

BAB III

OBJEK DAN METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis mengenai upaya meningkatkan keputusan pembelian wisatawan di Bale Seni Barli Kota Baru Parahyangan melalui paket wisata. Menurut Sugiono (2013:38) variabel penelitian adalah segala suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Adapun yang menjadi variabel bebas yaitu *packaging* (X) yang memiliki lima buah variabel yaitu *attractions or demand generators* (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 *covers all the details* (X_{1.6}). Sedangkan keputusan pembelian (Y) sebagai variabel terikat yang memiliki dimensi pemilihan produk atau jasa, jumlah pembelian, persyaratan dan waktu pembelian, persyaratan pelayanan, dan metode pembayaran. Responden dalam penelitian ini adalah instansi sekolah yang telah menggunakan paket wisata di Bale Seni-Barli Kota Baru Parahyangan.

Adapun yang menjadi objek penelitian ini adalah tanggapan pengunjung di Bale Seni Barli-Kota Baru Parahyangan mengenai *packaging* terhadap keputusan pembelian paket wisata. Sedangkan yang menjadi unit analisis (responden) dalam penelitian ini adalah wisatawan yang menggunakan paket wisata di Bale Seni Barli-Kota Baru Parahyangan.

Penelitian ini dilakukan dalam kurun waktu kurang dari satu tahun, maka metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah *cross sectional method*, yaitu “Metode penelitian dengan cara memperbaiki objek dalam kurun waktu tertentu atau tidak berkesinambungan dalam jangka panjang” (Husain Umar, 2010:54).

Berdasarkan objek penelitian tersebut, penelitian ini akan menganalisis mengenai

Mickey Andrea Yunus, 2015
PENGARUH PACKAGING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PAKET WISATA DI BALE SENI BARLI-KOTA BARU PARAHYANGAN

pengaruh *package* yang ditawarkan Bale Seni Barli Kota Baru Parahyangan terhadap proses keputusan pembelian wisatawan.

3.2 Metode Penelitian

3.2.1 Jenis Penelitian dan Metode 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.” Tujuan dari penelitian deskriptif adalah untuk memperoleh gambaran mengenai *packaging* dan keputusan pembelian paket wisata di Bale Seni Barli-Kota Baru Parahyangan. Sedangkan verifikatif menurut Sugiyono (2012:54), adalah “penelitian yang membandingkan keberadaan salah 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 dilapangan, dalam penelitian ini akan di uji mengenai *packaging* yang ditawarkan Bale Seni Barli Kota Baru Parahyangan terhadap proses keputusan pembelian wisatawan.

3.2.1.2 Metode yang Digunakan

Berdasarkan jenis penelitiannya, penelitian ini berjenis deskriptif yang menggambarkan hubungan variabel yang saling mempengaruhi. Menurut Sugiyono (2011:59) penelitian deskriptif adalah penelitian yang tidak membuat perbandingan variabel itu pada sampel lain, dan mencari hubungan variabel dengan variabel lain. Sedangkan menurut Firdaus (2012:16) berpendapat riset atau penelitian deskriptif mempunyai ciri dominan yaitu menjelaskan karakteristik satu variabel tertentu secara terstruktur dan spesifik, dimana data yang dianalisis berupa data sekunder atau hasil observasi yang relatif banyak. penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mempengaruhi gambaran pengaruh *packaging* dengan sub variabel diantaranya *attractions or demand-generators, value,*

Mickey Andrea Yunus, 2015

PENGARUH PACKAGING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PAKET WISATA DI BALE SENI BARLI-KOTA BARU PARAHYANGAN

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

planning and coordination, consistent quality and compability, distinctive customer benefit, dan cover all details terhadap keputusan pembelian yang terdiri dari pilihan produk dan jasa, jumlah pembelian, persyaratan dan waktu pengiriman, metode pembayaran, dan persyaratan pembayaran, tetapi dalam penelitian ini persyaratan pembayaran tidak diteliti.

Penelitian ini berjenis verifikatif, karena dalam penelitian ini menguji suatu kebenaran teori yang digunakan sesuai dengan fenomena yang terjadi di lapangan dan penelitian ini juga menguji kebenaran pengumpulan data dengan menggunakan data primer dan sekunder. Menurut Kuntjojo (2009:9) penelitian verifikatif merupakan penelitian yang dilakukan dengan tujuan membuktikan kebenaran suatu teori pada waktu dan tempat tertentu. Penelitian yang bersifat verifikatif ini pada dasarnya mempunyai maksud ingin mengetahui pengaruh packaging terhadap keputusan pembelian ke Bale Seni Barli-Kota Baru Prahyanan.

Penelitian ini juga menggunakan metode berjenis *survey explanatory*. Menurut Kerlinger dalam Sugiyono (2010:75), yang dimaksud metode survei, yaitu metode 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.

Penelitian ini dilakukan pada kurun waktu tertentu, maka metode yang digunakan adalah *cross section method*, menurut Sekaran (2006:315) penelitian *cross sectional* adalah penelitian dimana data dikumpulkan hanya sekali yang dilakukan selama periode hari, minggu atau bulan untuk menjawab pertanyaan peneliti. Pada penelitian dengan metode ini informasi dari sebagian populasi dikumpulkan langsung ditempat kejadian secara empirik dengan tujuan untuk mengetahui pendapat dari sebagian populasi terhadap objek yang diteliti.

3.2.2 Operasionalisasi Variabel

Adapun variabel yang diteliti dalam penelitian ini adalah *packaging* (X) sebagai variabel bebas, yang memiliki lima buah variabel yaitu *attractions or Mickey Andrea Yunus, 2015*

PENGARUH PACKAGING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PAKET WISATA DI BALE SENI BARLI-KOTA BARU PRAHYANGAN

demand generators ($X_{1.1}$), *value* ($X_{1.2}$), *planning and coordination* ($X_{1.3}$), *consistent quality and compability* ($X_{1.4}$), *distinctive customer benefit* ($X_{1.5}$), dan *covers all the details* ($X_{1.6}$). Sedangkan keputusan pembelian (Y) sebagai variabel terikat. Pengoperasian dari kedua variabel yang dijadikan objek pada penelitian ini menggunakan skala ordinal. Secara lebih rinci dapat dilihat pada Tabel 3.1 sebagai berikut:

TABEL 3.1
OPERASIONALISASI VARIABEL PENELITIAN

Variabel (1)	Sub-variabel (2)	Konsep (3)	Indikator (4)	Ukuran (5)	Skala (6)	No Item (7)
Packaging (X)	<i>Packaging is the combination of related and complementary services into a single-price offering.</i> Artinya: paket adalah kombinasi antara beberapa jasa yang saling melengkapi ke dalam satu harga penawaran (Morrison, 2010:392)					
	<i>Attractions or Demand-Generators</i> ($X_{1.1}$)	Setiap paket wisata yang dibuat harus memiliki dua atau lebih atraksi wisata yang dikemas menarik untuk menciptakan permintaan dari wisatawan (Morrison, 2010:412)	<i>Core Attractions</i>	Tingkat kemenarikan paket yang ditawarkan di Bale Seni Barli-Kota Baru Parahyangan	Ordinal	1
				Tingkat kemenarikan lamanya waktu/durasi paket wisata	Ordinal	2
				Tingkat kejelasan pemandu dalam memberikan arahan kepada peserta	Ordinal	3
			<i>Arrangements</i>	Tingkat kemenarikan susunan kegiatan dalam paket wisata yang ditawarkan	Ordinal	4
	<i>Value</i> ($X_{1.2}$)	Pembelian paket wisata dilakukan karena mereka berasumsi akan menerima nilai yang lebih besar untuk setiap beban perjalanan yang dikeluarkan (Morrison, 2010:412)	<i>Greater Value</i>	Tingkat besarnya manfaat yang diterima dari paket wisata	Ordinal	5
				Tingkat kesesuaian harga dengan pengorbanan yang dikeluarkan	Ordinal	6

Mickey Andrea Yunus, 2015
PENGARUH PACKAGING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PAKET WISATA DI BALE SENI BARLI-KOTA BARU PARAHYANGAN

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

Variabel (1)	Sub-variabel (2)	Konsep (3)	Indikator (4)	Ukuran (5)	Skala (6)	No Item (7)
				Tingkat besarnya manfaat yang dirasakan dibandingkan dengan pengorbanan yang dikeluarkan	Ordinal	7
	<i>Planning and Coordination</i> (X _{1.3})	Keberhasilan suatu paket wisata tergantung dari kesiapan rencana dan koordinasi yang baik diantara unsur-unsurnya (Morrison, 2010:418)	<i>Planning and Concept</i>	Tingkat kesesuaian konsep paket wisata dengan tema/tujuan kegiatan	Ordinal	8
			<i>Enjoyable Experience</i>	Tingkat koordinasi antara elemen-elemen paket wisata untuk menciptakan kesan yang menyenangkan	Ordinal	9
				Tingkat konsistensi kualitas pelayanan dari pemandu	Ordinal	10
	<i>Consistent Quality and Compability</i> (X _{1.4})	Wisatawan melakukan pembelian paket wisata karena mengharapkan konsistensi dalam kualitas produk/jasa yang ditawarkan (Morrison, 2010:417)				
			<i>Compability in Their Elements</i>	Tingkat keamanan menggunakan media pada paket wisata	Ordinal	11
				Tingkat kebersihan area	Ordinal	12
				Tingkat kebersihan media pada paket wisata	Ordinal	13
	<i>Distinctive Customer Benefit</i> (X _{1.5})	Paket wisata yang ditawarkan harus memberikan manfaat seperti pemberdayaan fasilitas dan penciptaan pengalaman yang menyimpan kesan positif dan berbeda dari destinasi wisata lainnya (Morrison, 2010:418)	<i>Feature or Programs</i>	Tingkat keragaman paket wisata	Ordinal	14
					Tingkat kemenarikan perlengkapan kegiatan yang dibutuhkan wisatawan	Ordinal

Mickey Andrea Yunus, 2015

PENGARUH PACKAGING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PAKET WISATA DI BALE SENI BARLI-KOTA BARU PARAHYANGAN

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

Variabel (1)	Sub-variabel (2)	Konsep (3)	Indikator (4)	Ukuran (5)	Skala (6)	No Item (7)
	<i>Cover All Details</i> (X _{1.6})	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 Police Detail</i>	Tingkat ketersediaan informasi transaksi pembelian paket (<i>booking procedure, cancellation, refund, MOU, dll</i>)	Ordinal	16
<i>Providing Complete Information on All Package Elements</i>			Tingkat ketersediaan alat-alat media dalam paket untuk melengkapi kebutuhan	Ordinal	17	
			Tingkat kemenarikan paket dalam <i>special rate</i> (potongan harga/diskon)	Ordinal	18	
Keputusan Pembelian (Y)	"Perilaku pembeli bisnis adalah perilaku yang pembelian organisasi yang membeli barang dan jasa untuk digunakan dalam produksi pesanan produk dan jasa yang dijual, disewakan, atau dipasok ke lainnya untuk mendapatkan laba." Kotler dan Armstrong (2012:201)					
			Pilihan Produk/jasa	Tingkat Kualitas paket wisata dibandingkan dengan DTW lainnya	Ordinal	19
				Tingkat keunikan paket wisata dibandingkan dengan DTW lainnya	Ordinal	20
				Daya tarik paket wisata dibandingkan dengan DTW lainnya	Ordinal	21
			Jumlah Pembelian	Tingkat jumlah paket wisata yang dibutuhkan wisatawan	Ordinal	22
				Tingkat jumlah varian paket wisata yang dibutuhkan wisatawan	Ordinal	23
				Tingkat pemilihan berdasarkan pengalaman berkunjung ke Bale Seni Barli-Kota Baru	Ordinal	24

Mickey Andrea Yunus, 2015

PENGARUH PACKAGING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PAKET WISATA DI BALE SENI BARLI-KOTA BARU PARAHYANGAN

Variabel (1)	Sub-variabel (2)	Konsep (3)	Indikator (4)	Ukuran (5)	Skala (6)	No Item (7)
				Parahyangan		
			Persyaratan Pelayanan	Tingkat kemampuan Bale Seni Barli-Kota Baru Parahyangan terhadap pelayanan yang diinginkan	Ordinal	25
			Persyaratan dan Waktu Pembelian	Waktu berkunjung pada saat libur sekolah/nasional, <i>weekend</i> /akhir pekan	Ordinal	26
				Waktu berkunjung pada saat <i>weekdays</i> /hari kerja	Ordinal	27
			Metode pembayaran	Kemudahan pada saat melakukan pembayaran	Ordinal	28

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2014

3.2.3 Jenis dan Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini 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. 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 maupun kausal dengan menggunakan metode pengumpulan data berupa survei ataupun observasi. Dalam penelitian ini sumber data primer diperoleh dari kuesioner yang disebarakan kepada sejumlah responden yang sesuai dengan target pasar sasaran perusahaan dan dianggap mewakili seluruh populasi dalam penelitian ini adalah pengunjung Bale Seni Barli-Kota Baru Parahyangan.

Mickey Andrea Yunus, 2015

PENGARUH PACKAGING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PAKET WISATA DI BALE SENI BARLI-KOTA BARU PARAHYANGAN

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

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, perpustakaan maupun lembaga pendidikan, membeli dari perusahaan-perusahaan yang memang mengkhususkan diri untuk menyajikan data sekunder.

Berikut ini adalah data dan sumber data yang digunakan dalam penelitian, maka penulis mengumpulkan dan menyajikan dalam Tabel 3.2 sebagai berikut:

TABEL 3.2
JENIS DAN SUMBER DATA

No	Data	Jenis Data	Sumber Data	Digunakan Untuk Tujuan Penelitian		
				T-1	T-2	T-3
1	Profil Bale Seni Barli-Kota Baru Parahyangan	Sekunder	Bale Seni Barli-Kota Baru Parahyangan	-	-	-
2	Tingkat Kunjungan Bale Seni Barli-Kota Baru Parahyangan	Sekunder	Bale Seni Barli-Kota Baru Parahyangan	-	-	-
3	Strategi Pemasaran yang dilaksanakan oleh Bale Seni Barli-Kota Baru Parahyangan	Sekunder	Bale Seni Barli-Kota Baru Parahyangan	-	-	-
4	Tanggapan responden mengenai paket wisata Bale Seni Barli-Kota	Primer	Pengunjung Bale Seni Barli-Kota	√	-	√

Mickey Andrea Yunus, 2015

PENGARUH PACKAGING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PAKET WISATA DI BALE SENI BARLI-KOTA BARU PARAHYANGAN

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

No	Data	Jenis Data	Sumber Data	Digunakan Untuk Tujuan Penelitian		
				T-1	T-2	T-3
	Baru Parahyangan		Baru Parahyangan			
5	Tanggapan responden mengenai keputusan pembelian paket wisata	Primer	Pengunjung Bale Seni Barli-Kota Baru Parahyangan	-	√	√

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2014

Keterangan:

- T-1 : Untuk mengetahui tanggapan mengenai *packaging* di Bale Seni Barli-Kota Baru Parahyangan.
- T-2 : Untuk mengetahui keputusan pembelian paket wisata. (pengunjung yang datang dan menggunakan paket wisata di Bale Seni Barli-Kota Baru Parahyangan).
- T-3 : Untuk menjelaskan seberapa besar *packaging* dapat mempengaruhi keputusan pembelian paket wisata pada pengunjung Bale Seni Barli-Kota Baru Parahyangan.

3.2.4 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

3.2.4.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2010:80) “populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”. Populasi berkaitan dengan kelompok orang, peristiwa, atau benda yang menjadi pusat peneliti untuk diteliti. Populasi bukan hanya sekedar orang, tetapi juga

Mickey Andrea Yunus, 2015

PENGARUH PACKAGING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PAKET WISATA DI BALE SENI BARLI-KOTA BARU PARAHYANGAN

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

benda-benda alam yang lainnya. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada objek itu, tetapi meliputi seluruh karakteristik atau sifat yang dimiliki objek atau subjek itu.

Populasi yang menjadi sasaran penelitian, yaitu populasi yang nantinya akan menjadi cakupan kesimpulan penelitian, dalam penelitian ini adalah instansi pendidikan yang telah menggunakan palet wisata di Bale Seni Barli-Kota Baru Parahyangan. Tabel 3.3. jumlah jenis wisatawan yang berkunjung ke Bale Seni Barli-Kota Baru Parahyangan, sebagai berikut:

TABEL 3.3
JUMLAH PENGGUNA PAKET WISATA DI BALE SENI BARLI-KOTA
BARU PARAHYANGAN TAHUN 2013

NO	TAHUN	PENGGUNA PAKET WISATA		
		<i>STUDY TOUR</i>	<i>TRAVEL</i>	<i>FAMILY</i>
1	2013	71	13	9

Sumber: Bale Seni Barli-Kota Baru Parahyangan, 2014

Tabel 3.3 maka populasi pengunjung Bale Seni Barli-Kota Baru Parahyangan yang menjadi target pasar utama adalah wisatawan *study tour* berdasarkan persentase perkembangan yang selalu positif, dan merupakan penyumbang terbesar pada pemakaian paket dibandingkan dengan jenis wisatawan lainnya, yaitu sebesar 92,35%. Maka jumlah populasi yang akan diteliti pada penelitian ini adalah sebanyak 71 instansi Pendidikan.

3.2.4.2 Sampel

Pada populasi tidak seluruh anggota populasi harus diukur, tetapi sebagian saja, oleh karena adanya keterbatasan kemampuan yang dimiliki penulis serta keterbatasan dana dan waktu yang diperlukan seperti apa yang dikemukakan oleh Sugiyono (2010:81) pengertian “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 ditunjukkan untuk memudahkan peneliti dalam melakukan penelitian.

Untuk menghitung sampel dilakukan dengan menggunakan rumus Slovin (Husein Umar, 2009:78) yaitu sebagai berikut:

Mickey Andrea Yunus, 2015
PENGARUH PACKAGING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PAKET
WISATA DI BALE SENI BARLI-KOTA BARU PARAHYANGAN

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

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

Keterangan:

n = Ukuran Sampel

N = Ukuran Populasi

e = Kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan sampel yang dapat ditolerir adalah 10%

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

$$\begin{aligned} n &= \frac{71}{1 + 71 \cdot 0.1^2} \\ &= \frac{71}{1,71} = 41.52 \approx 42 \end{aligned}$$

Berdasarkan hasil perhitungan di atas, diperoleh hasil sampel sebesar 42, maka sampel dalam penelitian ini yang merupakan instansi pendidikan yang telah menggunakan paket wisata di Bale Seni Barli-Kota Baru Parahyangan sebanyak 42 responden.

3.2.4.3 Teknik Sampling

Menurut Sugiyono (2012:56), “teknik sampling merupakan teknik pengambilan sampel”. Teknik *sampling* merupakan teknik pengambilan sampel untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian, terdapat berbagai macam teknik sampling yang digunakan. Teknik sampling pada dasarnya dapat dikelompokkan menjadi dua, yaitu teknik penarikan sampel probabilitas dan teknik penarikan sampel non-probabilitas.

Probabilitas *sampling*, meliputi *sampling* acak sederhana (*simple random sampling*), *proportionate stratified random sampling*, *disproportionate stratified random sampling*, *systematic random sampling*, dan *sampling* bergugus (*cluster sampling*). Sedangkan non-probabilitas *sampling* meliputi *sampling sistematis*, *sampling quota*, *sampling incidental*, *purposive sampling*, *sampling* jenuh, dan *snowball sampling*.

Mickey Andrea Yunus, 2015

PENGARUH PACKAGING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PAKET WISATA DI BALE SENI BARLI-KOTA BARU PARAHYANGAN

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

Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik penarikan sampling probabilitas, yaitu *systematic random sampling*. Menurut Sugiyono (2012:64) “*systematic random sampling* merupakan pengambilan anggota sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada pada populasi tersebut. Penelitian ini menggunakan teknik *systematic random sampling*.”

Penggunaan teknik *systematic random sampling* pada penelitian ini menggunakan kerangka sampel yang merupakan daftar yang memuat seluruh elemen/anggota populasi, sebagai dasar penarikan sampel random (Setiawan, 2005:1). Berikut nama-nama rombongan instansi pendidikan yang dijadikan sampel yang tersaji pada Tabel 3.5.

TABEL 3.4
DAFTAR SAMPEL ROMBONGAN INSTANSI PENDIDIKAN YANG
BERKUNJUNG KE BALE SENI BARLI-KOTA BARU PARAHYANGAN
TAHUN 2014

No	Nama Sekolah	No	Nama Sekolah
1.	SMP Bina Insani - Jakarta	22	SMK N 3 Tasikmalaya
2	TK Penabur International - Bandung	23	SD Bakti Asih - Bandung
3	SD Lab UPI Cibiru - Bandung	24	TK Darul Hikam - Bandung
4	SMP Al - Azhar 3 - Bintaro	25	SD Rempoa 3 - Tangerang Selatan
5	MAN Insan Cendekia - Serpong Tangerang	26	Bina Bangsa school - Bandung
6	SMP IPEKA - Jakarta	27	SMP N 1 Cileungsi - Bogor
7	SMP N 7 - Sukabumi	28	SMP PGRI Bogor
8	MTs Muhammdiyah I Ciputat - Tangerang Selatan	29	SMP N 4 Bogor
9	SMA KORPRI - Bekasi	30	SMP Salman Al Farisi - Bandung
10	SD Santa Ursula - Bandung	31	TK Gagas Ceria - Bandung

Mickey Andrea Yunus, 2015
PENGARUH PACKAGING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PAKET
WISATA DI BALE SENI BARLI-KOTA BARU PARAHYANGAN

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

No	Nama Sekolah	No	Nama Sekolah
11	SD Soka 34 - Bandung	32	SD Pelita Nusantara - Bandung
12	SMA N 3 - Cirebon	33	SMP IP Biatul Maal - Tangerang
13	SD Ar-Raffi - Bandung	34	SMP Ipeka International - Jakarta
14	Bina Nusantara International School - Jakarta	35	SMP Dian Harapan - Jakarta
15	SMP N 70 - Jakarta	36	MI Al Islamiah - Padalarang
16	SD Al - Muslim Bekasi	37	TK AL Gharbiyah - Padalarang
17	SD Bani Saleh 5 - Bekasi	38	SD Santa Lusia - bekasi
18	SD Pelita - Bandung	39	SD Gugus Ciparay - Bandung
19	SD Tunas Harapan - Bandung	40	TK Taman Alif - Cimahi
20	TK Super Nova - Bandung	41	TK AULIA Cimahi
21	SMA N 2 - Bandar Lampung	42	SD Cibiru 5 Bandung

Sumber: Pengolahan Data 2014

Berdasarkan daftar rombongan instansi pendidikan yang berkunjung ke Bale Seni Barli-Kota Baru arahyangan yang tersaji pada Tabel 3.5, maka guru mata pelajaran Seni Rupa yang bertindak sebagai pengambil keputusan pembelian ke daya tarik wisata tersebut yang akan dijadikan responden yang mewakili setiap sekolahnya untuk memberikan tanggapan.

3.2.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan suatu proses pengadaan untuk keperluan penelitian dimana data yang terkumpul adalah untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Wawancara. Wawancara sebagai teknik langsung dengan pihak Bale Seni Barli-Kota Baru Parahyangan untuk memperoleh data mengenai pengembangan *packaging* untuk menciptakan keputusan menggunakan paket wisata.

Mickey Andrea Yunus, 2015

PENGARUH PACKAGING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PAKET WISATA DI BALE SENI BARLI-KOTA BARU PARAHYANGAN

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

2. Observasi. Observasi berupa pengamatan langsung terhadap objek penelitian khususnya mengenai strategi-strategi yang dilakukan dan pengaruhnya terhadap keputusan pembelian paket wisata di Bale Seni Barli-Kota Baru Parahyangan.
3. Angket. Angket merupakan teknik pengumpulan data melalui penyebaran seperangkat daftar pertanyaan tertulis kepada responden yang menjadi sampel penelitian. Angket berisi pertanyaan mengenai pelaksanaan program *packaging*.
4. Studi literatur. Studi literatur merupakan usaha untuk mengumpulkan informasi yang berhubungan dengan teori-teori yang ada kaitannya dengan masalah dan variable-variabel yang diteliti yang terdiri dari *packaging* dan keputusan menggunakan paket wisata.

3.2.6 Pengujian Hasil Validitas dan Reliabilitas

3.2.6.1 Pengujian Hasil Validitas

Data mempunyai kedudukan penting dalam penelitian karena data merupakan penggambaran dari variable yang diteliti dan mempunyai fungsi sebagai pembentuk hipotesis. Oleh karena itu mutu hasil penelitian ditentukan oleh benar tidaknya atau kevalidan data. Menurut Sugiyono (2012: 117), “validitas 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, yaitu yang menentukan validitas dengan cara mengkorelasikan antara skor yang diperoleh dari masing-masing item berupa pertanyaan dengan skor totalnya. Skor total ini merupakan nilai yang diperoleh dari penjumlahan semua skor item. Korelasi antara skor item dengan skor totalnya harus signifikan. Berdasarkan ukuran statistik, bila ternyata skor semua item yang disusun

Mickey Andrea Yunus, 2015

PENGARUH PACKAGING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PAKET WISATA DI BALE SENI BARLI-KOTA BARU PARAHYANGAN

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

berdasarkan dimensi konsep berkorelasi dengan skor totalnya, maka dapat dikatakan bahwa alat ukur tersebut mempunyai validitas.

Adapun rumus yang digunakan untuk menghitung kevalidan dari suatu instrumen adalah rumus korelasi *product moment* yang dikemukakan oleh Pearson sebagai berikut:

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

(Sumber: Sugiyono (2011:183))

Keterangan :

- r = 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 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 r_{hitung} lebih kecil dari r_{tabel} ($r_{hitung} < r_{tabel}$).

Perhitungan validitas item instrument dilakukan dengan bantuan program SPSS 20 (*Statistical Product for Service Solution*) for windows. Untuk mengadakan interpretasi mengenai koefisien korelasi menurut Sugiyono (2011:184) dapat dilihat pada Tabel 3.4 berikut.

TABEL 3.5

Mickey Andrea Yunus, 2015

PENGARUH PACKAGING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PAKET WISATA DI BALE SENI BARLI-KOTA BARU PARAHYANGAN

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

INTERPRETASI BESARNYA KOEFISIEN KORELASI

NO	BESARNYA NILAI	INTERPRETASI
1	0,00 – 0,199	Sangat Rendah
2	0,20 – 0,399	Rendah
3	0,40 – 0,599	Sedang
4	0,60 – 0,799	Kuat
5	0,80 – 1,000	Sangat Kuat

Sumber: Sugiyono (2011:184)

Sedangkan pengujian keberartian koefisien korelasi (t) dilakukan dengan taraf signifikansi 10%. Rumus uji t yang digunakan sebagai:

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

(Husein Umar, 2009:132)

Keputusan pengujian validitas item instrumen, menggunakan taraf signifikansi adalah sebagai berikut :

1. Nilai r dibandingkan dengan nilai r_{tabel} dengan $dk = n-2$ dan taraf signifikansi $\alpha = 0,10$
2. Item pertanyaan yang diteliti dikatakan valid, jika $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$
3. Item pertanyaan yang diteliti dikatakan tidak valid, jika $r_{\text{hitung}} < r_{\text{tabel}}$
4. Berdasarkan jumlah angket yang diuji sebanyak 30 responden dengan tingkat signifikansi 10% dan derajat kebebasan (dk) $n-2$, $(30-2=28)$, maka didapat nilai r_{tabel} sebesar 0,306.

Perhitungan validitas item instrumen dilakukan dengan bantuan program SPSS 20 *for windows*. Berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan SPSS 20 *for windows* diperoleh hasil pengujian validitas dari item pertanyaan yang diajukan peneliti. Berikut ini adalah hasil pengujian validitas dari item pertanyaan yang diajukan peneliti.

TABEL 3.6

Mickey Andrea Yunus, 2015

PENGARUH PACKAGING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PAKET WISATA DI BALE SENI BARLI-KOTA BARU PARAHYANGAN

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

**HASIL PENGUJIAN VALIDITAS VARIABEL (X) PACKAGING dan
VARIABEL (Y) KEPUTUSAN PEMBELIAN**

NO	Item Pertanyaan	rHitung	rTabel	Keterangan
Packaging				
<i>Attraction or Demand-Generators</i>				
1	Daya tarik paket wisata di Bale Seni Barli-Kota Baru Parahyangan	0,721	0,306	Valid
2	Daya tarik lamanya waktu/durasi kegiatan di Bale Seni Barli-Kota Baru Parahyangan	0,767	0,306	Valid
3	Kejelasan pemandu dalam memberikan arahan kepada peserta	0,584	0,306	Valid
4	Daya tarik susunan kegiatan paket wisata	0,516	0,306	Valid
<i>Provide Value to The Customer</i>				
5	Besarnya manfaat yang diterima dari paket wisata	0,770	0,306	Valid
6	Besarnya pengorbanan secara moneter maupun non moneter yang dikeluarkan	0,720	0,306	Valid
7	Kesesuaian harga dengan pengorbanan yang dikeluarkan	0,772	0,306	Valid
<i>Planning and Coordination</i>				
8	Kesesuaian konsep paket dengan tema/tujuan kegiatan	0,802	0,306	Valid
9	Koordinasi antara elemen-elemen paket wisata untuk menciptakan kesan yang menyenangkan	0,848	0,306	Valid
10	Konsistensi kualitas pelayanan dari pemandu	0,783	0,306	Valid
<i>Consistent Quality and Compability</i>				
11	Keamanan menggunakan media dalam paket wisata	0,718	0,306	Valid
12	Kebersihan area	0,741	0,306	Valid
13	Kebersihan media dalam paket wisata	0,767	0,306	Valid
<i>Distinctive Customer Benefit</i>				
14	Keragaman Paket Wisata	0,798	0,306	Valid

Mickey Andrea Yunus, 2015

**PENGARUH PACKAGING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PAKET
WISATA DI BALE SENI BARLI-KOTA BARU PARAHYANGAN**

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

NO	Item Pertanyaan	rHitung	rTabel	Keterangan
15	Kemenarikan perlengkapan kegiatan yang dibutuhkan wisatawan	0,818	0,306	Valid
Cover All Details				
16	Ketersediaan informasi transaksi pembelian paket wisata (<i>booking procedure, cancellation, refund, MOU, dll</i>)	0,663	0,306	Valid
17	Ketersediaan alat-alat media dalam program untuk melengkapi kebutuhan paket wisata	0,714	0,306	Valid
18	Keuntungan kemenarikan paket dalam <i>special rate</i> (potongan harga/diskon)	0,710	0,306	Valid
Keputusan Pembelian				
19	Tingkat kualitas paket wisata dibandingkan dengan DTW lainnya	0,518	0,306	Valid
20	Keunikan paket wisata dibandingkan dengan DTW lainnya	0,715	0,306	Valid
21	Daya tarik paket wisata dibandingkan dengan DTW lainnya	0,479	0,306	Valid
22	Jumlah paket wisata yang dibutuhkan wisatawan	0,614	0,306	Valid
23	Jumlah varian paket wisata yang dibutuhkan wisatawan	0,719	0,306	Valid
24	Tingkat pemilihan berdasarkan pengalaman berkunjung ke Bale Seni Barli-Kota Baru Parahyangan	0,678	0,306	Valid
25	Tingkat kemampuan Bale Seni Barli-Kota Baru Parahyangan terhadap pelayanan yang diinginkan	0,432	0,306	Valid
26	Waktu berkunjung pada saat libur sekolah/nasional, <i>weekend</i> /akhir pekan	0,456	0,306	Valid
27	Waktu berkunjung pada saat <i>weekdays</i> /hari kerja	0,514	0,306	Valid
28	Kemudahan pada saat melakukan pembayaran	0,378	0,306	Valid

Mickey Andrea Yunus, 2015

PENGARUH PACKAGING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PAKET WISATA DI BALE SENI BARLI-KOTA BARU PARAHYANGAN

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

Sumber: Hasil Pengolahan Data 2014

Berdasarkan Tabel 3.5 hasil pengujian validitas instrumen penelitian memperlihatkan bahwa semua butir pertanyaan valid (28 item) dan karena r_{hitung} lebih besar dibandingkan dengan r_{tabel} (0,306) pada derajat kebebasan ($df=n-2$), mengingat jumlah instrumen yang diuji validitas sebanyak 30 responden.

3.2.6.2 Pengujian Hasil Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2010:183) “realibilitas adalah pengukuran yang berkali-kali menghasilkan data yang sama atau konsisten.” Dalam pandangan statistik suatu data dikatakan *reliable* apabila dua atau lebih peneliti dalam objek yang sama menghasilkan data yang sama atau peneliti sama dalam waktu berbeda menghasilkan data yang sama, atau sekelompok data bila dipecah menjadi dua menunjukkan data yang tidak berbeda.

Pengujian reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan rumus *Cronbach alpha*, sebagai berikut:

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

Sumber: Husein Umar (2009:170)

Keterangan:

r_{11} = Reliabilitas instrumen

k = Banyaknya butir pertanyaan

σ_1^2 = Varians total

$\sum \sigma_b^2$ = Jumlah varian butir

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

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

Mickey Andrea Yunus, 2015

PENGARUH PACKAGING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PAKET WISATA DI BALE SENI BARLI-KOTA BARU PARAHYANGAN

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

Sumber: Arikunto (2006:184)

Keterangan:

σ^2 = varians total

Σx = jumlah skor

n = jumlah responden

Keputusan pengujian reliable item instrument, adalah sebagai berikut:

1. Jika koefisien internal seluruh item $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ dengan tingkat kesalahan 10% maka item pertanyaan dikatakan *reliable*.
2. Jika koefisien internal seluruh item $r_{hitung} \leq r_{tabel}$ dengan tingkat kesalahan 10% maka item pertanyaan dikatakan tidak *reliable*.

TABEL 3.7
HASIL UJI RELIABILITAS

No	Variabel	r_{hitung} (Alpha Cronbach)	r_{tabel}	Keterangan
1	<i>Packaging</i>	0,743	0,700	Reliable
2	Keputusan Pembelian	0,731	0,700	Reliable

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2014

3.3 Rancangan Analisis Data

Teknis analisis data merupakan suatu cara untuk mengukur, mengelola dan menganalisis data tersebut. 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 jawaban masalah yang diajukan.

Mickey Andrea Yunus, 2015

PENGARUH PACKAGING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PAKET WISATA DI BALE SENI BARLI-KOTA BARU PARAHYANGAN

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

Alat penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah angket yang disusun oleh peneliti berdasarkan variabel yang terdapat dalam penelitian. Dalam penelitian kuantitatif analisis data dilakukan setelah data seluruhnya koresponden terkumpul.

3.3.1 Rancangan Analisis Data Deskriptif

Statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi (Sugiyono, 2013:1999). Tujuan menggunakan analisis deskriptif adalah untuk melihat faktor penyebab, sedangkan analisis kuantitatif menitikberatkan dalam pengungkapan perilaku variabel penelitian. Dengan menggunakan kombinasi metode analisis tersebut dapat diperoleh generalisasi yang bersifat komprehensif. Analisis deskriptif digunakan untuk melihat faktor penyebab yang dalam penelitian ini antara lain:

- 1) Analisis deskriptif tentang *packaging* yang terdiri dari *attractions or demand-generator* (X_1), *provide value to the customer* (X_2), *consistent quality and compability* (X_3) dan *well planned and coordinated* (X_4), *provide distinctive benefit* (X_5), dan *covers all the details* (X_6).
- 2) Analisis deskriptif tentang keputusan pembelian yang terdiri dari pilihan produk/jasa, jumlah pembelian, persyaratan dan waktu pengiriman, persyaratan pembayaran, dan metode pembayaran.

Untuk menjawab deskripsi tentang masing-masing variabel penelitian di atas digunakan rentang kriteria penilaian sebagai berikut:

$$RS = \frac{n(m-1)}{m}$$

(Umi Narimawati, 2007:84)

Keterangan:

n = jumlah sampel

m = jumlah alternatif jawaban tiap *item*

Langkah-langkah yang dilakukan adalah sebagai berikut.

Mickey Andrea Yunus, 2015

PENGARUH PACKAGING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PAKET WISATA DI BALE SENI BARLI-KOTA BARU PARAHYANGAN

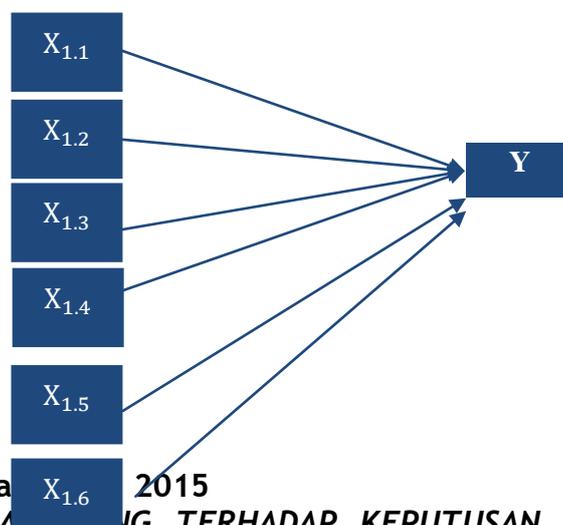
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu |
perpustakaan.upi.edu

- a). Untuk mengetahui tingkat kewajaran atau tidaknya suatu harga jasa penerbangan akan dicari jarak dari skala Likert yang digunakan dengan cara angka tertinggi skala dikurangi dengan angka terendah skala dibagi banyaknya skala yang digunakan.
- b). Banyaknya masing-masing jawaban untuk setiap skala per kriteria pertanyaan akan dikalikan dengan besar bobot untuk skala tersebut, sehingga di dapat jumlah tertentu.
- c). Jumlah tersebut dari per kriteria akan dibagi dengan banyaknya jumlah responden.

3.3.2 Rancangan Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi bertujuan menganalisis besarnya pengaruh variabel bebas (*independent*) terhadap variabel terikat (*dependent*). Regresi linier dikelompokkan menjadi dua kelompok yaitu regresi linier sederhana dan linier berganda. Perbedaan ini berdasarkan jumlah variabel bebasnya, jika variabel bebasnya hanya 1 maka disebut linier sederhana, jika variabel bebasnya lebih dari 1 maka disebut linier berganda (Wijaya, 2012:97).

Dalam penelitian ini regresi linier berganda digunakan untuk menguji pengaruh lebih dari *attractions or demand-generator, provide value to the customer, consistent quality and compability, well planned and coordinated, provide distinctive benefit*, dan *covers all the details* terhadap keputusan pembelian seperti yang terlihat pada Gambar 3.1 berikut:



Mickey Andrea 2015
**PENGARUH PAKEJENAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PAKET
 WISATA DI BALE SENI BARLI-KOTA BARU PARAHYANGAN**

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

GAMBAR 3.1 REGRESI BERGANDA

Keterangan:

$X_{1.1}$ = *Attraction or Demand-Generators*

$X_{1.2}$ = *Provide Value to The Customer*

$X_{1.3}$ = *Consistent Quality and Compability*

$X_{1.4}$ = *Well Planned and Coordinated*

$X_{1.5}$ = *Provide Distinctive Customer Benefit*

$X_{1.6}$ = *Covers All The Details*

Y = Keputusan Pembelian

3.3.3 Rancangan Pengujian Hipotesis

Dalam penelitian ini, semua hipotesis yang telah dirumuskan dan akan diuji dengan analisis berganda. Kriteria pengambilan keputusan pengujian hipotesis secara statistik dalam rangka pengambilan keputusan penerimaan atau penolakan hipotesis dapat ditulis sebagai berikut :

$H_0 : \rho_i = 0$ Tidak terdapat pengaruh signifikan antara *packaging* yang terdiri dari *attractions or demand-generator, provide value to the customer, consistent quality and compability, well planned and coordinated, provide distinctive benefit*, dan *covers all the details* terhadap keputusan pembelian di Bale Seni Barli-Kota Baru Parahyangan.

$H_a : \rho_i \neq 0$ Terdapat pengaruh signifikan antara *packaging* yang terdiri dari *attractions or demand-generator, provide value to the customer, consistent quality and compability, well planned and coordinated, provide distinctive benefit*, dan *covers all the details* terhadap keputusan pembelian di Bale Seni Barli-Kota Baru Parahyangan.

Mickey Andrea Yunus, 2015

**PENGARUH PACKAGING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PAKET
WISATA DI BALE SENI BARLI-KOTA BARU PARAHYANGAN**

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