

## BAB III

### OBJEK DAN METODE PENELITIAN

#### 3.1 Objek Penelitian

Penelitian ini menganalisis pengaruh media iklan brosur terhadap keputusan berkunjung wisatawan di Wana Wisata Penangkaran Buaya Blanakan. Adapun yang menjadi variabel bebas *X (independent variable)* dalam penelitian ini, yaitu media iklan brosur (*X*) jenis dan ukuran huruf brosur, penggunaan bahasa pada brosur, penyebaran brosur, warna brosur, tulisan dan gambar brosur, serta isi brosur. Sedangkan variabel terikat (*dependent variable*), yaitu keputusan berkunjung (*Y*) yang meliputi: pemilihan produk wisata, pemilihan Wana Wisata Penangkaran Buaya Blanakan, pemilihan saluran, penentuan waktu berkunjung, dan jumlah kunjungan.

Pada penelitian ini yang menjadi responden, yaitu wisatawan Wana Wisata Penangkaran Buaya Blanakan. Tujuan dari penelitian ini, yaitu untuk mengetahui pengaruh media iklan brosur terhadap keputusan berkunjung wisatawan di Wana Wisata Penangkaran Buaya Blanakan.

Berdasarkan kurun waktu penelitian yang dilaksanakan satu kali dan dalam jangka waktu kurang dari satu tahun, yaitu mulai dari bulan Juli 2012 sampai dengan bulan Mei 2013, maka metode penelitian yang dipergunakan adalah metode *cross sectional*. Metode *cross sectional* adalah metode penelitian yang mempelajari objek dalam kurun waktu tertentu. (Sugiyono, 2008:5)

## 3.2 Metode Penelitian

### 3.2.1 Sifat/ Jenis Penelitian dan Metode yang Digunakan

Berdasarkan variabel-variabel yang diteliti maka jenis penelitian dari penelitian ini adalah penelitian *deskriptif* dan *verifikatif*. Menurut pendapat Sugiyono (2008:86) *deskriptif* adalah uraian sistematis tentang teori (dan bukan sekedar pakar atau penulis buku) dari hasil penelitian yang relevan dengan variabel yang diteliti. Melalui penelitian *deskriptif* maka dapat diperoleh deskripsi mengenai atribut media iklan brosur dan keputusan berkunjung wisatawan di Wana Wisata Penangkaran Buaya Blanakan.

Adapun jenis penelitian *verifikatif* menguji kebenaran suatu hipotesis yang dilakukan melalui pengumpulan data di lapangan, dalam hal ini penelitian *verifikatif* bertujuan untuk mengetahui pengaruh media iklan brosur terhadap keputusan berkunjung wisatawan di Wana Wisata Penangkaran Buaya Blanakan.

Berdasarkan jenis penelitiannya, yaitu penelitian *deskriptif* dan *verifikatif* maka metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah *explanatory survey*. Menurut Sugiyono (2008:11) *Survey* adalah metode yang digunakan untuk mendapatkan data dari tempat tertentu yang alamiah (bukan buatan), tetapi peneliti melakukan perlakuan dalam pengumpulan data.

### 3.2.2 Operasionalisasi Variabel

Operasionalisasi variabel yang diteliti terdiri dari dua variabel diantaranya, yaitu 1) Media Iklan Brosur (X) yang terdiri dari jenis dan ukuran huruf brosur, penggunaan bahasa pada brosur, penyebaran brosur, warna brosur, tulisan dan gambar brosur, serta isi brosur. 2) Keputusan berkunjung (Y) yang terdiri dari

pemilihan produk wisata, pemilihan Wana Wisata Penangkaran Buaya Blanakan, pemilihan saluran, penentuan waktu berkunjung, dan jumlah kunjungan. Adapun operasionalisasi variabel dapat dilihat pada Tabel 3.1

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

Variabel	Sub Variabel	Ukuran	Skala	No. Item
<b>Media Cetak</b> Media yang statis dan mengutamakan pesan-pesan dengan sejumlah kata, gambar atau foto, baik dalam tata warna maupun hitam putih.  Fandy Tjiptono (2008:243)	<ul style="list-style-type: none"> <li>Jenis dan ukuran huruf brosur</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Tingkat kemenarikan jenis huruf yang digunakan pada brosur</li> </ul>	Ordinal	1
		<ul style="list-style-type: none"> <li>Tingkat kejelasan ukuran dan jenis huruf pada brosur</li> </ul>	Ordinal	2
		<ul style="list-style-type: none"> <li>Tingkat kemudahan untuk dibaca</li> </ul>	Ordinal	3
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Penggunaan bahasa dalam brosur</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Tingkat kemudahan dalam memahami bahasa yang ditulis pada brosur</li> </ul>	Ordinal	4
		<ul style="list-style-type: none"> <li>Tingkat kesederhanaan bahasa yang digunakan</li> </ul>	Ordinal	5
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Tulisan dan gambar pada brosur</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Tingkat Kemenarikan gambar pada brosur</li> </ul>	Ordinal	6

Variabel	Sub Variabel	Ukuran	Skala	No.Item
		<ul style="list-style-type: none"> <li>Tingkat kesesuaian gambar pada brosur</li> </ul>	Ordinal	7
		<ul style="list-style-type: none"> <li>Tingkat kemenarikan penulisan pada brosur</li> </ul>	Ordinal	8
		<ul style="list-style-type: none"> <li>Tingkat kejelasan penulisan pada brosur</li> </ul>	Ordinal	9
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Warna brosur</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Tingkat kemenarikan warna pada brosur</li> </ul>	Ordinal	10
		<ul style="list-style-type: none"> <li>Tingkat kesesuaian warna yang dipakai pada brosur</li> </ul>	Ordinal	11
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Penyebaran brosur</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Tingkat strategis lokasi penyebaran media brosur</li> </ul>	Ordinal	12
		<ul style="list-style-type: none"> <li>Ketepatan waktu penyebaran brosur</li> </ul>		13
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Isi brosur</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Tingkat kejelasan informasi dalam brosur</li> </ul>	Ordinal	14

Variabel	Sub Variabel	Ukuran	Skala	No.Item
		<ul style="list-style-type: none"> <li>Tingkat kemenarikan produk dan jasa yang ditawarkan dalam brosur</li> </ul>	Ordinal	15

Variabel	Sub Variabel	Ukuran	Skala	No.Item
<p><b>Keputusan Pembelian Y</b></p> <p>Perilaku konsumen mengacu kepada perilaku pembelian individu konsumen akhir dan rumah tangga yang membeli barang/ jasa untuk konsumsi pribadi.</p> <p><b>Kotler dan Amstrong (2009)</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Pemilihan produk wisata</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Tingkat keunggulan Wana Wisata Penangkaran Buaya Blanakan</li> </ul>	Ordinal	16
		<ul style="list-style-type: none"> <li>Tingkat keberagaman Wana Wisata Penangkaran Buaya Blanakan</li> </ul>	Ordinal	17
		<ul style="list-style-type: none"> <li>Tingkat manfaat produk Wana Wisata Penangkaran Buaya Blanakan</li> </ul>	Ordinal	18
		<ul style="list-style-type: none"> <li>Tingkat daya tarik Wana Wisata Penangkaran Buaya Blanakan</li> </ul>	Ordinal	19

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pemilihan Wana Wisata Penangkaran Buaya Blanakan</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tingkat reputasi Wana Wisata Penangkaran Buaya Blanakan</li> </ul>	Ordinal	20
<b>Variabel</b>	<b>Sub Variabel</b>	<b>Ukuran</b>	<b>Skala</b>	<b>No.Item</b>
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tingkat kepopuleran Wana Wisata Penangkaran Buaya Blanakan</li> </ul>	Ordinal	21
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pemilihan saluran</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tingkat kestrategisan lokasi Wana Wisata Penangkaran Buaya</li> </ul>	Ordinal	22
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tingkat kemudahan akomodasi dalam menjangkau Wana Wisata Penangkaran Buaya Blanakan</li> </ul>	Ordinal	23
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Penentuan waktu berkunjung</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tingkat kesempatan berkunjung pada saat liburan</li> </ul>	Ordinal	24
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tingkat kesempatan berkunjung pada saat acara tertentu (<i>event</i>)</li> </ul>	Ordinal	25



		<ul style="list-style-type: none"> <li>Tingkat kesempatan berkunjung pada saat waktu luang</li> </ul>	Ordinal	26
Variabel	Sub Variabel	Ukuran	Skala	No.Item
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Jumlah kunjungan</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Frekuensi berkunjung</li> </ul>	Ordinal	27
		<ul style="list-style-type: none"> <li>Tingkat keputusan berkunjung sesuai dengan kebutuhan</li> </ul>	Ordinal	28

Sumber: Pengolahan data, 2013.

### 3.2.3 Jenis dan Sumber Data

#### 3.2.3.1 Jenis Data

Data dalam penelitian ini, jenis data dapat dibedakan menjadi dua, yaitu data sekunder dan primer.

- Menurut Sugiyono (2008:193) Data sekunder, yaitu sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data sekunder yang diperoleh, yaitu dokumen dari Perum Perhutani Unit III Jawa Barat Banten, dan literatur.
- Menurut Sugiyono (2008:193) Data primer, yaitu sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Dalam hal ini, peneliti melakukan observasi secara langsung ke Wana Wisata Penangkaran Buaya Blanakan.

Mila Mar'atus Sholihat, 2013

Pengaruh Media Iklan Brosur Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Wana Wisata Penangkaran Buaya Blanakan (Survey Pada Wisatawan Wana Wisata Penangkaran Buaya Blanakan) Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

### 3.2.3.2 Sumber Data

Berikut ini data dan sumber data yang digunakan dalam penelitian terdapat pada Tabel 3.2, yaitu:

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

No	Data Penelitian	Jenis Data	Sumber Data
1	Data pertumbuhan kunjungan wisatawan yang berkunjung ke destinasi yang ada di Jawa Barat	Sekunder	Disbudpar Kab/Kota di Jawa Barat, 2012.
2	Data profil Wana Wisata Penangkaran Buaya Blanakan	Sekunder	Perum Perhutani Unit III Jawa Barat Banten, 2012.
3	Tanggapan Wisatawan Terhadap media iklan brosur Wana Wisata Penangkaran Buaya Blanakan	Primer	Wisatawan di Wana Wisata Penangkaran Buaya Blanakan.
5	Tanggapan Wisatawan Terhadap Keputusan Berkunjung di Wana Wisata Penangkaran Buaya Blanakan	Primer	Wisatawan Nusantara di Wana Wisata Penangkaran Buaya Blanakan.

Sumber: Dimodifikasi dari berbagai literatur, 2013

### 3.2.4 Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling

#### 3.2.4.1 Populasi

Menentukan suatu populasi dalam sebuah penelitian merupakan salah satu hal yang penting. M. Nasir (2003:271) mengemukakan bahwa populasi adalah kumpulan dari individu dengan serta ciri-ciri yang telah ditetapkan. Suharsimi Arikunto (2010:173) Populasi adalah keseluruhan subjek penelitian.

Mila Mar'atus Sholihat, 2013

Pengaruh Media Iklan Brosur Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Wana Wisata Penangkaran Buaya Blanakan (Survey Pada Wisatawan Wana Wisata Penangkaran Buaya Blanakan)  
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu



Sugiyono (2008:115) Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Adapun yang menjadi populasi penelitian ini adalah wisatawan di Wana Wisata Penangkaran Buaya Blanakan sebanyak 12.035 yaitu dari populasi wisatawan usia dewasa.

#### **3.2.4.2 Sampel**

Menurut Sugiyono (2008:116) Sampel adalah bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Pada suatu penelitian tidak mungkin semua populasi diteliti, dalam hal ini disebabkan beberapa faktor, diantaranya keterbatasan biaya, tenaga, dan waktu yang tersedia sehingga peneliti diperkenankan mengambil sebagian dari objek populasi yang ditentukan dengan catatan bagian yang diambil tersebut mewakili yang tidak diteliti.

Menurut Sugiyono (2008:116), “Bila populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada populasi, misalnya keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Apa yang dipelajari dari sampel itu kesimpulannya akan diberlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel dari populasi harus betul-betul representatif (mewakili). Data yang dimiliki dalam penelitian ini adalah sebagian dari seluruh wisatawan yang berkunjung ke Wana Wisata Penangkaran Buaya Blanakan.

Berdasarkan pendapat para ahli di atas, kita tidak perlu meneliti seluruh populasi, tetapi mengambil sampel yakni sebagian dari populasi yang dianggap mewakili seluruh populasi. Dalam menentukan jumlah sampel digunakan rumus pengambilan sampel dari Slovin dalam Husein Umar (2003:141), yaitu sebagai berikut:

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

Keterangan:

n = Ukuran Sampel

N = Ukuran Populasi

e = Kelonggaran ketidakteelitian karena kesalahan sampel yang dapat ditolerir

Perhitungan Rumus Slovin

n = Sampel

N = 12.035

e = 10%

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

$$n = \frac{12.035}{1+12.035(0,1)^2}$$

$$n = \frac{12.035}{1024.5}$$

n = 99,90 dibulatkan 100

Mila Mar'atus Sholihat, 2013

Pengaruh Media Iklan Brosur Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Wana Wisata Penangkaran Buaya Blanakan (Survey Pada Wisatawan Wana Wisata Penangkaran Buaya Blanakan) Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Sehingga, jumlah sampel minimal yang diteliti adalah berjumlah 100 orang responden.

#### **3.2.4.3 Teknik Sampling**

Sugiyono (2008:122) Teknik sampling merupakan teknik pengambilan sampel. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan *simple random sampling* karena populasi dianggap homogen. Langkah-langkah dalam mendapatkan data, yaitu sebagai berikut:

1. Menentukan populasi sasaran, dalam penelitian ini yang dijadikan populasi sasaran adalah wisatawan Wana Wisata Penangkaran Buaya Blanakan.
2. Menentukan tempat tertentu sebagai *check point*, dalam penelitian ini yang menjadi tempat *check point* adalah pintu masuk Wana Wisata Penangkaran Buaya Blanakan.
3. Menentukan waktu, dalam penelitian waktu yang digunakan adalah 08.00 – 15.00 WIB.
4. Menentukan ukuran sampel, rumus yang digunakan untuk mencari sampel dalam penelitian ini adalah rumus Slovin. Sehingga setelah dihitung diperoleh sampel berukuran 100.

#### **3.2.5 Teknik Pengumpulan Data**

1. Wawancara

Sebagai teknik komunikasi langsung dengan pihak Disbudpar Tasikmalaya. Wawancara ini dilakukan terhadap Bpk Santoso selaku kepala pengembangan Wana Wisata Penangkaran Buaya Blanakan untuk memperoleh data mengenai:

profil perusahaan dan untuk mengetahui media iklan brosur di Wana Wisata Penangkaran Buaya Blanakan.

## 2. Observasi

Observasi dilakukan dengan meninjau serta melakukan pengamatan langsung terhadap destinasi yang diteliti, yaitu Wana Wisata Penangkaran Buaya Blanakan, khususnya mengenai media iklan brosur yang dimiliki Wana Wisata Penangkaran Buaya Blanakan.

## 3. Kuisioner

Merupakan teknik pengumpulan data melalui penyebaran seperangkat daftar pertanyaan tertulis. Angket berisi pertanyaan dan pernyataan mengenai karakteristik responden, pengalaman responden, media iklan brosur dan keputusan berkunjung di Wana Wisata Penangkaran Buaya Blanakan.

## 4. Studi literatur

Studi literatur merupakan usaha pengumpulan informasi yang berhubungan dengan teori-teori yang kaitannya dengan masalah variabel yang diteliti, yaitu media iklan brosur dan keputusan berkunjung.

Teknik pengumpulan data dapat dilihat pada tabel di berikut ini, yaitu sebagai berikut:

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

No	Teknik Pengumpulan Data	Sumber Data
1	Wawancara	Kepala pengembangan Wana Wisata Penangkaran Buaya Blanakan
2	Observasi	Media iklan di Wana Wisata Penangkaran

Mila Mar'atus Sholihat, 2013

Pengaruh Media Iklan Brosur Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Wana Wisata Penangkaran Buaya Blanakan (Survey Pada Wisatawan Wana Wisata Penangkaran Buaya Blanakan)  
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

3	Kuisisioner	Buaya Blanakan Pengunjung Wana Wisata Penangkaran Buaya Blanakan
4	Literatur	Teori mengenai media iklan brosur dan keputusan berkunjung

Sumber: Modifikasi dari berbagai literatur, 2013

### 3.2.6 Pengujian Validitas dan Reliabilitas

Pada suatu penelitian, data merupakan hal yang paling penting hal tersebut disebabkan karena data merupakan gambaran dari variabel yang diteliti serta berfungsi membentuk hipotesis. Oleh karena itu benar tidaknya data akan sangat menentukan mutu hasil penelitian. Sedangkan benar tidaknya tergantung dari baik tidaknya instrumen pengumpulan data. Instrumen yang baik harus memenuhi dua persyaratan penting, yaitu valid dan reliabel.

#### 3.2.6.1 Pengujian Validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan kevalidan dari suatu instrumen. Sebaliknya instrumen yang kurang memiliki validitas rendah. Uma Sekaran (2006:42) validitas merupakan bukti bahwa instrument, teknik, atau proses yang digunakan untuk mengukur sebuah konsep benar-benar mengukur konsep yang dimaksudkan. Adapun rumus yang digunakan untuk menghitung kevalidan dari suatu instrumen adalah rumus korelasi *product moment person*, sebagai berikut:

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

(Riduwan, 2010: 110)

Mila Mar'atus Sholihat, 2013

Pengaruh Media Iklan Brosur Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Wana Wisata Penangkaran Buaya Blanakan (Survey Pada Wisatawan Wana Wisata Penangkaran Buaya Blanakan) Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Keterangan:

$r_{hitung}$  = koefisien validitas item yang dicari

X = skor yang diperoleh subjek dari keseluruhan 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

Selanjutnya dihitung dengan Uji-t dengan rumus:

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

Keterangan:

t = Nilai  $t_{hitung}$

r = Koefisien korelasi hasil  $r_{hitung}$

n = Jumlah responden

Keputusan pengujian validitas responden dengan menggunakan taraf signifikan 5% dan derajat kebebasan ( $dk = n - 2$ ) sebagai berikut:

1. Item pertanyaan yang diteliti dikatakan valid jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$
2. Item pertanyaan yang diteliti dikatakan tidak valid jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$

Mila Mar'atus Sholihat, 2013

Pengaruh Media Iklan Brosur Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Wana Wisata Penangkaran Buaya Blanakan (Survey Pada Wisatawan Wana Wisata Penangkaran Buaya Blanakan) Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu



Jika instrument itu valid, maka dilihat criteria penafsiran mengenai indeks korelasinya ( $r$ ) sebagai berikut:

Antara 0,800 sampai dengan 1,000: sangat tinggi

Antara 0,600 sampai dengan 0,799: tinggi

Antara 0,400 sampai dengan 0,599: cukup tinggi

Antara 0,200 sampai dengan 0,399: rendah

Antara 0,000 sampai dengan 0,199: sangat rendah (tidak valid)

Berdasarkan pengolahan data dengan menggunakan *software computer* SPSS *statistic version 20* menunjukkan bahwa item-item pertanyaan dalam kuesioner terdapat valid dan tidak valid, dimana  $t_{tabel}$  bernilai 2,048. Untuk lebih jelas dapat dilihat pada tabel berikut:

**TABEL 3.4**  
**HASIL PENGUJIAN VALIDITAS**

<b>Media Iklan Brosur X</b>					
<b>No</b>	<b>Jenis dan ukuran huruf brosur</b>	<b>r</b>	<b><math>t_{hitung}</math></b>	<b><math>t_{tabel}</math></b>	<b>Keterangan</b>
1	Tingkat kemenarikan jenis huruf yang digunakan pada brosur	0.541	3.40384	2.048	Valid
2	Tingkat kejelasan ukuran dan jenis huruf pada brosur	0.791	6.84124	2.048	Valid
3	Tingkat kemudahan untuk dibaca	0.745	5.90973	2.048	Valid
<b>No</b>	<b>Penggunaan bahasa dalam brosur</b>	<b>r</b>	<b><math>t_{hitung}</math></b>	<b><math>t_{tabel}</math></b>	<b>Keterangan</b>
4	Tingkat kemudahan dalam memahami bahasa yang ditulis pada brosur	0.895	10.6170	2.048	Valid
5	Tingkat kesederhanaan bahasa yang digunakan	0.785	6.70518	2.048	Valid
<b>No</b>	<b>Tulisan dan gambar pada brosur</b>	<b>r</b>	<b><math>t_{hitung}</math></b>	<b><math>t_{tabel}</math></b>	<b>Keterangan</b>
6	Tingkat Kemenarikan gambar pada brosur	0.765	6.28542	2.048	Valid
7	Tingkat kesesuaian gambar pada brosur	0.605	4.02067	2.048	Valid
8	Tingkat kemenarikan penulisan pada brosur	0.629	4.28136	2.048	Valid
9	Tingkat kejelasan penulisan pada brosur	0.600	3.96863	2.048	Valid
<b>No</b>	<b>Warna brosur</b>	<b>r</b>	<b><math>t_{hitung}</math></b>	<b><math>t_{tabel}</math></b>	<b>Keterangan</b>
10	Tingkat kemenarikan warna pada brosur	0.644	4.4544	2.048	Valid
11	Tingkat kesesuaian warna yang dipakai pada brosur	0.846	8.39601	2.048	Valid

Mila Mar'atus Sholihat, 2013

Pengaruh Media Iklan Brosur Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Wana Wisata Penangkaran Buaya Blanakan (Survey Pada Wisatawan Wana Wisata Penangkaran Buaya Blanakan)  
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

No	Penyebaran brosur	r	t <sub>hitung</sub>	t <sub>tabel</sub>	Keterangan
12	Tingkat strategis lokasi penyebaran media brosur	0.550	3.48473	2.048	Valid
13	Ketepatan waktu penyebaran brosur	0.759	6.16850	2.048	Valid
No	Isi brosur	r	t <sub>hitung</sub>	t <sub>tabel</sub>	Keterangan
14	Tingkat kejelasan informasi dalam brosur	0.782	6.63902	2.048	Valid
15	Tingkat kemenarikan produk dan jasa yang ditawarkan dalam brosur	0.709	5.31995	2.048	Valid
Keputusan Berkunjung Y					
No	Keputusan berkunjung Y	r	t <sub>hitung</sub>	t <sub>tabel</sub>	Keterangan
16	Tingkat keunggulan Wana Wisata Penangkaran Buaya Blanakan	0.678	4.88073	2.048	Valid
17	Tingkat keberagaman Wana Wisata Penangkaran Buaya Blanakan	0.539	3.38609	2.048	Valid
18	Tingkat manfaat produk Wana Wisata Penangkaran Buaya Blanakan	0.439	2.58542	2.048	Valid
21	Tingkat kepopuleran Wana Wisata Penangkaran Buaya Blanakan	0.570	3.67088	2.048	Valid
22	Tingkat kestrategisan lokasi Wana Wisata Penangkaran Buaya	0.780	6.59557	2.048	Valid
23	Tingkat kemudahan akomodasi dalam menjangkau Wana Wisata Penangkaran Buaya Blanakan	0.663	4.68631	2.048	Valid
24	Tingkat kesempatan berkunjung pada saat liburan	0.711	5.35026	2.048	Valid
25	Tingkat kesempatan berkunjung pada saat acara tertentu ( <i>event</i> )	0.663	4.68631	2.048	Valid
27	Frekuensi berkunjung	0.594	3.90713	2.048	Valid

Sumber: Hasil pengolahan data, 2013

Berdasarkan hasil pengujian pada Tabel 3.4 dari total pernyataan variabel media iklan brosur sebanyak 15 pertanyaan dinyatakan valid dan 9 pertanyaan dari variabel keputusan berkunjung yang dinyatakan valid serta 4 pertanyaan dari variabel keputusan berkunjung yang dinyatakan tidak valid. (Hasil perhitungan terlampir).

Pada Tabel 3.4 menunjukkan bahwa validitas terhadap media iklan brosur. Menunjukkan nilai tertinggi terdapat pada instrumen subvariabel penggunaan bahasa dalam brosur pada item pertanyaan tingkat kemudahan dalam memahami bahasa yang ditulis pada brosur yang bernilai 0.895. Sedangkan nilai terendah

Mila Mar'atus Sholihat, 2013

Pengaruh Media Iklan Brosur Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Wana Wisata Penangkaran Buaya Blanakan (Survey Pada Wisatawan Wana Wisata Penangkaran Buaya Blanakan)  
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

terdapat pada instrumen keputusan berkunjung item pertanyaan tingkat manfaat produk Wana Wisata Penangkaran Buaya Blanakan yang bernilai 0.439.

### 3.2.6.2 Pengujian Reliabilitas

Reliabilitas merupakan suatu ukuran yang menunjukkan bahwa suatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpulan data karena instrumen tersebut sudah baik. Reliabilitas menunjukkan tingkat keterandalan tertentu (Suharsimi Arikunto, 2010:221) Reliabilitas berarti menunjuk pada suatu pengertian bahwa suatu instrument cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data, karena *reliable*, yaitu dapat dipercaya atau dapat diandalkan. Adapun rumus yang digunakan untuk mengukur reliabilitas adalah *Cronbach alpha*, yaitu:

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

(Husein Umar, 2003:146)

Keterangan:

$r_{11}$  = reliabilitas instrumen

$k$  = banyaknya butir pertanyaan

$\sigma_b^2$  = varians total

$\sigma_t^2$  = jumlah varian butir

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

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

(Husein Umar, 2003:147)

Keputusan uji reliabilitas memiliki ketentuan sebagai berikut:

1. Jika koefisien internal seluruh item ( $r_i$ )  $\geq r_{\text{tabel}}$  dengan tingkat signifikansi 5%, maka item pertanyaan reliabel.
2. Jika koefisien internal seluruh item ( $r_i$ )  $< r_{\text{tabel}}$  dengan tingkat signifikansi 5%, maka item pertanyaan reliabel.

Hasil pengujian reliabilitas media iklan brosur yang terdiri dari jenis dan ukuran huruf brosur, penggunaan bahasa pada brosur, penyebaran brosur, warna brosur, tulisan dan gambar brosur, serta isi brosur dengan keputusan berkunjung yang terdiri dari pemilihan produk wisata, pemilihan Wana Wisata Penangkaran Buaya Blanakan, pemilihan saluran, penentuan waktu berkunjung, dan jumlah kunjungan. Pengujian reliabilitas menggunakan SPSS 20 model *Product Moment* (Pearson) dinyatakan reliabel karena nilai reliabilitas untuk variabel atribut produk wisata dengan *cronbach alpha* 0.77 dan keputusan berkunjung dengan *cronbach alpha* 0.73 lebih besar dari nilai minimal yaitu 0,70.

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

Variabel	<i>Cronbach alpha</i>	<i>Cronbach alpha minimal</i>	Keterangan
Atribut Produk Wisata (X)	0.77	0.70	Reliabel
Keputusan Berkunjung (Y)	0.73	0.70	Reliabel

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2013

### 3.2.7 Rancangan Analisis Data dan Pengujian Hipotesis

Mila Mar'atus Sholihat, 2013

Pengaruh Media Iklan Brosur Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Wana Wisata Penangkaran Buaya Blanakan (Survey Pada Wisatawan Wana Wisata Penangkaran Buaya Blanakan) Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

### 3.2.7.1 Rancangan Analisis Data

Teknik analisis data merupakan teknik untuk mengolah, mengukur dan menganalisis pengaruh variabel X terhadap variabel Y. Variabel X dalam penelitian ini, yaitu media iklan brosur yang mempunyai sub variabel diantaranya: Jenis dan ukuran huruf brosur, Penggunaan bahasa dalam brosur, Penyebaran brosur, Warna yang dipakai, Tulisan dan gambar pada brosur, dan isi brosur. Adapun variabel Y, yaitu keputusan berkunjung yang mempunyai sub variabel diantaranya: pemilihan produk wisata, pemilihan Wana Wisata Penangkaran Buaya Blanakan, pemilihan saluran, penentuan waktu berkunjung, dan jumlah kunjungan. Pada penelitian ini alat yang digunakan untuk mengetahui tanggapan wisatawan, yaitu angket yang berisi pertanyaan-pertanyaan mengenai variabel X dan variabel Y. Menurut Moch. Ali dalam skripsi Phopi (2008:34) kategori hasil perhitungan digunakan kriteria penafsiran sebagai berikut:

**TABEL 3.6**  
**KRITERIA PENAFSIRAN HASIL PERHITUNGAN RESPONDEN**

No	Kriteria Penafsiran	Keterangan
1	0%	Tidak seorangpun
2	1% - 25%	Sebagian kecil
3	26% - 49%	Hampir setengahnya
4	50%	Setengahnya
5	51% - 75%	Sebagian besar
6	76% - 99%	Hampir seluruhnya
7	100%	Seluruhnya

Sumber : Muh. Ali dalam skripsi phopi (2008:34)

Adapun Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu analisis regresi linier ganda (*Multiple Regression*). Analisis regresi linier ganda (*Multiple Regression*) adalah suatu alat analisis peramalan nilai pengaruh dua



variabel bebas (X) atau lebih terhadap variabel terikat (Y) untuk membuktikan ada atau tidaknya hubungan kausal antara dua variabel bebas atau lebih.

Selain itu data yang diperoleh dari hasil penelitian ini adalah data ordinal, baik untuk variabel X maupun variabel Y. Oleh karena itu data ordinal dapat memberikan informasi mengenai pengaruh media iklan brosur terhadap keputusan berkunjung di Wana Wisata Penangkaran Buaya Blanakan. Namun sebelumnya data ordinal yang terkumpul terlebih dahulu akan ditransformasikan menjadi skala interval dengan menggunakan *Method Of Successive Interval (MSI)*. Berikut langkah-langkah-langkahnya menurut Harun Al Rasyid (2000:131), yaitu:

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

$$\text{Scale} = \frac{(\text{Density at Lower Linear}) - (\text{Density at Upper Linear})}{(\text{Area Below Upper Linear}) - (\text{Area Below Lower Linear})}$$



Data yang sudah berskala interval selanjutnya akan ditentukan data variabel independen dengan variabel dependen serta ditentukan persamaan yang berlaku untuk pasangan-pasangan tersebut.

### 3.2.7.2 Pengujian Hipotesis

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian adalah metode analisis regresi linier ganda (*Multiple Regression*). Analisis regresi linier ganda adalah satu analisis peramalan nilai pengaruh dua variabel bebas (X) atau lebih terhadap variabel terikat (Y) untuk membuktikan ada atau tidaknya hubungan kausal antara dua variabel bebas atau lebih.

Persamaan regresi linier berganda, dua variabel bebas dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 \text{ (Singgih Santoso, 2012:356)}$$

Penelitian ini menganalisis media iklan brosur sebagai variabel X yang terdiri dari jenis dan ukuran huruf brosur ( $X_1$ ), penggunaan bahasa dalam brosur ( $X_2$ ), penyebaran brosur ( $X_3$ ), dan warna yang dipakai dalam brosur ( $X_4$ ), tulisan dan gambar dalam brosur ( $X_5$ ), dan isi brosur ( $X_6$ ). Langkah-langkah menjawab regresi linier ganda:

1. Menentukan mana variabel bebas (Independen) dan mana variabel tergantung (Dependen).
2. Menentukan metode pembuatan model regresi (*Enter, Stepwise, Forward, Backward*).
3. Melihat ada tidaknya data yang outlier (*ekstrem*).

4. Menguji asumsi-asumsi pada regresi berganda, seperti Normalitas, Linieritas, Heteroskedastisitas dan lainnya.
5. Menguji signifikansi model (uji t, uji f, dan sebagainya).
6. Interpretasi model regresi berganda.

Pengujian hipotesis dengan tujuan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan yang cukup jelas dan dapat dipercaya antara variabel independen dengan variabel dependen, yang pada akhirnya akan diambil suatu kesimpulan  $H_0$  ditolak atau  $H_a$  diterima dari hipotesis yang telah dirumuskan. Rancangan hipotesis dalam penelitian ini adalah:

$H_0 : \rho = 0$ , artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara media iklan brosur yang terdiri dari jenis dan ukuran huruf brosur, penggunaan bahasa dalam brosur, penyebaran brosur, warna yang dipakai, tulisan dan gambar pada brosur, dan isi brosur terhadap keputusan berkunjung wisatawan di Wana Wisata Penangkaran Buaya Blanakan.

$H_a : \rho \neq 0$ , artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara media iklan brosur yang terdiri dari jenis dan ukuran huruf brosur, penggunaan bahasa dalam brosur, penyebaran brosur, warna yang dipakai, tulisan dan gambar pada brosur, dan isi brosur terhadap keputusan berkunjung wisatawan di Wana Wisata Penangkaran Buaya Blanakan.



**Mila Mar'atus Sholihat, 2013**

Pengaruh Media Iklan Brosur Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Wana Wisata  
Penangkaran Buaya Blanakan (Survey Pada Wisatawan Wana Wisata Penangkaran Buaya Blanakan)  
Universitas Pendidikan Indonesia | [repository.upi.edu](http://repository.upi.edu) | [perpustakaan.upi.edu](http://perpustakaan.upi.edu)