adalah subjek dari mana data diperoleh. Apabila penelitian menggunakan kuesioner atau wawancara, maka sumber data disebut responden, sedangkan jika penelitian menggunakan teknik observasi, maka sumber data bisa berupa benda, gerak atau proses sesuatu.

Selna Sari Purnama Dewi, 2013

Pengaruh Packaging Terhadap Proses Keputusan Pembelian Paket Wisata Olahraga *Rafting*

Arus Liar

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu



Berdasarkan sumbernya, data dibedakan menjadi dua yaitu: data primer dan data sekunder. Menurut Sugiyono (2012:193) berdasarkan sumbernya, data dibedakan menjadi dua yaitu :

#### 1. Data Primer (*Primary Data Source*)

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 survei ataupun observasi.

#### 2. Data Sekunder (*Secondary Data Source*)

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.

Cooper & Schindler (2006:163) menyatakan bahwa "Studi yang telah dibuat oleh orang lain untuk keperluan mereka sendiri dapat menjadi suatu data sekunder". Sumber data primer adalah pelaku yang terlibat langsung dengan karakter yang diteliti sedangkan sumber data sekunder adalah karakter hasil liputan lain. Sekaran (2006:60) menyatakan "Data primer adalah responden individu, kelompok fokus, dan panel yang secara khusus ditentukan oleh peneliti dan di mana pendapat bisa dicari terkait persoalan tertentu dari waktu ke waktu, atau sumber umum seperti majalah atau buku tua".

Berdasarkan jenis dan sumber data yang digunakan dalam penelitian, maka penulis mengumpulkan dan menyajikannya dalam Tabel 3.2 berikut.

**Selna Sari Purnama Dewi, 2013**

Pengaruh Packaging Terhadap Proses Keputusan Pembelian Paket Wisata Olahraga *Rafting*

Arus Liar

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu

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

No	Data	Jenis Data	Sumber data	Digunakan untuk Tujuan Penelitian		
				T-1	T-2	T-3
1	Kinerja Perusahaan	Sekunder	Arus Liar	-	-	-
2	Strategi pemasaran perusahaan	Sekunder	Arus Liar	-	-	-
3	Jumlah wisatawan wisata olahraga <i>rafting</i> Arus Liar	Sekunder	Arus Liar	-	-	-
4	<i>Market Share</i> ke Sungai Citarik Sukabumi	Sekunder	Arus Liar	-	-	-
5	Data sungai dan <i>tourism operator rafting</i> di Indonesia	Sekunder	FAJI	-	-	-
6	Profil Perusahaan	Sekunder	Internet : <i>Official website</i> Arus Liar	-	-	-
7	Data <i>Sport Event</i>	Sekunder	Internet : UNWTO	-	-	-
8	Tanggapan responden mengenai paket wisata <i>rafting</i> Arus Liar	Primer	Wisatawan pembeli paket wisata olahraga <i>rafting</i> Arus Liar	✓	-	✓
9	Tanggapan responden mengenai keputusan pembelian paket wisata	Primer	Wisatawan pembeli paket wisata olahraga <i>rafting</i> Arus Liar	-	✓	✓

Sumber: Hasil Pengolahan Data Peneliti, 2013

### 3.2.4 Populasi, Sampel dan Teknik *Sampling*

#### 3.2.4.1 Populasi

Dalam pengumpulan data dan menganalisa suatu data, langkah pertama yang sangat penting adalah memnentukan populasi. Populasi dibutuhkan sebagai sumber data dalam peneitian, karena dari populasi tersebut akan diperoleh suatu pemecahan masalah yang akan menunjang keberhasilan penelitian.

Selna Sari Purnama Dewi, 2013

Pengaruh Packaging Terhadap Proses Keputusan Pembelian Paket Wisata Olahraga *Rafting*

Arus Liar

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu

Sugiyono (2012:49) menyatakan bahwa “Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”, sedangkan Sekaran (2008:122) menyatakan bahwa “Populasi merupakan kumpulan semua elemen dalam populasi di mana sampel diambil”, sehingga populasi sasaran (*target population*) harus ditentukan dengan jelas oleh peneliti.

Berdasarkan pengertian tersebut maka populasi dalam penelitian ini adalah wisatawan yang melakukan pembelian paket wisata olahraga *rafting* ke Arus Liar. Berikut Tabel 3.3 merupakan jumlah pembelian paket wisata Arus Liar pada tahun 2012

**TABEL 3.3**  
**JUMLAH PEMBELI PAKET RAFTING ARUS LIAR TAHUN 2012**

Wisatawan	Jumlah (Orang)	
Individu	10.361	42%
Perusahaan	14.380	58%
<b>Jumlah</b>	<b>24.243</b>	

Sumber: Bagian *Marketing* Arus Liar, 2013

Berdasarkan Tabel 3.3 maka jumlah populasi pada tahun 2012. Jumlah pembeli dari perusahaan lebih banyak jika dibandingkan dengan individu, hal ini berarti target pasar utama Arus Liar yang merupakan korporasi sudah tercapai. Wisatawan bisnis mempunyai presentase tinggi setiap tahunnya karena setiap perusahaan mempunyai program atau kegiatan *training* tahunan bagi karyawannya, sehingga pembelian dilakukan dalam jumlah besar/grup. Sedangkan target wisatawan individu sendiri merupakan karyawan/eksekutif muda yang melakukan pembelian bersama keluarga, teman, atau pasangannya. Oleh karena itu populasi yang akan diambil adalah dari populasi wisatawan

Selna Sari Purnama Dewi, 2013

Pengaruh Packaging Terhadap Proses Keputusan Pembelian Paket Wisata Olahraga *Rafting*

Arus Liar

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu

individu yang memutuskan untuk membeli paket *rafting* Arus Liar yaitu sebesar 10.361 wisatawan.

### 3.2.4.2 Sampel

Penelitian yang dilaksanakan tidak pada semua populasi yang telah ditentukan melainkan pada beberapa orang yang disebut dengan sampel. Sugiyono (2012:116) mengemukakan bahwa “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 yang diteliti.

Penentuan ukuran sampel ( $n$ ) dan populasi ( $N$ ) yang dalam penelitian ini menggunakan rumus sample Slovin (Umar, 2003:141) yaitu sebagai berikut:

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

Keterangan :

$n$  = Ukuran sampel

$N$  = Ukuran populasi

$e$  = Presentase kelonggaran penelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditolelir ( $e=0.1$ )

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

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2} = \frac{10361}{1 + 10361(0,1)^2} = \frac{10261}{104,61} = 98,08 \approx 100$$

Berdasarkan hasil dari perhitungan di atas, diperoleh hasil sampel sebesar 98,08 tetapi untuk jaminan keakuratan, sebaiknya sampel ditambah sedikit lebih banyak dari jumlah matematikanya. Berdasarkan ukuran sampel ( $n$ ) minimal,

Selna Sari Purnama Dewi, 2013

Pengaruh Packaging Terhadap Proses Keputusan Pembelian Paket Wisata Olahraga *Rafting*

Arus Liar

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu

maka dalam penelitian ini ditetapkan ukuran sampel (n) sebanyak 100 responden agar lebih representatif.

### 3.2.4.3 Teknik Sampling

Menurut Sugiyono (2012:56), "Teknik Sampling adalah merupakan teknik pengambilan sampel". Teknik *sampling* merupakan teknik pengambilan sampel, untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian Teknik sampling terdiri dari beberapa sampel yaitu teknik penarikan sampel probabilitas dan teknik penarikan sampel non-probabilitas.

Teknik Sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik penarikan sampling probabilitas, yaitu *Systematic Random Sampling*. Menurut Sugiyono (2011:91) *systematic random sampling* merupakan "Proses pemilihan sampel berdasarkan urutan dari anggota populasi yang telah diberi nomor urut". Langkah-langkah yang sistematis harus dilakukan untuk mendapatkan sampel yang representatif (mewakili) dari populasi.

### 3.2.5 Teknik Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2012:193), "Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian", karena tujuan utama dari suatu penelitian adalah mendapatkan data melalui wawancara yang dapat dilakukan secara terstruktur maupun tidak terstruktur dan dapat dilakukan melalui tatap muka maupun dengan menggunakan telepon, angket dan observasi yang dapat dibedakan menjadi *participant observation* dan *non participant observation* selanjutnya dari segi instrumentasi yang digunakan, maka observasi dapat dibedakan menjadi observasi terstruktur dan tidak terstruktur dan studi literatur".

Selna Sari Purnama Dewi, 2013

Pengaruh Packaging Terhadap Proses Keputusan Pembelian Paket Wisata Olahraga Rafting

Arus Liar

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu



Teknik pengumpulan data yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Wawancara, pengumpulan data yang dilaksanakan pada pihak perusahaan untuk memperoleh data primer mengenai perusahaan dan kepada responden yang memutuskan untuk pembelian paket wisata olahraga *rafting* ke Arus Liar.
2. Observasi, pengamatan terhadap objek penelitian dan data yang diperlukan dalam penelitian untuk mengetahui pengaruh *packaging* terhadap proses keputusan pembelian pada operator wisata olahraga *rafting* Arus Liar.
3. Kuesioner atau angket, teknik pengumpulan data melalui penyebaran seperangkat daftar pertanyaan tertulis kepada responden yang menjadi sampel penelitian, kuesioner atau angket berlaku sebagai daftar primer. Kuesioner berisi pernyataan mengenai karakteristik responden dan kuesioner.
4. Studi kepustakaan/literatur, yang pengumpulan informasi yang berhubungan dengan teori-teori dan gambaran umum mengenai produk yang relevan dengan masalah dan variabel yang diteliti.

**TABEL 3.4**  
**TEKNIK PENGUMPULAN DATA**

No	Teknik Pengumpulan Data	Sumber data	Digunakan untuk Tujuan Penelitian		
			T-1	T-2	T-3
1	Wawancara	Pihak manajer pemasaran Arus Liar	-	-	-
		Pengurus FAJI Pusat	-	-	-
2	Observasi	Aktivitas Promosi Paket Wisata yang dilakukan oleh Arus Liar	-	-	-
3	Kuesioner	Wisatawan yang membeli paket wisata <i>rafting</i>	✓	✓	✓
4	Studi kepustakaan	<i>Packaging</i> dan Proses Keputusan Pembelian	-	-	-

Selna Sari Purnama Dewi, 2013

Pengaruh *Packaging* Terhadap Proses Keputusan Pembelian Paket Wisata Olahraga *Rafting*

Arus Liar

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu

Sumber : Hasil Pengolahan Data, 2013

### **3.2.6 Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas**

#### **3.2.6.1 Hasil Pengujian Validitas**

Data mempunyai kedudukan penting dalam penelitian karena data merupakan penggambaran dari variabel yang diteliti, dan mempunyai fungsi sebagai pembentuk hipotesis. Oleh karena itu mutu hasil penelitian ditentukan oleh benar tidaknya atau kevalidan data. Sugiyono (2012:117) mengatakan bahwa “Suatu instrumen yang valid menggunakan alat ukur yang memiliki kevalidan yang benar”. Peneliti harus berhati-hati dalam menyusun instrumen, mulai dari penyusunan variabel, pemecahan subvariabel dan penyusunan butir-butir pertanyaan yang akan diajukan.

Sugiyono (2012:117) mengemukakan bahwa, “Validasi merupakan derajat ketetapan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek penelitian dengan data yang dapat dilaporkan oleh peneliti”. Dengan demikian data yang valid adalah data yang tidak berbeda antara data yang dilaporkan oleh peneliti dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek penelitian.

Tipe validitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah validitas konstruk, yang menentukan validitas dengan cara mengkorelasikan antar skor yang diperoleh dari masing-masing item berupa pertanyaan dengan skor totalnya. Skor total ini merupakan nilai yang diperoleh dari penjumlahan semua skor item. Berdasarkan ukuran statistik, bila ternyata skor semua item yang disusun menurut dimensi konsep berkorelasi dengan skor totalnya, maka dapat dikatakan bahwa alat ukur tersebut mempunyai validitas.

**Selna Sari Purnama Dewi, 2013**

Pengaruh Packaging Terhadap Proses Keputusan Pembelian Paket Wisata Olahraga *Rafting*

Arus Liar

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu

Adapun rumus yang digunakan dalam penelitian ini adalah rumus korelasi

*Product Moment* yang dikemukakan oleh Pearson, sebagai berikut.

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

Sumber : Sugiyono (2011:183)

Keterangan :

$r_{xy}$  = koefisien korelasi *product moment*

$n$  = Jumlah sampel

$\sum$  = Kuadrat faktor variabel X

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

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

$\sum XY$  = Jumlah perkalian faktor korelasi variable X dan Y

Untuk mengadakan interpretasi mengenai besarnya koefisien korelasi

dapat dilihat pada tabel berikut.

**TABEL 3.5**  
**INTERPRETASI BESARNYA KOEFISIEN KORELASI**

Besarnya Nilai	Interpretasi
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 (2011:184)

Sedangkan pengujian keberartian koefisien korelasi ( $t$ ) dilakukan dengan taraf signifikansi 5%. Rumus uji  $t$  yang digunakan sebagai berikut :

1. Nilai  $r$  dibandingkan dengan nilai  $r$  tabel dengan  $dk = n - 2$  dan taraf signifikansi  $\alpha = 0,05$
2. Item pertanyaan yang diteliti dikatakan valid, jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$
3. Item pertanyaan yang diteliti dikatakan tidak valid, jika  $r_{hitung} < r_{tabel}$

Perhitungan validitas item instrumen dilakukan dengan bantuan program SPSS (*Statistical Product for Service Solution*) 20 for windows. Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh hasil pengujian validitas dari item pertanyaan yang

Selna Sari Purnama Dewi, 2013

Pengaruh Packaging Terhadap Proses Keputusan Pembelian Paket Wisata Olahraga Rafting

Arus Liar

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu

diajukan peneliti. Berikut ini adalah hasil pengujian validitas dari item pertanyaan yang diajukan peneliti kepada 30 responden penelitian.

**TABEL 3.7**  
**HASIL UJI VALIDITAS INSTRUMEN PENELITIAN**

No.	Pertanyaan	Signifikansi	Taraf Signifikansi	Keterangan Valid
<b>PACKAGING</b>				
<b>Attractions or Demand-Generators</b>				
1	Daya tarik <i>rafting</i> di Arus Liar	0,001	0,05	Valid
2	Daya tarik <i>grade rafting</i> yang ditawarkan	0,000	0,05	Valid
3	Daya tarik lamanya waktu/durasi <i>rafting</i> yang ditawarkan	0,001	0,05	Valid
4	Daya tarik <i>escort</i> yang ditawarkan dari keberangkatan	0,001	0,05	Valid
5	Keramahan <i>skipper/</i> pemandu <i>rafting</i>	0,000	0,05	Valid
6	Kejelasan pemberian arahan atau SOP (Standar Operasional Prosedur) yang diberikan <i>skipper</i>	0,000	0,05	Valid
7	Daya tarik susunan kegiatan <i>rafting</i> Arus Liar	0,000	0,05	Valid
8	Transportasi lokal yang disediakan dari <i>meeting point</i> sampai <i>starting point</i>	0,026	0,05	Valid
<b>Provide Value to The Customer</b>				
9	Besarnya manfaat yang diterima dari <i>rafting</i> baik secara rasional maupun emosional	0,000	0,05	Valid
10	Besarnya korbanan secara moneter maupun non moneter yang mungkin dikeluarkan	0,000	0,05	Valid
11	Besarnya <i>benefit</i> yang diterima jika dengan dibandingkan dengan korbanan yang dikeluarkan	0,000	0,05	Valid
<b>Planning and Coordination</b>				
12	Kesesuaian anyara konsep <i>rafting</i> dengan	0,000	0,05	Valid

Selna Sari Purnama Dewi, 2013

Pengaruh Packaging Terhadap Proses Keputusan Pembelian Paket Wisata Olahraga *Rafting*

Arus Liar

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu

No.	Pertanyaan	Signifikansi	Taraf Signifikansi	Keterangan Valid
	pelaksanaan <i>rafting</i>			
13	Koordinasi antara elemen-elemen <i>rafting</i> untuk menciptakan kesan yang menyenangkan	0,000	0,05	Valid
<b>Consistent Quality and Compatibility</b>				
14	Konsistensi kualitas pelayanan dari <i>start point</i> sampai <i>finish point</i>	0,000	0,05	Valid
15	Keamanan perahu karet	0,000	0,05	Valid
16	Keamanan helm pelindung	0,000	0,05	Valid
17	Keamanan pelampung	0,000	0,05	Valid
18	Kebersihan <i>start point</i> dan <i>finish point</i>	0,000	0,05	Valid
19	Kebersihan area <i>rafting/sungai</i>	0,000	0,05	Valid
20	Ketersediaan <i>Rescue &amp; 1st Aid Team</i>	0,000	0,05	Valid
21	Kualitas makanan dan minuman	0,006	0,05	Valid
22	Kebersihan <i>toilet&amp;shower</i>	0,002	0,05	Valid
23	Ketersediaan jaminan keamanan dari asuransi <i>rafting</i>	0,000	0,05	Valid
<b>Distinctive Customer Benefit</b>				
24	Daya tarik keragaman paket <i>rafting</i> yang ditawarkan	0,000	0,05	Valid
25	Daya tarik penyediaan sertifikat <i>rafting</i>	0,000	0,05	Valid
26	Daya tarik perlengkapan <i>rafting International standard</i> yang dibutuhkan wisatawan	0,000	0,05	Valid
27	Daya tarik akses layanan 24 jam paket wisata olahraga <i>rafting</i>	0,000	0,05	Valid
28	Kemudahan mengakses layanan 24 jam paket wisata olahraga <i>rafting</i> melalui <i>Blackberry Messenger, Facebook, Kaskus Group, Merchandise Kaskus, Koprol, Klikot, Twitter, Official website, Yahoo Messenger, Youtube</i>	0,000	0,05	Valid

Selna Sari Purnama Dewi, 2013

Pengaruh Packaging Terhadap Proses Keputusan Pembelian Paket Wisata Olahraga *Rafting*

Arus Liar

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu



No.	Pertanyaan	Signifikansi	Taraf Signifikansi	Keterangan Valid
<b>Cover All Details</b>				
29	Ketersediaan informasi mengenai kebijakan transaksi pembelian paket <i>rafting</i> (keadaan debit air, <i>booking procedure</i> , <i>cancellation</i> , <i>refund</i> , <i>MOU</i> , dll)	0,000	0,05	Valid
30	Ketersediaan elemen-elemen dalam paket untuk melengkapi kebutuhan <i>rafting</i>	0,000	0,05	Valid
31	Keuntungan penawaran paket dalam <i>special rate</i> (potongan harga/diskon) pada hari-hari tertentu	0,000	0,05	Valid
<b>PROSES KEPUTUSAN PEMBELIAN</b>				
<b>Pre-Decision</b>				
32	Kebutuhan untuk <i>rafting</i>	0,000	0,05	Valid
33	Keinginan untuk mencoba pengalaman baru atas dorongan pribadi/diri sendiri	0,049	0,05	Valid
34	Keinginan untuk mencoba pengalaman baru atas dorongan orang lain	0,000	0,05	Valid
35	Daya tarik kawasan wisata Arus Liar	0,000	0,05	Valid
36	Daya tarik layanan lain yang ditawarkan untuk mendukung <i>rafting</i> (akomodasi, transportasi, paket <i>adventure</i> lain, restoran dll)	0,000	0,05	Valid
37	Kepentingan pencarian informasi mengenai <i>rafting</i>	0,000	0,05	Valid
<b>Decision</b>				
38	Kesesuaian waktu <i>rafting</i> yang dilaksanakan	0,000	0,05	Valid
39	Kesesuaian biaya dengan budget yang tersedia	0,000	0,05	Valid
40	Kesesuaian cuaca di lapangan	0,000	0,05	Valid
41	Keamanan <i>rafting</i> di Arus Liar	0,000	0,05	Valid
42	Kepentingan kondisi fisik	0,000	0,05	Valid

Selna Sari Purnama Dewi, 2013

Pengaruh Packaging Terhadap Proses Keputusan Pembelian Paket Wisata Olahraga *Rafting*

Arus Liar

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu

No.	Pertanyaan	Signifikansi	Taraf Signifikansi	Keterangan Valid
	saat rafting			
<b>Post Purchase Evaluation</b>				
43	Kepuasan terhadap rafting di Arus Liar	0,000	0,05	Valid
44	Keinginan untuk melakukan pembelian ulang paket rafting	0,000	0,05	Valid
45	Keinginan untuk merekomendasikan rafting di Arus Liar kepada orang lain	0,000	0,05	Valid

Sumber : Hasil Pengolahan Data 2013

Berdasarkan hasil pengolahan pada Tabel 3.7 pengukuran validitas pada 45 item pertanyaan untuk variabel *packaging* dan proses keputusan pembelian mempunyai rata-rata signifikansi 0,00. Hal ini menyatakan bahwa instrumen penelitian tersebut mempunyai validitas dan dapat digunakan sebagai alat ukur yang benar karena mempunyai validitas kurang dari jika dibandingkan dengan 0,05.

### 3.2.6.2 Hasil Pengujian Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan suatu ukuran untuk menentukan suatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpulan data. Suharsimi Arikunto (2009:247) menyatakan bahwa “Reliabilitas menunjukkan tingkat keterandalan tertentu”.

Pada penelitian ini reliabilitas di cari dengan menggunakan rumus *alpha* atau *Cronbach's alpha* ( $\alpha$ ) dikarenakan instrumen pertanyaan kuesioner yang dipakai merupakan rentangan antara beberapa nilai dalam hal ini menggunakan skala *likert* 1 sampai dengan 5.

Rumus *alpha* atau *Cronbach's alpha* ( $\alpha$ ) sebagai berikut :

Selna Sari Purnama Dewi, 2013  
Pengaruh Packaging Terhadap Proses Keputusan Pembelian Paket Wisata Olahraga Rafting

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

Sumber : Husen Umar (2009:170)

Keterangan:

$r_{11}$  = reliabilitas instrumen

$k$  = banyak butir pertanyaan

$\sigma_t^2$  = varians total

$\sum \sigma_b^2$  = jumlah varians butir tiap pertanyaan

Jumlah varian butir tiap pertanyaan dapat dicari dengan cara mencari nilai varians tiap butir yang kemudian dijumlahkan ( $\sum \sigma^2$ ) sebagai berikut :

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

Sumber : Husen Umar (2009:170)

Keterangan :

$n$  = jumlah sampel

$\sigma$  = nilai varians

$x$  = nilai skor yang dipilih (total nilai dari nomor-nomor butir pertanyaan)

Uma Sekaran (2006:177) mengemukakan:

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

Koefisien *Alpha cronbach* ( $C\sigma$ ) merupakan statistik paling umum yang digunakan untuk menguji realibilitas suatu instrumen. Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan *software* komputer SPSS 20.0. Berikut tabel uji reliabilitas instrumen penelitian:

**TABEL 3.8**

Selna Sari Purnama Dewi, 2013

Pengaruh Packaging Terhadap Proses Keputusan Pembelian Paket Wisata Olahraga Rafting

Arus Liar

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu

### HASIL UJI RELIABILITAS INSTRUMEN PENELITIAN

No	Variabel	$C\sigma$	$C\sigma$	Keterangan
1	<i>Packaging</i>	0,793	0,700	Reliabel
2	Proses Keputusan Pembelian	0,865	0,700	Reliabel

Sumber : Hasil Pengolahan Data 2013

Berdasarkan Tabel 3.8 variabel yang memiliki nilai reliabilitas tertinggi adalah Proses Keputusan Pembelian dengan nilai  $C\sigma_{hitung}$  sebesar 0,865, sedangkan variabel *packaging* memiliki nilai  $C\sigma_{hitung}$  sebesar 0,793.  $C\sigma$  masing-masing variabel lebih besar dibandingkan dengan koefisien *alpha cronbach* yang bernilai 0,700 maka instrumen penelitian dinyatakan reliabel atau memiliki tingkat keandalan tinggi.

### 3.2.7 Rancangan Analisis Data

#### 3.2.7.1 Rancangan Analisis Data Deskriptif

Analisis deskriptif bertujuan untuk mengubah kumpulan data mentah menjadi informasi yang mudah dipahami. Alat penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuisioner (angket). Pada penelitian ini digunakan dua jenis analisis yaitu analisis deskriptif dan analisis verifikatif, khususnya bagi variabel yang bersifat kualitatif dan kuantitatif berupa hipotesis dengan menggunakan uji statistik. Analisis deskriptif digunakan untuk melihat faktor penyebab sedangkan analisis kuantitatif menitikberatkan pengungkapan perilaku variabel penelitian. Dengan menggunakan kedua metode analisis tersebut dapat diperoleh generalisasi yang bersifat komperhensif. Analisis penelitian antara lain

1. Analisis deskriptif Variabel X (*Packaging*)
  - a. Analisis deskriptif Variabel  $X_{1,1}$  (*attraction or demand generator*)
  - b. Analisis deskriptif Variabel  $X_{1,2}$  (*value*)

Selna Sari Purnama Dewi, 2013

Pengaruh *Packaging* Terhadap Proses Keputusan Pembelian Paket Wisata Olahraga *Rafting*

Arus Liar

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu

- c. Analisis deskriptif Variabel  $X_{1,3}$  (*planning and coordination*)
  - d. Analisis deskriptif Variabel  $X_{1,4}$  (*consistent quality and compability*)
  - e. Analisis deskriptif Variabel  $X_{1,5}$  (*Provide distinctive customer benefit*)
  - f. Analisis deskriptif Variabel  $X_{1,6}$  (*Cover all the details*)
2. Analisis deskriptif variabel Y (Proses Keputusan Pembelian)
    - a. Analisis deskriptif Variabel  $Y_{1,1}$  (*Pre-Decision*)
    - b. Analisis deskriptif Variabel  $Y_{1,2}$  (*Decision*)
    - c. Analisis deskriptif Variabel  $Y_{1,3}$  (*Post-purchase Evaluation*)

Tujuan pengolahan data adalah untuk memberikan keterangan yang berguna serta untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan dalam penelitian ini. Dengan demikian, teknik analisis data diarahkan pada pengujian hipotesis serta menjawab masalah yang diajukan.

Proses untuk menguji hipotesis dimana metode analisis yang dilakukan dalam penelitian ini adalah metode analisis verifikatif, maka dilakukan analisis jalur (*path analysis*). Dalam hal ini, analisis jalur digunakan untuk menentukan besarnya pengaruh variabel *independent* (X) terhadap variabel *dependent* (Y) baik secara langsung ataupun tidak langsung. Selain itu juga analisis jalur merupakan satu tipe analisis multivariat untuk mempelajari efek-efek langsung dan tidak langsung dari sejumlah variabel yang dihipotesiskan sebagai variabel sebab (yang disebut *ultimate variabel*) terhadap variabel lainnya yang disebut variabel akibat. Untuk memenuhi persyaratan digunakannya metode analisis jalur maka sekurang-kurangnya data yang diperoleh adalah data interval.

### 3.2.7.2 Pengujian Hipotesis

Selna Sari Purnama Dewi, 2013  
Pengaruh Packaging Terhadap Proses Keputusan Pembelian Paket Wisata Olahraga Rafting



Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah *path analysis* atau analisis jalur. Analisis jalur digunakan untuk menganalisis pola hubungan antar variabel dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh langsung maupun tidak langsung seperangkat variabel bebas terhadap variabel terkait. Setiap pernyataan dari angket terdiri dari lima kategori penilaian, yaitu sebagai berikut:

**TABEL 3.9**  
**ALTERNATIF JAWABAN MENURUT SKALA LINKERT**

Alternatif Jawaban	Skala
Sangat setuju/selalu/sangat positif	5
Setuju/sering/positif	4
Ragu-ragu/kadang-kadang/netral	3
Tidak setuju/hampir tidak pernah/negatif	2
Sangat tidak setuju/tidak pernah	1

Sumber : Sugiyono (2011:94)

Operasi matematika tidak berlaku untuk data ordinal, maka dalam proses merubahnya menjadi data interval dipakai proporsi untuk menentukan nilai dari setiap poin angka ordinal. Proporsi itu akan menjadi dasar besar nilai interval dari nilai ordinalnya. Langkah-langkah dalam teknik analisis data verifikatif dalam penelitian adalah sebagai berikut.

1. *Method of Successive Interval (MSI)*

*Method of Successive Interval* merupakan metode untuk merubah data ordinal menjadi skala interval berurutan menurut Harun Al Rasyid (1994:131). Langkah-langkah untuk melakukan transformasi data tersebut adalah sebagai berikut:

- a. Menentukan frekuensi setiap respon
- b. Menentukan proporsi setiap respon dengan membagi frekuensi dengan jumlah sampel

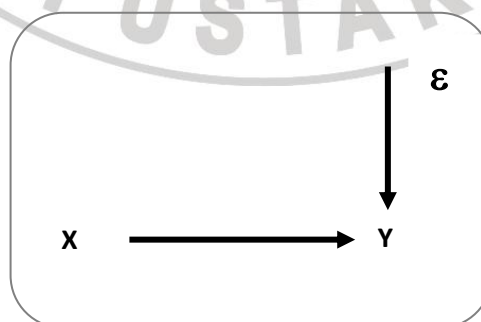
- c. Menjumlahkan proporsi secara berurutan untuk setiap respon sehingga diperoleh proporsi kumulatif
- d. Menentukan nilai batas Z untuk masing-masing proporsi kumulatif yang dianggap menyebar mengikuti sebaran normal baku.
- e. Menghitung *scale value* (SV) untuk masing-masing respon.
- f. Mengubah *scale value* (SV) terkecil menjadi sama dengan satu (1) dan mentransformasikan masing-masing skala menurut perubahan skala terkecil sehingga diperoleh *transformedscale value* (TSV), melalui persamaan berikut:

$$SV = \frac{\text{density at lower limit} - \text{density at upper limit}}{\text{area under pffer limit} - \text{under lower limit}}$$

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

## 2. *Path Analysis* (Analisis Jalur)

Data penelitian yang berskala interval kemudian akan ditentukan pasangan data variabel independen dari semua penelitian. Berdasarkan hipotesis konseptual yang diajukan, terdapat pengaruh antar variabel penelitian. Hipotesis tersebut digambarkan dalam paradigma sebuah penelitian sebagai berikut:



**GAMBAR 3.1**

Selna Sari Purnama Dewi, 2013

Pengaruh Packaging Terhadap Proses Keputusan Pembelian Paket Wisata Olahraga *Rafting*

Arus Liar

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu

### STRUKTUR KAUSAL ANTARA X DAN Y

Keterangan:

**X** = *Packaging*

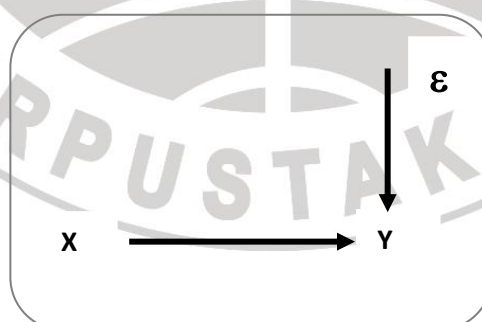
**Y** = Proses Keputusan pembelian

$\varepsilon$  = Epsilon (variabel lain)

Struktur hubungan di atas menunjukkan bahwa *packaging* berpengaruh terhadap proses keputusan pembelian. Selain itu terdapat faktor-faktor lain yang mempengaruhi hubungan antara *packaging* dan proses keputusan pembelian yaitu variabel residu dan dilambangkan dengan  $\varepsilon$ , namun pada penelitian ini variabel tersebut tidak diperhatikan.

Struktur hubungan antara *packaging* (X) dan proses keputusan pembelian (Y) diuji melalui analisis jalur dengan hipotesis yang berbunyi terdapat pengaruh yang signifikan antara *packaging* (X) yang terdiri dari *attraction or demand generator*  $X_{1.1}$ , *value*  $X_{1.2}$ , *planning and coordination*  $X_{1.3}$ , *consistent quality and compability*  $X_{1.4}$ , *distinctive customer benefit*  $X_{1.5}$ , dan *cover all the details*  $X_{1.6}$ , terhadap keputusan pembelian (Y). Pengujian hipotesis dilakukan dengan langkah-langkah sebagai berikut.

1. Menggambar struktur hipotesis



**GAMBAR 3.2**  
**DIAGRAM JALUR HIPOTESIS**

2. Selanjutnya diagram hipotesis di atas diterjemahkan ke dalam beberapa sub hipotesis yang menyatakan pengaruh sub variabel independen yang paling

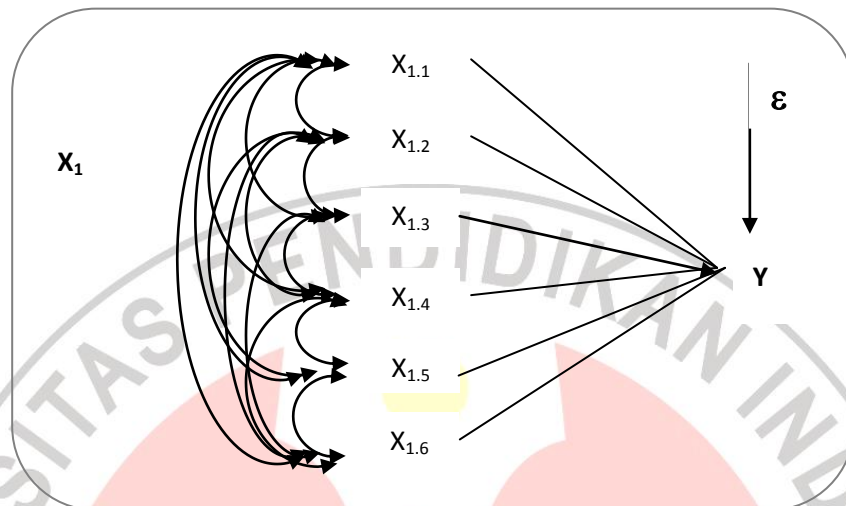
Selna Sari Purnama Dewi, 2013

Pengaruh Packaging Terhadap Proses Keputusan Pembelian Paket Wisata Olahraga *Rafting*

Arus Liar

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu

dominan terhadap variabel dependen. Lebih jelasnya dapat dilihat pada Gambar 3.3 berikut.



**GAMBAR 3.3**  
**JALUR SUB STRUKTUR HIPOTESIS**

**Keterangan:**

- $X_1$  = Packaging
- $X_{1.1}$  = Include Attraction on Demand Generator
- $X_{1.2}$  = Provide Value to Customer
- $X_{1.3}$  = ,Be Well Planned And Coordinated
- $X_{1.4}$  = Offer Consistent Quality and Compability Among Elements
- $X_{1.5}$  = Provide Distinctive Customer Benefit
- $X_{1.6}$  = Cover All The Details
- $X_{1.7}$  = Generate a Profit
- $Y$  = Customer Equity
- $\varepsilon$  = Epsilon (Variabel Lain)

3. Menghitung matriks korelasi antar variabel bebas

$X_{1.1}$	$X_{1.2}$	$X_{1.3}$	$X_{1.4}$	$X_{1.5}$	$X_{1.6}$
1	$r_{X_{1.1} X_{1.2}}$	$r_{X_{1.3} X_{1.1}}$	$r_{X_{1.4} X_{1.1}}$	$r_{X_{1.5} X_{1.1}}$	$r_{X_{1.6} X_{1.1}}$
	1	$r_{X_{1.3} X_{1.2}}$	$r_{X_{1.4} X_{1.2}}$	$r_{X_{1.5} X_{1.2}}$	$r_{X_{1.6} X_{1.2}}$
		1	$r_{X_{1.4} X_{1.3}}$	$r_{X_{1.5} X_{1.3}}$	$r_{X_{1.6} X_{1.3}}$
			1	$r_{X_{1.5} X_{1.4}}$	$r_{X_{1.6} X_{1.4}}$
				1	$r_{X_{1.6} X_{1.5}}$
					1

Selna Sari Purnama Dewi, 2013

Pengaruh Packaging Terhadap Proses Keputusan Pembelian Paket Wisata Olahraga Rafting

Arus Liar

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu



$R_1 =$

4. Identifikasi persamaan sub-struktur hipotesis

Menghitung matriks invers korelasi, sebagai berikut:

$$R_1^{-1} = \begin{bmatrix} X_{1.1} & X_{1.2} & X_{1.3} & X_{1.4} & X_{1.5} & X_{1.6} \\ C_{1.1.1.1} & C_{1.1.1.2} & C_{1.2.1.3} & C_{1.3.1.4} & C_{1.4.1.5} & C_{1.5.1.6} \\ & C_{1.2.1.2} & C_{1.2.1.3} & C_{1.2.1.4} & C_{1.2.1.5} & C_{1.2.1.6} \\ & & C_{1.3.1.3} & C_{1.3.1.4} & C_{1.3.1.5} & C_{1.3.1.6} \\ & & & C_{1.4.1.4} & C_{1.4.1.5} & C_{1.4.1.6} \\ & & & & C_{1.5.1.5} & C_{1.5.1.6} \\ & & & & & C_{1.6.1.6} \end{bmatrix}$$

5. Menghitung semua koefisien jalur melalui rumus

Menghitung matriks invers korelasi sebagai berikut:

$$\begin{bmatrix} Py_{X_{1.1}} \\ Py_{X_{1.2}} \\ Py_{X_{1.3}} \\ Py_{X_{1.4}} \\ Py_{X_{1.5}} \\ Py_{X_{1.6}} \end{bmatrix} = \begin{bmatrix} X_{1.1} & X_{1.2} & X_{1.3} & X_{1.4} & X_{1.5} & X_{1.6} \\ C_{1.1.1.1} & C_{1.1.1.2} & C_{1.1.1.3} & C_{1.1.1.4} & C_{1.1.1.5} & C_{1.1.1.6} \\ & C_{1.1.1.2} & C_{1.1.1.3} & C_{1.1.1.4} & C_{1.1.1.5} & C_{1.1.1.6} \\ & & C_{1.1.1.3} & C_{1.1.1.4} & C_{1.1.1.5} & C_{1.1.1.6} \\ & & & C_{1.1.1.4} & C_{1.1.1.5} & C_{1.1.1.6} \\ & & & & C_{1.1.1.5} & C_{1.1.1.6} \\ & & & & & C_{1.1.1.6} \end{bmatrix} = \begin{bmatrix} ry_{X_{1.1}} \\ ry_{X_{1.2}} \\ ry_{X_{1.3}} \\ ry_{X_{1.4}} \\ ry_{X_{1.5}} \\ ry_{X_{1.6}} \end{bmatrix}$$

Selna Sari Purnama Dewi, 2013

Pengaruh Packaging Terhadap Proses Keputusan Pembelian Paket Wisata Olahraga Rafting

Arus Liar

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu



6. Hitung  $R^2Y (X_{1.1}, X_{1.2}, X_{1.3}, X_{1.4}, X_{1.5}, X_{1.6}, )$  yaitu koefisien yang menyatakan determinasi total  $X_{1.1}, X_{1.2}, X_{1.3}, X_{1.4}, X_{1.5}, X_{1.6}$ , terhadap  $Y$  dengan menggunakan rumus:

$$R^2Y (X_{1.1}, \dots, X_{1.6}) = [P_{YX_{1.1}}, \dots, P_{YX_{1.6}}] \begin{pmatrix} R_{YX_{1.1}} \\ \dots \\ R_{YX_{1.6}} \end{pmatrix}$$

7. Pengujian secara keseluruhan dengan uji F

Keputusan penerimaan atau penolakan  $H_0$

Rumusan hipotesis operasional

$$H_0: P_{YX_{2.1}} = P_{YX_{2.2}} = P_{YX_{2.3}} = 0$$

$H_1$ : sekurang-kurangnya ada sebuah  $P_{YX_i} \neq 0, i= 1, \text{ dan } 2$  statistik uji yang digunakan adalah

$$F = \frac{(n-k-1) \sum_{i=1}^k P_{X_1X_i} r_{X_1X_i}}{k(1 - \sum_{i=1}^k P_{X_1X_i} r_{X_1X_i})}$$

- a. Menguji pengaruh langsung maupun tidak langsung dari setiap variabel

#### Pengaruh $X_1$ Terhadap $Y$

Pengaruh  $X_{1.1}$  terhadap  $Y$

Pengaruh Langsung

$$= P_{YX_{1.1}} \cdot P_{YX_{1.1}}$$

Pengaruh tidak langsung melalui  $(X_{1.2})$

$$= P_{YX_{1.1}} \cdot r_{X_{1.1}X_{1.2}} \cdot P_{YX_{1.2}}$$

Pengaruh tidak langsung melalui  $(X_{1.3})$

$$= P_{YX_{1.1}} \cdot r_{X_{1.1}X_{1.3}} \cdot P_{YX_{1.3}}$$

Pengaruh tidak langsung melalui  $(X_{1.4})$

$$= P_{YX_{1.1}} \cdot r_{X_{1.1}X_{1.4}} \cdot P_{YX_{1.4}}$$

Pengaruh tidak langsung melalui  $(X_{1.5})$

$$= P_{YX_{1.1}} \cdot r_{X_{1.1}X_{1.5}} \cdot P_{YX_{1.5}}$$

Pengaruh tidak langsung melalui  $(X_{1.6})$

$$= P_{YX_{1.1}} \cdot r_{X_{1.1}X_{1.6}} \cdot P_{YX_{1.6}} +$$

$$\text{Pengaruh total } X_{1.1} \text{ terhadap } Y = \dots\dots\dots$$

Pengaruh  $X_{1.2}$  terhadap  $Y$

Pengaruh Langsung

$$= P_{YX_{1.2}} \cdot P_{YX_{1.2}}$$

Pengaruh tidak langsung melalui  $(X_{1.1})$

$$= P_{YX_{1.1}} \cdot r_{X_{1.1}X_{1.2}} \cdot P_{YX_{1.1}}$$

Selna Sari Purnama Dewi, 2013

Pengaruh Packaging Terhadap Proses Keputusan Pembelian Paket Wisata Olahraga Rafting

Arus Liar

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu

$$\begin{aligned}
\text{Pengaruh tidak langsung melalui } (X_{1.3}) &= PYX_{1.1} \cdot rX_{1.1} \cdot X_{1.3} \cdot PYX_{1.3} \\
\text{Pengaruh tidak langsung melalui } (X_{1.4}) &= PYX_{1.1} \cdot rX_{1.1} \cdot X_{1.4} \cdot PYX_{1.4} \\
\text{Pengaruh tidak langsung melalui } (X_{1.5}) &= PYX_{1.1} \cdot rX_{1.1} \cdot X_{1.5} \cdot PYX_{1.5} \\
\text{Pengaruh tidak langsung melalui } (X_{1.6}) &= PYX_{1.1} \cdot rX_{1.1} \cdot X_{1.6} \cdot PYX_{1.6} +
\end{aligned}$$

**Pengaruh total  $X_{1.2}$  terhadap  $Y = \dots\dots\dots$**

$$\begin{aligned}
\text{Pengaruh } X_{1.3} \text{ terhadap } Y & \\
\text{Pengaruh Langsung} &= PYX_{1.3} \cdot PYX_{1.3} \\
\text{Pengaruh tidak langsung melalui } (X_{1.1}) &= PYX_{1.1} \cdot rX_{1.1} \cdot X_{1.1} \cdot PYX_{1.1} \\
\text{Pengaruh tidak langsung melalui } (X_{1.2}) &= PYX_{1.1} \cdot rX_{1.1} \cdot X_{1.2} \cdot PYX_{1.2} \\
\text{Pengaruh tidak langsung melalui } (X_{1.4}) &= PYX_{1.1} \cdot rX_{1.1} \cdot X_{1.4} \cdot PYX_{1.4} \\
\text{Pengaruh tidak langsung melalui } (X_{1.5}) &= PYX_{1.1} \cdot rX_{1.1} \cdot X_{1.5} \cdot PYX_{1.5} \\
\text{Pengaruh tidak langsung melalui } (X_{1.6}) &= PYX_{1.1} \cdot rX_{1.1} \cdot X_{1.6} \cdot PYX_{1.6} +
\end{aligned}$$

**Pengaruh total  $X_{1.3}$  terhadap  $Y = \dots\dots\dots$**

$$\begin{aligned}
\text{Pengaruh } X_{1.4} \text{ terhadap } Y & \\
\text{Pengaruh Langsung} &= PYX_{1.4} \cdot PYX_{1.4} \\
\text{Pengaruh tidak langsung melalui } (X_{1.1}) &= PYX_{1.1} \cdot rX_{1.1} \cdot X_{1.1} \cdot PYX_{1.1} \\
\text{Pengaruh tidak langsung melalui } (X_{1.2}) &= PYX_{1.1} \cdot rX_{1.1} \cdot X_{1.2} \cdot PYX_{1.2} \\
\text{Pengaruh tidak langsung melalui } (X_{1.3}) &= PYX_{1.1} \cdot rX_{1.1} \cdot X_{1.3} \cdot PYX_{1.3} \\
\text{Pengaruh tidak langsung melalui } (X_{1.5}) &= PYX_{1.1} \cdot rX_{1.1} \cdot X_{1.5} \cdot PYX_{1.5} \\
\text{Pengaruh tidak langsung melalui } (X_{1.6}) &= PYX_{1.1} \cdot rX_{1.1} \cdot X_{1.6} \cdot PYX_{1.6} +
\end{aligned}$$

**Pengaruh total  $X_{1.4}$  terhadap  $Y = \dots\dots\dots$**

$$\begin{aligned}
\text{Pengaruh } X_{1.5} \text{ terhadap } Y & \\
\text{Pengaruh Langsung} &= PYX_{1.5} \cdot PYX_{1.5} \\
\text{Pengaruh tidak langsung melalui } (X_{1.1}) &= PYX_{1.1} \cdot rX_{1.1} \cdot X_{1.1} \cdot PYX_{1.1} \\
\text{Pengaruh tidak langsung melalui } (X_{1.2}) &= PYX_{1.1} \cdot rX_{1.1} \cdot X_{1.2} \cdot PYX_{1.2} \\
\text{Pengaruh tidak langsung melalui } (X_{1.3}) &= PYX_{1.1} \cdot rX_{1.1} \cdot X_{1.3} \cdot PYX_{1.3} \\
\text{Pengaruh tidak langsung melalui } (X_{1.4}) &= PYX_{1.1} \cdot rX_{1.1} \cdot X_{1.4} \cdot PYX_{1.4} \\
\text{Pengaruh tidak langsung melalui } (X_{1.6}) &= PYX_{1.1} \cdot rX_{1.1} \cdot X_{1.6} \cdot PYX_{1.6} +
\end{aligned}$$

**Pengaruh total  $X_{1.5}$  terhadap  $Y = \dots\dots\dots$**

$$\begin{aligned}
\text{Pengaruh } X_{1.6} \text{ terhadap } Y & \\
\text{Pengaruh Langsung} &= PYX_{1.6} \cdot PYX_{1.6} \\
\text{Pengaruh tidak langsung melalui } (X_{1.1}) &= PYX_{1.1} \cdot rX_{1.1} \cdot X_{1.1} \cdot PYX_{1.1} \\
\text{Pengaruh tidak langsung melalui } (X_{1.2}) &= PYX_{1.1} \cdot rX_{1.1} \cdot X_{1.2} \cdot PYX_{1.2} \\
\text{Pengaruh tidak langsung melalui } (X_{1.3}) &= PYX_{1.1} \cdot rX_{1.1} \cdot X_{1.3} \cdot PYX_{1.3} \\
\text{Pengaruh tidak langsung melalui } (X_{1.4}) &= PYX_{1.1} \cdot rX_{1.1} \cdot X_{1.4} \cdot PYX_{1.4}
\end{aligned}$$

$$\text{Pengaruh tidak langsung melalui } (X_{1.5}) = PYX_{1.1} \cdot rX_{1.1} \cdot X_{1.5} \cdot PYX_{1.5} +$$

**Pengaruh total  $X_{1.6}$  terhadap  $Y = \dots\dots\dots$**

- b. Menghitung pengaruh variabel lain ( $\epsilon$ ) dengan rumus sebagai berikut.

$$P_{X2\epsilon} = \sqrt{1 - R^2_{X2(X1.1, X1.2, \dots, X1.6)}}$$

8. Pengujian secara individual dengan uji t

Hasil  $F_{hitung}$  dibandingkan dengan tabel distribusi F-Snedecor, apabila  $F_{hitung} \geq F_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak dengan demikian dapat diteruskan pada pengujian secara individual, statistik yang digunakan adalah :

$$t = \frac{P_{X1Xi} - P_{X1Xj}}{\sqrt{\frac{(1 - R^2_{Y(X1.1, X1.2, \dots, X1.6)})(C_{ii} + C_{ij} + C_{jj})}{(n - k - 1)}}$$

t mengikuti distribusi t-student dengan derajat kebebasan n-k-1.

Hasil  $F_{hitung}$  dibandingkan dengan tabel distribusi F-Snedecor, apabila  $F_{hitung} \geq F_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak dengan demikian dapat diteruskan pada pengujian secara individual, statistik yang digunakan adalah :

$$t = \frac{P_{X1Xi} - P_{X1Xj}}{\sqrt{\frac{(1 - R^2_{2(X1.1, X1.2, X1.3, X1.4, X1.5)})(C_{ii} + C_{ij} + C_{jj})}{(n - k - 1)}}$$

t mengikuti distribusi t-student dengan derajat kebebasan n-k-1.

Langkah-langkah teknik analisis data di atas, dibantu dengan menggunakan Software program SPSS Versi 20 yaitu menguji pengaruh variabel *Packaging* (X) yang terdiri dari *attraction or demand generator* ( $X_{1.1}$ ), *value* ( $X_{1.2}$ ), *planning and coordination* ( $X_{1.3}$ ), *consistent quality and compability* ( $X_{1.4}$ ), *distinctive customer benefit* ( $X_{1.5}$ ), dan *cover all the details* ( $X_{1.6}$ ), terhadap proses keputusan pembelian (Y).

Kriteria pengambilan keputusan pengujian hipotesis secara statistik dalam rangka pengambilan keputusan penerimaan atau penolakan hipotesis menurut Sugiyono (2010:252) dapat ditulis sebagai berikut:

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

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

**Selna Sari Purnama Dewi, 2013**

Pengaruh *Packaging* Terhadap Proses Keputusan Pembelian Paket Wisata Olahraga *Rafting*

Pada taraf kesalahan 0,1 dengan derajat kebebasan dk (n-2) serta pada uji satu pihak, yaitu uji pihak kanan. Secara statistik, hipotesis yang akan diuji dalam rangka pengambilan keputusan penerimaan atau penolakan hipotesis dapat ditulis sebagai berikut:

$H_1: \rho = 0$ , artinya tidak terdapat pengaruh antara *packaging* (X) yang terdiri dari *attraction or demand generator* ( $X_{1.1}$ ), *value* ( $X_{1.2}$ ), *planning and coordination* ( $X_{1.3}$ ), *consistent quality and compability* ( $X_{1.4}$ ), *distinctive customer benefit* ( $X_{1.5}$ ), dan *cover all the details* ( $X_{1.6}$ ), terhadap proses keputusan pembelian (Y) paket wisata olahraga *rafting* Arus Liar.

$H_a: \rho > 0$ , artinya terdapat pengaruh antara *packaging* (X) yang terdiri dari *attraction or demand generator* ( $X_{1.1}$ ), *value* ( $X_{1.2}$ ), *planning and coordination* ( $X_{1.3}$ ), *consistent quality and compability* ( $X_{1.4}$ ), *distinctive customer benefit* ( $X_{1.5}$ ), dan *cover all the details* ( $X_{1.6}$ ), terhadap keputusan pembelian (Y), terhadap proses keputusan pembelian (Y) paket wisata olahraga *rafting* ke Arus Liar.