

BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Penelitian ini menganalisa tentang bagaimana pengaruh motivasi wisatawan terhadap keputusan berkunjung. Penelitian ini terdiri dari dua variabel yaitu variabel X dan variabel Y. Variabel merupakan suatu konsep atau konstruk yang memiliki variasi (dua atau lebih) nilai. Nilai yang melekat dalam variabel tersebut dapat berupa angka dan kategori (Silalahi, 2012:115). Menurut Sugiyono (2013:59), variabel *independent* atau variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab berubahnya atau timbulnya variabel *dependent* (terikat).

Variabel *independent* (bebas) adalah motivasi wisatawan (X) yang memiliki lima indikator yaitu (X1) *nature*, (X2) *activities*, (X3) *attraction*, (X4) *novelty*, dan (X5) *escape from routine*. Sedangkan variabel terikat merupakan variabel utama yang menjadi faktor untuk menemukan jawaban atau solusi masalah. Variabel *dependent* (terikat) yaitu keputusan berkunjung (Y) yang memiliki lima indikator yang terdiri dari pemilihan produk, pilihan merek, pemilihan saluran kunjungan, waktu kunjungan dan jumlah kunjungan.

Penelitian ini dilakukan di Puncak Darajat dengan unit analisis adalah wisatawan yang berkunjung ke daya tarik wisata yang berada di Puncak Darajat. Berdasarkan objek penelitian tersebut, dianalisa mengenai analisis motivasi wisatawan dalam meningkatkan keputusan berkunjung.

3.2 Metode Penelitian

3.2.1 Jenis Penelitian dan Metode yang Digunakan

Berdasarkan penjelasan dan bidang penelitian, maka jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif dan verifikatif. Dimana dalam penelitian ini akan diuji apakah motivasi wisatawan berpengaruh terhadap keputusan berkunjung di Puncak Darajat. Menurut pendapat Sugiyono (2013:35) 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.

Menurut Sugiyono (2013:36), “Penelitian verifikatif adalah penelitian yang membandingkan keberadaan satu variabel atau lebih pada dua atau lebih sampel yang berbeda, atau pada waktu yang berbeda.” Berdasarkan jenis penelitiannya yaitu penelitian deskriptif dan verifikatif yang dilaksanakan melalui pengumpulan data lapangan, maka metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *explanatory survey*. Menurut Kellenger dalam Sugiyono (2013:7), bahwa yang dimaksud dengan metode survey sebagai berikut,

Metode penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil, tetapi 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.

Metode *explanatory survey* menurut Sugiyono (2013:7) adalah metode penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil, tetapi data yang dipelajari adalah data dari sampel yang diambil dari populasi tersebut. Sehingga ditemukan kejadian-kejadian relative, distribusi dan hubungan-hubungan antar variabel sosiologis maupun psikologis.

Adapun penelitian ini dilakukan dalam jangka waktu kurang dari satu tahun oleh karena itu metode yang digunakan adalah *cross section method*, yaitu metode yang dilakukan hanya sekali dan mewakili satu periode tertentu dalam satu waktu.

3.2.2 Operasionalisasi Variabel

Variabel yang diteliti dalam peneitian ini dioperasionalisasikan dalam dua variabel utama yaitu Variabel *independent* (bebas) adalah motivasi wisatawan yang terdiri dari *nature, activities, attraction, novelty*, dan *escape from routine*. Sedangkan variabel *dependent* (terikat) yaitu keputusan berkunjung yang terdiri dari pemilihan produk, pemilihan merek, pemilihan saluran kunjungan, waktu kunjungan dan jumlah kunjungan. Secara lebih rinci operasionalisasi masing-masing variabel ditunjukkan dalam Tabel 3.1 sebagai berikut.

TABEL 3.1
OPERASIONALISASI VARIABEL

Variabel	Sub Variabel	Konsep Variabel Dan Sub Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
Motivasi Wisatawan (X)		Motivasi wisatawan untuk melakukan perjalanan dipengaruhi oleh beberapa faktor dan dapat termotivasi oleh lebih dari satu motif dalam satu waktu. Motivasi wisatawan memainkan peran yang sangat penting dalam proses perjalanan, liburan dan mengunjungi teman atau kerabat (Merwee dan Saayman, 2008).				
	Nature (X1) Motivasi wisatawan untuk melihat pemandangan alam yang indah, melihat flora dan fauna, mengambil foto pemandangan alam sekitar, dan menikmati suasana atau keadaan pada suatu daya tarik wisata. (Merwe dan Saayman, 2008)		Keindahan alam	Tingkat keinginan wisatawan untuk melihat keindahan alam di daya tarik wisata	<i>Ordinal</i>	3.1
			Suasana sekitar	Tingkat keinginan wisatawan untuk menikmati suasana pedesaan di daya tarik wisata	<i>Ordinal</i>	3.2
			Pemandian air panas dengan sumber mata air yang berkualitas	Tingkat keinginan wisatawan untuk merasakan pemandian air panas dengan sumber mata air yang berkualitas	<i>Ordinal</i>	3.3
	Activities (X2) Motivasi wisatawan untuk menikmati kegiatan di kawasan wisata atau di daya tarik wisata. (Merwe dan Saayman, 2008)		Keberagaman aktivitas wisata	Tingkat keinginan wisatawan untuk melakukan berbagai kegiatan di daya tarik wisata	<i>Ordinal</i>	3.4
				Tingkat keinginan wisatawan untuk melakukan permainan air di daya tarik wisata	<i>Ordinal</i>	3.5
				Tingkat keinginan wisatawan untuk menikmati fasilitas di daya tarik wisata	<i>Ordinal</i>	3.6

	<p>Attraction (X3) Motivasi wisatawan yang meliputi hiburan dan atraksi wisata yang ditawarkan, akomodasi di daya tarik wisata, merek dari sebuah daya tarik wisata. (Merwe dan Saayman, 2008)</p>	Keberagaman atraksi wisata	Tingkat keinginan wisatawan untuk berenang/ berendam di kolam renang	<i>Ordinal</i>	3.7
			Tingkat keinginan wisatawan untuk mencoba wahana <i>waterboom/ waterslide</i>	<i>Ordinal</i>	3.8
			Tingkat keinginan wisatawan untuk menginap di penginapan/bungalow	<i>Ordinal</i>	3.9
	<p>Novelty (X4) Motivasi wisatawan untuk mencari sesuatu yang baru seperti mengunjungi daya tarik wisata yang berbeda dalam suatu perjalanan, mengeksplor daya tarik wisata baru, dan berinteraksi dengan masyarakat lokal. (Merwe dan Saayman, 2008)</p>	Pengalaman berbeda	Tingkat keinginan wisatawan untuk berenang/ berendam air panas di dataran tinggi	<i>Ordinal</i>	3.10
			Tingkat keinginan wisatawan untuk melakukan permainan air di air panas	<i>Ordinal</i>	3.11
			Tingkat keinginan untuk mencoba atraksi baru (<i>outbound, bercocok tanam</i>)	<i>Ordinal</i>	3.12
		Bertemu orang baru atau masyarakat lokal	<i>Ordinal</i>	3.13	
	<p>Escape from routine (X5) Motivasi wisatawan untuk melarikan diri dari rutinitas sehari-hari,</p>	Melepas diri dari rutinitas sehari-hari	Tingkat keinginan wisatawan untuk keluar dari rutinitas sehari-hari	<i>Ordinal</i>	3.14

	menghilangkan stress dan jenuh, mencari kesenangan dengan cara bersantai dan melakukan liburan. (Merwe dan Saayman, 2008)		Tingkat keinginan wisatawan untuk melepaskan diri dari tekanan kehidupan perkotaan	<i>Ordinal</i>	3.15
			Tingkat keinginan wisatawan untuk merelaksasi pikiran dan fisik dengan melakukan interaksi di daya tarik wisata	<i>Ordinal</i>	3.16
Keputusan Berkunjung (Y)	Keputusan pembelian merupakan proses keputusan dimana konsumen benar-benar memutuskan untuk membeli salah satu produk diantara berbagai macam alternatif pilihan. Kotler dan Keller (2012:160)				
	Pemilihan Produk (Y1) Perusahaan harus memusatkan perhatiannya kepada orang-orang yang berminat untuk mengunjungi daya tarik wisata yang mereka kelola serta alternatif yang mereka pertimbangkan	Keunggulan produk	Tingkat keunggulan daya tarik wisata	<i>Ordinal</i>	4.1
		Keberagaman produk	Tingkat keberagaman produk di daya tarik wisata	<i>Ordinal</i>	4.2
		Keunikan daya tarik wisata	Tingkat keunikan daya tarik wisata	<i>Ordinal</i>	4.3
	Pemilihan merek (Y2) Setiap merek memiliki perbedaan tersendiri, sehingga wisatawan harus memutuskan merek mana yang akan dibeli. Dalam hal ini perusahaan harus mengetahui bagaimana wisatawan memilih sebuah merek.	Kepopuleran merek	Tingkat kepopuleran daya tarik wisata	<i>Ordinal</i>	4.4
		Pilihan merek berdasarkan kualitas merek	Tingkat pilihan merek berdasarkan kualitas merek	<i>Ordinal</i>	4.5
		Pilihan merek berdasarkan kepercayaan terhadap merek	Tingkat pilihan merek berdasarkan kepercayaan terhadap merek	<i>Ordinal</i>	4.6
	Pemilihan Saluran Kunjungan (Y3) Pada tahap ini konsumen harus mengambil	Lokasi daya tarik wisata	Tingkat lokasi yang strategis pada daya tarik wisata	<i>Ordinal</i>	4.7

	keputusan tentang penyalur mana yang akan dikunjungi. Setiap konsumen berbeda-beda dalam menentukan penyalur dapat dikarenakan faktor lokasi yang dekat, harga yang murah dan persediaan barang yang lengkap	Kemudahan transportasi menuju daya tarik wisata	Tingkat kemudahan transportasi menuju daya tarik wisata	<i>Ordinal</i>	4.8
		Harga tiket masuk ke daya tarik wisata	Tingkat harga tiket masuk ke daya tarik wisata	<i>Ordinal</i>	4.9
		Kemudahan pembelian tiket masuk ke daya tarik wisata	Tingkat kemudahan dalam pembelian tiket masuk ke daya tarik wisata	<i>Ordinal</i>	4.10
	Waktu Kunjungan (Y4) Keputusan berkunjung wisatawan bisa dilakukan dalam pemilihan waktu pembelian atau kunjungan yang berbeda-beda, sesuai dengan kapan daya tarik wisata tersebut dibutuhkan.	Waktu berkunjung saat <i>weekday</i>	Tingkat waktu berkunjung saat <i>weekday</i>	<i>Ordinal</i>	4.11
		Waktu berkunjung saat <i>weekend</i>	Tingkat waktu berkunjung saat <i>weekend</i>	<i>Ordinal</i>	4.12
	Jumlah Kunjungan (Y5) Didasarkan pada seberapa besar kebutuhan atau keinginan konsumen berkunjung ke objek wisata tersebut.	Frekuensi kunjungan	Tingkat frekuensi berkunjung ke daya tarik wisata	<i>Ordinal</i>	4.13
			Tingkat keinginan untuk berkunjung kembali ke daya tarik wisata	<i>Ordinal</i>	4.14

Sumber: Modifikasi Peneliti dari Berbagai Literatur, 2015

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.

Berdasarkan sumbernya, data dibedakan menjadi dua yaitu: data primer dan data sekunder. Menurut Hermawan (2009:168) 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 survey ataupun observasi.

2. Data Sekunder (*Secondary Data Source*)

Data sekunder merupakan struktur data historis mengenai variable-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.

Adapun dalam penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder. Berdasarkan data dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini, maka peneliti menuliskannya dalam Tabel 3.2 berikut ini:

TABEL 3.2
JENIS DAN SUMBER DATA

No	Data Penelitian	Jenis Data	Sumber Data
1	Pertumbuhan Kedatangan Turis International	Sekunder	<i>World Touris Organization (UNWTO)</i>
2	Jumlah Dan Pertumbuhan Kunjungan Wisatawan Ke Indonesia Menurut Pintu Masuk Tahun 2012-2014	Sekunder	Pusdatin Kemenparekraf & BPS
3	Jumlah Kunjungan Wisatawan Ke Kabupaten Garut Tahun 2005-2014	Sekunder	Disbudpar Kabupaten Garut
4	Jumlah Kunjungan Wisatawan Ke Puncak Darajat Tahun 2010-2014	Sekunder	Pihak Perusahaan Puncak Darajat
5	Informasi Profil Perusahaan Puncak Darajat	Primer	Wawancara Terhadap Pihak Perusahaan Puncak Darajat

Sumber: Hasil pengolahan data dan referensi, 2015

3.2.4 Populasi, Sampel, dan Teknik *Sampling*

3.2.4.1 Populasi

Populasi merupakan sekelompok orang, kejadian, atau segala sesuatu yang memiliki karakteristik tertentu yang ingin mempelajari sifat-sifatnya. Di dalam pengumpulan dan menganalisa suatu data, langkah pertama yang sangat penting adalah menentukan populasi terlebih dahulu. Populasi menurut Sugiyono (2013:119) adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Berdasarkan pengertian populasi tersebut maka populasi dalam penelitian ini adalah wisatawan yang berkunjung ke daya tarik wisata yang berada di Puncak Darajat yaitu pada tahun 2014 berjumlah 130.647 wisatawan.

3.2.4.2 Sampel

Pada umumnya penelitian yang dilakukan tidak meneliti semua populasi. Hal tersebut disebabkan karena beberapa faktor seperti keterbatasan biaya dan waktu yang tersedia. Oleh karena itu peneliti mengambil sebagian dari populasi yang disebut sampel. Menurut Sugiyono (2013:120), “Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut”.

Dalam penelitian tidak mungkin semua populasi diteliti, hal ini disebabkan karena keterbatasan tenaga, waktu, dan perijinan. Maka penelitian diperkenankan mengambil sebagian objek populasi yang telah ditentukan, dengan catatan bagian yang diambil tersebut mewakili bagian yang lain yang diteliti. Dalam penelitian ini tidak meneliti seluruh populasi akan tetapi diambil sampel yang representatif.

Menurut Husein Umar (2010:146), mengemukakan bahwa untuk menghitung besarnya ukuran sampel dapat dilakukan dengan menggunakan teknik slovin dengan rumus :

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

Keterangan : n = Ukuran sampel

N = Ukuran populasi

e = Persentase kelonggaran penelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditolerir ($e = 0.1$ atau 10%).

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

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

$$n = \frac{316.800}{1 + 316.800 \times 0.1^2}$$

$$= 99,9 \approx 100$$

Jadi dalam penelitian ini ukuran sampel minimal dalam penelitian ini adalah 100 responden. Untuk kepentingan dalam penelitian ini, maka sampel yang digunakan ditambah sebanyak 1 sampel sehingga ukuran sampelnya menjadi 100 orang responden.

3.2.4.3 Teknik *Sampling*

Teknik *sampling* merupakan teknik pengambilan sampel untuk menentukan sampel mana yang akan digunakan dalam penelitian. Menurut Sugiyono (2013:62) “Teknik *sampling* merupakan teknik pengambilan sampel”. Sedangkan menurut Uma Sekaran (2009:116) teknik *sampling* adalah teknik pengambilan sampel. Penarikan sampel merupakan suatu proses pemilihan sejumlah elemen dari populasi sehingga dengan mempelajari sampel akan memungkinkan untuk menggeneralisasi karakteristik elemen populasi.

Menurut Malhotra (2009:379) “Sebuah teknik *sampling* dapat diklasifikasikan sebagai *non probability* dan *probability*”. Sampel *probability* merupakan sampel dimana setiap elemen atau anggota populasi memiliki peluang yang sama untuk terpilih sebagai sampel. Sedangkan sampel *non probability* kebalikan dari sampel *probability* dimana setiap elemen atau populasi tidak memiliki peluang yang sama dan pemilihan sampel bersifat objektif.

Teknik *sampling* pada dasarnya dikelompokkan menjadi dua yaitu *probability sampling* yang meliputi *systematic random sampling*, *proportionate stratified random*, *disproportionate stratified random*, dan *area random*. Sedangkan *Non probability sampling* meliputi *sampling sistematis*, *sampling*

kuota, sampling aksidental, purposive sampling, sampling jenuh, dan *snowball sampling* (Sugiyono, 2013:62).

Adapun teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *systematic random sampling*. Sistematis sampling acak adalah cara pengambilan sampel, dimana hanya unsur pertama yang dipilih secara acak, sedang unsur-unsur berikutnya dipilih secara sistematis menurut suatu pola tertentu.

3.2.4.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Adapun teknik pengumpulan data yang peneliti gunakan adalah sebagai berikut:

1. Wawancara

Teknik komunikasi langsung dengan berbagai pihak di Puncak Darajat. Wawancara ini dilakukan untuk memperoleh data mengenai profil perusahaan. Menurut Sugiyono (2013:197) yaitu wawancara yang bebas dimana peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara yang telah tersusun secara sistematis dan lengkap untuk pengumpulan datanya.

2. Observasi

Observasi dilakukan dengan cara meninjau serta melakukan pengamatan langsung terhadap objek yang diteliti yaitu Puncak Darajat mengenai motivasi wisatawan dan keputusan berkunjung.

3. Kuesioner (Angket)

Kuesioner berisi pertanyaan dan pernyataan mengenai karakteristik responden, pengalaman tamu terhadap motivasi wisatawan dan keputusan berkunjung. Kuesioner ditujukan kepada wisatawan yang berkunjung ke Puncak Darajat.

4. Studi Literatur

Studi literatur merupakan usaha pengumpulan informasi yang berhubungan dengan teori-teori yang berkaitan dengan masalah variabel yang diteliti yang terdiri dari motivasi wisatawan dan keputusan berkunjung.

TABEL 3.3
TEKNIK PENGUMPULAN DATA DAN SUMBER DATA
DIKAITKAN DENGAN TUJUAN PENELITIAN

No.	Teknik Pengumpulan Data	Sumber Data
1.	Wawancara	Pihak perusahaan Puncak Darajat
2.	Observasi	Aktivitas dalam motivasi wisatawan
3.	Kuesioner	Wisatawan yang berkunjung ke Puncak Darajat
4.	Studi Literatur	Motivasi wisatawan dan keputusan berkunjung.

Sumber: Hasil pengolahan data 2015

3.2.5 Pengujian Validitas dan Reliabilitas

3.2.5.1 Hasil Pengujian Validitas

Menurut Suharsimi Arikunto (2009:145), validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan kevalidan dari suatu instrument. Suatu instrument yang valid atau sah mempunyai validitas yang tinggi. Sebaliknya instrument yang kurang memiliki validitas rendah. Menurut Sugiyono (2013:172) hasil penelitian yang valid bila terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek yang diteliti.

Adapun rumus yang digunakan untuk menghitung kevalidan dari suatu instrumen adalah rumus korelasi *Product Moment*, yang dikemukakan oleh Pearson sebagai berikut :

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

Arikunto (2008:146)

Dimana r_{xy} = Indeks korelasi antara dua variabel yang dikorelasikan.

Keterangan:

r_{xy} = koefisien korelasi *product moment*

n = Jumlah sampel atau banyaknya responden

X = Skor yang diperoleh subjek dalam setiap item

Y = Skor total yang diperoleh subjek dari seluruh item

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

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

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

Keputusan pengujian validitas responden menggunakan taraf signifikansi sebagai berikut :

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

Untuk mengadakan interpretasi mengenai besarnya koefisien korelasi menurut Sugiyono (2010:180) adalah sebagai berikut :

TABEL 3.4
PEDOMAN UNTUK MEMBERIKAN INTERPRETASI
KOEFISIEN KORELASI

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

Sumber : Sugiyono (2010:184)

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

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

Keputusan pengujian validitas item instrumen, adalah sebagai berikut:

1. Nilai r dibandingkan dengan harga r_{tabel} dengan $dk = n-2$ dan taraf signifikansi $\alpha = 0,05$
2. Item yang diteliti dikatakan valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ maupun nilai probabilitas statistik $<$ (level of significant 5% = 0,05).
3. Item yang diteliti dikatakan tidak valid jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maupun nilai probabilitas statistik $>$ (level of significant 5% = 0,05).

Perhitungan validitas item instrumen dilakukan dengan bantuan program IBM SPSS *Statistics* 20. Berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan IBM SPSS *Statistics* 20 diperoleh hasil pengujian validitas dari item pertanyaan yang diajukan peneliti. Berdasarkan hasil dengan menggunakan IBM SPSS *Statistics* 20, diperoleh hasil pengujian validitas dari masing-masing item pertanyaan yang ditunjukkan pada Tabel 3.5 berikut:

TABEL 3.5
HASIL PENGUJIAN VALIDITAS

MOTIVASI WISATAWAN (X)				
Nature (X₁)				
No.	Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Kesimpulan
1.	Tingkat keinginan wisatawan untuk melihat keindahan alam di daya tarik wisata	0,907	0,374	Valid
2.	Tingkat keinginan wisatawan untuk menikmati suasana pedesaan di daya tarik wisata	0,810	0,374	Valid
3.	Tingkat keinginan wisatawan untuk merasakan pemandian air panas dengan sumber mata air yang berkualitas	0,569	0,374	Valid
Activities (X₂)				
No.	Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Kesimpulan
4.	Tingkat keinginan wisatawan untuk melakukan berbagai kegiatan di daya tarik wisata	0,802	0,374	Valid
5.	Tingkat keinginan wisatawan untuk melakukan permainan air di daya tarik wisata	0,849	0,374	Valid
6.	Tingkat keinginan wisatawan untuk menikmati fasilitas di daya tarik wisata	0,642	0,374	Valid
Attraction (X₃)				
No.	Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Kesimpulan
7.	Tingkat keinginan wisatawan untuk berenang/ berendam di kolam renang	0,603	0,374	Valid
8.	Tingkat keinginan wisatawan untuk mencoba wahana <i>waterboom/ waterslide/ ember tumpah</i>	0,785	0,374	Valid
9.	Tingkat keinginan wisatawan untuk menginap di penginapan/bungalow	0,759	0,374	Valid

Novelty (X₄)				
No.	Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Kesimpulan
10.	Tingkat keinginan wisatawan untuk berenang/berendam air panas di dataran tinggi	0,670	0,374	Valid
11.	Tingkat keinginan wisatawan untuk melakukan permainan air di air panas (<i>waterboom, waterslide</i> , ember tumpah)	0,500	0,374	Valid
12.	Tingkat keinginan untuk mencoba atraksi baru (<i>outbound</i> , bercocok tanam)	0,670	0,374	Valid
13.	Tingkat keinginan untuk bertemu orang baru atau masyarakat lokal	0,614	0,374	Valid
Escape from routine (X₅)				
No.	Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Kesimpulan
14.	Tingkat keinginan wisatawan untuk keluar dari rutinitas sehari-hari	0,954	0,374	Valid
15.	Tingkat keinginan wisatawan untuk melepaskan diri dari tekanan kehidupan perkotaan	0,516	0,374	Valid
16.	Tingkat keinginan wisatawan untuk merelaksasi pikiran dan fisik dengan melakukan interaksi di daya tarik wisata	0,833	0,374	Valid
KEPUTUSAN BERKUNJUNG (Y)				
Pemilihan Produk (Y₁)				
No.	Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Kesimpulan
1.	Tingkat keunggulan daya tarik wisata	0,863	0,374	Valid
2.	Tingkat kemenarikan daya tarik wisata	0,725	0,374	Valid
3.	Tingkat keberagaman produk di daya tarik wisata	0,868	0,374	Valid
Pemilihan Merek (Y₂)				
No.	Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Kesimpulan
4.	Tingkat kepopuleran daya tarik wisata	0,700	0,374	Valid
5.	Tingkat pilihan merek berdasarkan kualitas merek	0,684	0,374	Valid
6.	Tingkat pilihan merek berdasarkan kepercayaan terhadap merek	0,891	0,374	Valid

Pemilihan Saluran Kunjungan (Y₃)				
No.	Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Kesimpulan
7.	Tingkat lokasi daya tarik wisata yang strategis	0,682	0,374	Valid
8.	Tingkat kemudahan transportasi menuju daya tarik wisata	0,800	0,374	Valid
9.	Tingkat harga tiket masuk ke daya tarik wisata	0,749	0,374	Valid
10.	Tingkat kemudahan dalam pembelian tiket masuk ke daya tarik wisata	0,791	0,374	Valid
Waktu Kunjungan (Y₄)				
No.	Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Kesimpulan
11.	Tingkat waktu berkunjung saat <i>weekday</i>	0,794	0,374	Valid
12.	Tingkat waktu berkunjung saat <i>weekend</i>	0,852	0,374	Valid
Jumlah Kunjungan (Y₅)				
No.	Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Kesimpulan
13.	Tingkat frekuensi berkunjung ke daya tarik wisata	0,923	0,374	Valid
14.	Tingkat keinginan untuk berkunjung kembali ke daya tarik wisata	0,880	0,374	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2015

3.2.5.2 Hasil Pengujian Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2013:173) reliabilitas berkenaan dengan derajat konsistensi dan stabilitas data atau temuan. Dalam pandangan positivistic, suatu data dinyatakan 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.

Pegujian reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan rumus *Cronbach alpha*, yaitu

$$r_{11} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma b^2}{\sigma t^2} \right]$$

Sumber : (Husein Umar, 2008:125 dan Suharsimi Arikunto, 2008:171)

Keterangan :

r_{11} = Reliabilitas instrument

k = Banyaknya butir pertanyaan

σt^2 = Varians total

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

Firda Nurdiana, 2015

ANALISIS MOTIVASI WISATAWAN DALAM MENINGKATKAN KEPUTUSAN BERKUNJUNG DI DAYA TARIK WISATA PUNCAK DARAJAT

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

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

$$\sigma = \frac{\sum X^2 \frac{(\sum X^2)}{n}}{n} \quad (\text{Husein Umar, 2008:125 dan Suharsimi, 2008:171})$$

Keputusan uji reliabilitas ditentukan dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Jika koefisien internal seluruh item (r_{11}) $\geq r_{tabel}$ dengan tingkat signifikansi 5% maka item pertanyaan dikatakan reliable.
2. Jika koefisien internal seluruh item (r_1) $< r_{tabel}$ dengan tingkat signifikansi 5% maka item pertanyaan dikatakan tidak reliable.

Pengujian reliabilitas instrument pada penelitian ini dilakukan dengan menggunakan *software* SPSS (*Statistical Product for Service Solution*) versi 20. Pengujian dilakukan dengan menggunakan teknik *Alpha Cronbach*. Apabila angka *Alpha Cronbach* mendekati 1, maka semakin tinggi tingkat reliabilitasnya. Adapun langkah-langkah menggunakan *SPSS 20 for window* sebagai berikut:

- 1) Memasukkan data variabel X dan Y setiap item jawaban responden atas nomor item pada data view.
- 2) Klik variabel view, lalu isi kolom *name* dengan variabel-variabel penelitian (misalnya X, Y) *width*, *decimal*, *label* (isi dengan nama-nama atas variabel penelitian), *coloum*, *align*, (*left*, *center*, *right*, *justify*) dan isi juga kolom *measure* (skala: ordinal).
- 3) Kembali ke data view, lalu klik *analyze* pada toolbar pilih *Reliability Analyze*
- 4) Pindahkan variabel yang akan diuji atau klik Alpha, OK.
- 5) Akan dihasilkan output, apakah data tersebut valid serta reliabel atau tidak dengan membandingkan data hitung dengan data tabel.

Berdasarkan hasil dengan menggunakan SPSS *Statistics* 20, diperoleh hasil pengujian reliabilitas yang ditunjukkan pada Tabel 3.6 berikut.

TABEL 3.6
HASIL PENGUJIAN RELIABILITAS

No.	Variabel	$C\alpha$ hitung	$C\alpha$ minimal	Kesimpulan
1.	Motivasi Wisatawan	0,811	0,700	Reliabel
2.	Keputusan Berkunjung	0,845	0,700	Reliabel

Sumber: Hasil pengelolaan data oleh peneliti, 2015

Jika koefisien internal seluruh item $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ dengan tingkat signifikansi 10%, maka keseluruhan item pertanyaan dapat dikatakan reliabel dikarenakan nilai $C\alpha_{hitung} \geq C\alpha_{minimal}$ yaitu sebesar 0,700. Tabel 3.7 menunjukkan bahwa nilai $C\alpha_{hitung}$ untuk variabel motivasi wisatawan dan keputusan berkunjung lebih besar dibandingkan nilai $C\alpha_{minimal}$.

3.2.6 Rancangan Analisis Data

Teknik analisis data merupakan suatu cara untuk mengukur, mengelola dan menganalisis data yang 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 seta jawaban masalah yang telah diajukan. Terdapat dua jenis analisis yang digunakan pada penelitian ini, yaitu analisis deskriptif yang biasa digunakan untuk data kualitatif dan pengujian hipoteses yang telah dirumuskan dengan menggunakan perhitungan uji statistik. Alat pengumpulan data yang digunakan adalah angket atau kuisisioner. Kuisisioner ini disusun berdasarkan variabel yang terdapat dalam penelitian. Variabel tersebut yaitu mengenai motivasi wisatawan dan keputusan berkunjung.

3.2.6.1 Rancangan Analisis Deskriptif

Dalam penelitian ini, analisis deskriptif digunakan untuk untuk mendeskripsikan variabel-variabel yang diteliti yaitu:

1. Analisis deskriptif mengenai motivasi wisatawan di daya tarik wisata Puncak Darajat yang terdiri dari *nature*, *activities*, *attraction*, *novelty* dan *escape from routine*.
2. Analisis deskriptif mengenai keputusan berkunjung di daya tarik wisata Puncak Darajat yang terdiri dari pemilihan produk, pemilihan merek, pemilihan saluran kunjungan, pemilihan waktu kunjungan, dan jumlah kunjungan.

3.2.6.2 Pengujian Hipotesis

Sebagai langkah terakhir dari analisis data adalah pengujian hipotesis. Teknik analisis data yang digunakan untuk menentukan besarnya pengaruh variabel independen (X) yaitu motivasi wisatawan yang terdiri dari *nature* (X_1),

activities (X_2), *attraction* (X_3), *novelty* (X_4) dan *escape from routine* (X_5). Terhadap variabel dependen (Y) yaitu keputusan berkunjung.

Penelitian ini menggunakan data ordinal seperti dijelaskan dalam operasionalisasi variabel sebelumnya, oleh karena itu semua data ordinal yang terkumpul terlebih dahulu ditransformasi menjadi skala interval dengan menggunakan *Method of Successive Interval*. Pengujian hipotesis dilakukan dengan langkah-langkah sebagai berikut :

1. Menyusun data

Kegiatan seleksi data ditujukan untuk memeriksa kelengkapan identitas responden, kelengkapan data serta isian data yang sesuai dengan tujuan penelitian.

2. Tabulasi data

- a. Memberi skor pada setiap item
- b. Menjumlahkan skor pada setiap item
- c. Menyusun ranking pada setiap variabel penelitian

3. Menganalisis data

Menganalisis data yaitu proses pengolahan data dengan menggunakan rumus-rumus statistik, menginterpretasi data agar diperoleh suatu kesimpulan.

4. Pengujian

Teknik analisa data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Regresi Berganda (*multiple linier regression*). Analisis regresi linier berganda adalah suatu alat analisis peramalan nilai pengaruh dua atau lebih variabel bebas (X) motivasi wisatawan terhadap variabel terikat (Y) keputusan berkunjung untuk membuktikan ada atau tidaknya hubungan kasual antara dua variabel bebas atau lebih.

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data skala ordinal (*ordinal scale*), Menurut Sugiyono (2013:60) skala ordinal adalah pengukuran yang mana skala digunakan disusun secara runtut dari yang rendah sampai yang tinggi. Skala ordinal adalah skala yang diurutkan dari jenjang yang lebih tinggi sampai yang terendah atau sebaliknya. Skala ordinal ini perlu ditransformasi menjadi skala interval dengan menggunakan *Method Successive Interval* (MSI).

Langkah-langkah untuk melakukan transformasi data tersebut adalah sebagai berikut:

1) *Method of Succesive Internal (MSI)*

Skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah *ordinal scale* yaitu skala yang berbentuk peringkat yang menunjukkan suatu urutan preferensi/penilaian. Skala ordinal ini perlu ditransformasi menjadi skala interval dengan menggunakan *Method Successive Interval*. Langkah-langkah untuk melakukan transformasi data tersebut adalah sebagai berikut:

- a. Menghitung frekuensi (f) pada setiap pilihan jawaban berdasarkan hasil jawaban responden pada setiap pertanyaan.
- b. Berdasarkan frekuensi yang diperoleh untuk setiap pertanyaan, dilakukan perhitungan proporsi (p) setiap pilihan jawaban dengan cara membagi frekuensi dengan jumlah responden.
- c. Berdasarkan proporsi tersebut, selanjutnya dilakukan perhitungan proporsi kumulatif untuk setiap pilihan jawaban.
- d. Menentukan nilai batas Z (tabel normal) untuk setiap pertanyaan dan setiap pilihan jawaban.
- e. Menentukan nilai interval rata-rata untuk setiap pilihan jawaban melalui persamaan sebagai berikut:

$$Scale Value = \frac{Dencity at Lower Limit) - (Dencity at Upper Limit)}{(Area Below Upper Limit) - (Are Below Lower Limit)}$$

Data penelitian yang telah berskala interval selanjutnya akan ditentukan pasangan data *variable independent* dengan *variable dependent* serta akan ditentukan persamaan yang berlaku untuk pasangan-pasangan tersebut.

2) **Teknik Analisis Linear Regresi Berganda**

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linear berganda (*multiple linear regression*). Analisis regresi linear berganda adalah suatu alat analisis peramalan nilai pengaruh dua atau lebih variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) untuk membuktikan ada atau tidaknya hubungan kausal antara dua variabel bebas atau lebih. Adapun untuk pengolahan data

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

- a. Masukkan data dalam SPSS pada *data view*, dan pada *variable view* dalam kolom label berilah nama masing-masing variabel.
- b. Klik *analyze, regression linier*. Lalu pindahkan variabel Y sebagai variabel bergantung ke kolom *dependent* serta variabel X1.1, X1.2, X1.3, X1.4, X1.5, sebagai variabel bebas ke kolom *independent*. Klik *method* pilih *enter*. Abaikan yang lain kemudian klik OK.

Sebelum mengolah data dengan menggunakan program *SPSS 20 for windows*, peneliti harus menentukan terlebih dahulu teknik analisis yang digunakan. Teknik analisis regresi yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linear berganda. Menurut Sugiyono (2010:275) regresi berganda digunakan oleh peneliti bermaksud meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel *dependent*, bila dua atau lebih variabel *dependent* sebagai faktor prediktor dimanipulasi (dinaik turunkan nilainya). Jadi analisis regresi berganda akan dilakukan bila jumlah variabel *dependent* nya minimal dua.

Dampak dari penggunaan analisis regresi dapat digunakan untuk memutuskan apakah naik dan menurunnya variabel dependen dapat dilakukan melalui menaikkan dan menurunkan keadaan variabel independen atau untuk meningkatkan keadaan variabel dependen dapat dilakukan dengan meningkatkan variabel independen dan sebaliknya (Sugiyono, 2013:204).

Berdasarkan tujuan penelitian ini, maka variabel yang dianalisis adalah variabel independen yaitu evaluasi *nature* (X_1), *activities* (X_2), *attraction* (X_3), *novelty* (X_4) dan *escape from routine* (X_5). Sedangkan variabel dependen adalah keputusan berkunjung. Untuk bisa membuat ramalan melalui regresi, maka data setiap variabel harus tersedia. Berdasarkan data tersebut peneliti harus menemukan persamaan regresi berganda melalui perhitungan sebagai berikut:

$$Y = a + bX_1 + bX_2 + bX_3 + bX_4 + bX_5$$

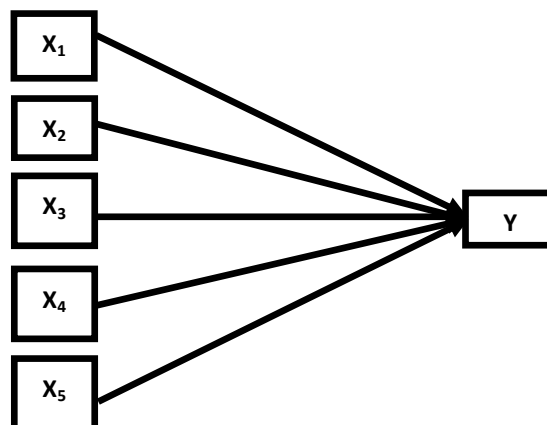
Keterangan:

Y = Subyek dalam variabel dependen yang diprediksikan

a = Harga Y bila $X = 0$

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

Menurut Sugiyono (2013:277) analisis regresi berganda digunakan bila penelitian bermaksud meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen (kriterium), bila dua atau lebih variabel independent sebagai faktor prediktor dimanipulasi (dinaik-turunkan nilainya). Analisis regresi berganda akan dilakukan bila jumlah variabel independen minimal dua atau lebih. Menerjemahkan ke dalam beberapa sub hipotesis yang menyatakan pengaruh sub variabel independen yang paling dominan terhadap variabel dependen, lebih jelasnya dapat dilihat pada Gambar 3.1 berikut:



GAMBAR 3.1
REGRESI BERGANDA

Sebelum penggunaan alat analisis regresi untuk mengestimasi suatu model dengan sejumlah data, maka biasanya untuk beberapa masalah yang muncul dan perlu terlebih dahulu diadakan pengujian asumsi klasik, sebagai berikut:

a. Uji Asumsi Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Jika asumsi ini dilanggar maka uji statistik menjadi tidak valid untuk jumlah

sample kecil. Ada dua cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan analisis grafik dan uji statistik.

Uji Normalitas digunakan untuk mengetahui apakah populasi berdistribusi normal atau tidak. Uji ini biasanya digunakan untuk mengukur data berskala ordinal, interval, maupun rasio. Jika analisis menggunakan metode parametrik, maka persyaratan normalitas harus dipenuhi, yaitu data berasal distribusi yang normal. Jika data tidak berdistribusi normal, atau jumlah sampel sedikit dan jenis data adalah nominal atau ordinal maka metode yang digunakan adalah statistik nonparametrik. Dalam Uji normalitas ini, dikatakan berdistribusi normal jika signifikansi lebih besar dari 5 % atau 0,05, (Uji *One Sample Kolmogorov-Smirnov*).

b. Uji Asumsi Heteroskedustisitas

Uji Autokorelasi digunakan untuk mengetahui ada tidaknya penyimpangan asumsi klasik autokorelasi, yaitu korelasi yang terjadi antara residual pada satu pengamatan dengan pengamatan yang lain pada model regresi. Prasyarat yang harus terpenuhi adalah tidak adanya autokorelasi dalam model regresi.

Uji Heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut Homoskedastisitas dan jika berbeda disebut Heteroskedastisitas. Dasar analisisnya adalah bahwa jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi Heteroskedastisitas. Sebaliknya jika ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi Heteroskedastisitas.

c. Uji asumsi autokorelasi

Uji autokorelasi adalah untuk melihat apakah terjadi korelasi antara suatu periode t dengan periode sebelumnya ($t - 1$). Uji autokorelasi hanya dilakukan pada data *time series* (runtut waktu) dan tidak perlu dilakukan pada data *cross section* seperti pada kuesioner di mana pengukuran semua variabel dilakukan

secara serempak pada saat yang bersamaan. Persamaan regresi yang baik adalah tidak memiliki masalah autokorelasi. Jika terjadi autokorelasi maka persamaan tersebut menjadi tidak baik atau tidak layak dipakai prediksi. Gejala autokorelasi dideteksi dengan melakukan uji *Durbin-Watson* (DW). Hasil perhitungan *Durbin-Watson* (DW) dibandingkan dengan nilai nilai d_{tabel} pada $\alpha = 0,05$.

d. Uji Multikolinieritas

Multikolerasi adalah situasi adanya kolerasi yang kuat antara variabel bebas yang satu dengan variabel bebas yang lain dalam analisis regresi. Dua parameter yang paling umum digunakan untuk mendeteksi multikolinearitas adalah nilai *Tolerance* dan Nilai VIF (*Variance Inflation Factor*). Suatu regresi dikatakan terdeteksi multikolinearitas apabila VIF menjauhi 1 atau nilai *tolerance* menjauhi 1. Untuk mengetahui terjadinya multikolinieritas dalam penelitian digunakan nilai VIF dengan bantuan SPSS 20 *for window* dilakukan sebagai berikut:

- a. Masukkan data yang akan di uji multikolinieritas di *data view*, sedangkan di *variabel view* beri nama data tersebut. Kemudian klik *analyze*, lalu klik *regression*, kemudian klik *linier*. Masukkan variabel y pada kotak *dependent*, dan variabel x pada kotak *independent*. Setelah itu klik *statistic* pada *regression coefficient*.
- b. Lalu aktifkan *covariance matrix* dan *collinearity*, nonaktifkan *estimates* dan model *fit* lalu klik *continue*.
- c. Pada *coefficients* model dikatakan tidak terjadi multikolinier apabila nilai VIF < 5 .

3.2.7 Pengujian Sub Hipotesis

Hipotesis yang akan di uji dalam rangka penerimaan dan penolakan hipotesis dapat ditulis sebagai berikut:

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

$H_0 = 0$, Tidak terdapat pengaruh yang signifikan motivasi wisatawan terhadap keputusan berkunjung

$H_a \neq 0$, Terdapat pengaruh signifikan motivasi wisatawan terhadap keputusan berkunjung

Sub Hipotesis yang akan di uji dalam rangka penerimaan dan penolakan sub hipotesis dalam penelitian ini dapat ditulis sebagai berikut:

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

$H_0 = 0$, Tidak terdapat pengaruh yang signifikan *nature* terhadap keputusan berkunjung

$H_a \neq 0$, Terdapat pengaruh signifikan *nature* terhadap keputusan berkunjung

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

$H_0 = 0$, Tidak terdapat pengaruh yang signifikan *activities* terhadap keputusan berkunjung

$H_a \neq 0$, Terdapat pengaruh signifikan *activities* terhadap keputusan berkunjung

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

$H_0 = 0$, Tidak terdapat pengaruh yang signifikan *attraction* terhadap keputusan berkunjung

$H_a \neq 0$, Terdapat pengaruh signifikan *attraction* terhadap keputusan berkunjung

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

$H_0 = 0$, Tidak terdapat pengaruh yang signifikan *novelty* terhadap keputusan berkunjung

$H_a \neq 0$, Terdapat pengaruh signifikan *novelty* terhadap keputusan berkunjung

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

$H_0 = 0$, Tidak terdapat pengaruh yang signifikan *escape from routine* terhadap keputusan berkunjung

$H_a \neq 0$, Terdapat pengaruh signifikan *escape from routine* terhadap keputusan berkunjung