

## BAB III

### OBJEK DAN METODE PENELITIAN

#### 3.1 Objek Penelitian

Terdapat banyak pengertian mengenai apa itu objek penelitian. Salah satunya adalah pengertian yang dikemukakan oleh Husein Umar (2007, hlm. 303) yang mengatakan bahwa objek penelitian menjelaskan tentang apa dan siapa yang menjadi objek ketika penelitian dilakukan. Dalam penelitian ini objek yang akan diteliti adalah variabel. Yaitu variabel X sebagai variabel bebas (Independen) dan variabel Y sebagai variabel terikat (dependen). Zikmund et. al. (2010, hlm. 42) menyebutkan bahwa variabel adalah “*anything that may assume different numerical values; the empirical assessment of concept*”.

Penelitian ini menganalisa variabel independen yaitu *Islamic attribute of destination* yang terdiri dari *worship facilities*, *halalness*, dan *general Islamic morality*. Sementara variabel dependen yaitu keputusan berkunjung yang terdiri dari pemilihan produk atau jasa, pemilihan penyedia atau pemasok, jumlah pembelian, waktu kunjungan, metode pembayaran. Unit analisis dalam penelitian ini adalah wisatawan muslim Malaysia yang berkunjung ke Bandung. Penelitian ini dilakukan dalam kurun waktu kurang dari satu tahun maka digunakan pendekatan *cross sectional method*. Yaitu metode penelitian yang mempelajari objek dalam kurun waktu tertentu (tidak berkesinambungan dalam jangka waktu panjang).

Berdasarkan kedua objek penelitian yang telah disebutkan diatas, maka akan dianalisis mengenai pengaruh *Islamic attribute of destination* terhadap keputusan berkunjung wisatawan muslim Malaysia yang berkunjung ke Bandung.

#### 3.2 Metodologi Penelitian

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

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif dan verifikatif, didasarkan pada variabel-variabel yang telah disebutkan sebelumnya. Menurut Bhattacharjee (2012, hlm. 6) “*Descriptive research is directed at making careful observations and detailed documentation of a phenomenon of interest*”.

Zikmund dkk. (2010, hlm. 55) mendeskripsikan penelitian deskriptif sebagai “*describe characteristics of objects, people, groups, organizations, or environments. In other words, descriptive research tries to paint a picture of a given situation by addressing who, what, when, where, and how questions*”. Menurut Sugiyono (2012, hlm. 11) penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih (*independent*) tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan antara satu dengan variabel lain. Kothari (2004, hlm. 2) berpendapat bahwa “*Descriptive research includes surveys and fact-finding enquiries of different kinds. The major purpose of descriptive research is description of the state of affairs as it exists at present*”. Penelitian jenis deskriptif dalam penelitian ini berguna untuk mengetahui deskripsi mengenai gambaran *islamic attribute of destination* dan keputusan berkunjung wisatawan muslim Malaysia yang berkunjung ke Bandung.

Sementara, penelitian verifikatif digunakan untuk memperoleh hubungan sebab akibat antara dua variabel dan menguji kebenaran dari suatu hipotesis. Menurut Arikunto (2009, hlm. 8) penelitian verifikatif pada dasarnya menguji kebenaran dari suatu hipotesis yang dilaksanakan melalui pengumpulan data di lapangan dimana pengujian hipotesis tersebut menggunakan perhitungan statistik. Hubungannya dengan penelitian ini yaitu untuk mengetahui mengenai pengaruh *islamic attribute of destination* terhadap keputusan berkunjung wisatawan muslim Malaysia yang berkunjung ke Bandung.

Berdasarkan jenis penelitian deskriptif dan verifikatif, maka metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah *explanatory survey*. Metode *explanatory* menurut Singh (2006, hlm.7) digunakan untuk mengetahui hubungan dari variabel-variabel tertentu. Menurut Kerlinger dalam Sugiyono (2012, hlm. 12) metode *survey* adalah penelitian yang dilakukan pada populasi besar atau kecil, tetapi data yang dipelajari adalah data dari sampel yang diambil dari populasi tersebut, sehingga ditemukan kejadian-kejadian *relative, distributive* dan hubungan-hubungan antar variabel sosiologis maupun psikologis. Penelitian ini dilakukan pada saat waktu tertentu dan kurang dari satu tahun yang disebut *cross sectional*.

### 3.2.2 Operasionalisasi Variabel

Variabel yang diteliti pada penelitian ini adalah pengaruh *islamic attribute of destination* (X) yang terdiri dari *availability of worship facilities* (X<sub>1</sub>), *availability of halal food* (X<sub>2</sub>), *general Islamic morality* (X<sub>3</sub>), terhadap Keputusan berkunjung yang secara rinci disajikan pada tabel berikut :

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

Variabel / Sub Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
<i>islamic attribute of destination</i> (X)	<i>Islamic attributes are those factors that include to Muslim's needs such as providing Islamic dress code, halal food and halal drinks and availability of prayer's facilities.</i> Atribut islam merupakan faktor-faktor yang dapat memenuhi kebutuhan wisatawan muslim seperti menyediakan makanan dan minuman halal, menerapkan atau memakai baju yang sopan, serta ketersediaan tempat ibadah. Rahman, M.K.(2014).				
<i>Availability of Worship facilities</i> (X <sub>1</sub> )	<i>Worship facilities</i> yaitu tersedianya masjid atau musholla untuk melaksanakan shalat lima waktu merupakan salah satu factor penting yang menjadi pertimbangan wisatawan muslim.	Ketersediaan ruang atau tempat ibadah.	Tingkat ketersediaan tempat ibadah di destinasi wisata Bandung.	Ordinal	<b>III.A.1</b>
	Syed, Alhamarneh dan Steiner (dalam Battour, dkk.	Ketersediaan tempat wudhu.	Tingkat ketersediaan tempat wudhu di destinasi wisata Bandung.	Ordinal	<b>III.A.2</b>
		Ketersediaan alat ibadah.	Tingkat ketersediaan mukena atau sarung.	Ordinal	<b>III.A.3</b>

	2010)	Petunjuk kiblat.	Tingkat kejelasan petunjuk kiblat di tempat ibadah dan kamar hotel.	Ordinal	<b>III.A.4</b>
		adzan	Tingkat kejelasan terdengarnya laungan adzan	Ordinal	<b>III.A.5</b>
<b>Availability of Halal food (X2)</b>	<i>Halal food refers to food that can be lawfully consumed when condition for Islamic food preparation are met.</i> Battour, dkk. (2010)	Adanya makanan dan minuman halal	Tingkat ketersediaan makanan dan minuman halal	Ordinal	<b>III.B.1</b>
		Mudah ditemukannya akanan dan minuman halal.	Tingkat kemudahan untuk mendapatkan makanan dan minuman halal.	Ordinal	<b>III.B.2</b>
<b>General Islamic morality (X3)</b>	The shariah expressly forbids muslim from engaging in fornication or adultery. Battour, dkk. (2010)	Seragam karyawan yang digunakan sopan	Tingkat kesopanan Seragam karyawan.	Ordinal	<b>III.C.1</b>
		Pakaian sehari-hari masyarakat setempat.	Tingkat kesopanan pakaian yang dikenakan masyarakat setempat.	Ordinal	<b>III.C.2</b>
		Tercerminnya norma yang sesuai dengan ajaran Islam.	Tingkat tercerminnya norma yang sesuai dengan ajaran Islam.	Ordinal	<b>III.C.3</b>

Variabel / Sub Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	Item
<b>Keputusan berkunjung (Y)</b>	<i>Buyer's decision about which brand to purchase.</i> (2014:154)				Kotler dan Armstrong
<b>Pemilihan produk atau jasa</b>	Konsumen atau wisatawan akan memilih produk atau jasa apa yang diinginkan diantara pilihan yang ada. Kotler dan Armstrong (2014:171)	Keberagaman produk wisata.	Tingkat variasi pilihan destinasi wisata di Kota Bandung	Ordinal	<b>IV.1</b>
		Daya tarik produk wisata di Kota Bandung.	Tingkat kemenarikan destinasi pariwisata di Kota Bandung.	Ordinal	<b>IV.2</b>
		Layanan yang diberikan.	Tingkat kualitas layanan yang diberikan destinasi pariwisata Kota Bandung	Ordinal	<b>IV.3</b>
		Keunikan produk wisata di Kota Bandung	Tingkat keunikan destinasi wisata di Kota Bandung.	Ordinal	<b>IV.4</b>
		Keunggulan produk wisata di Kota Bandung	Tingkat keunggulan destinasi wisata di Kota Bandung	Ordinal	<b>IV.5</b>
<b>Pemilihan Penyalur</b>	Untuk mendapatkan produk atau jasa yang telah dipilih maka wisatawan kemudian akan menentukan dari mana mereka akan membelinya. Kotler dan Armstrong (2014:171)	Lokasi penyalur.	Tingkat kemudahan wisatawan untuk menjangkau penyalur.	Ordinal	<b>IV.6</b>
		Harga yang ditawarkan.	Tingkat keekonomisan harga yang ditawarkan.	Ordinal	<b>IV.7</b>
		Reputasi yang baik.	Penyalur memiliki reputasi yang baik.	Ordinal	<b>IV.8</b>
		Produk dan jasa yang ditawarkan.	Produk dan jasa yang ditawarkan sesuai dengan kebutuhan wisatawan.	Ordinal	<b>IV.9</b>
<b>Jumlah Kunjungan</b>	Wisatawan dapat memutuskan durasi dan	Frekuensi berkunjung ke destinasi wisata.	Tingkat frekuensi wisatawan melakukan kunjungan.	Ordinal	<b>IV.10</b>

	frekuensi kunjungan yang akan dilakukan. Kotler dan Armstrong (2014:171)	Lamanya durasi kunjungan.	Tingkat keinginan wisatawan untuk melakukan kunjungan ulang.	Ordinal	<b>IV.11</b>
<b>Waktu Kunjungan</b>	Keputusan wisatawan untuk melakukan kunjungan berbeda satu dengan yang lainnya disesuaikan dengan kebutuhan wisatawan. Kotler dan Armstrong (2014:171)	Kunjungan pada saat <i>peak season</i>	Tingkat kesediaan wisatawan untuk melakukan kunjungan pada saat <i>peak season</i> .	Ordinal	<b>IV.12</b>
		Kunjungan pada saat <i>low season</i> .	Tingkat kesediaan wisatawan untuk melakukan kunjungan pada saat <i>low season</i> .	Ordinal	<b>IV.13</b>
<b>Metode Pembayaran</b>	Wisatawan bisa menggunakan metode yang berbeda dalam proses pembayaran selama berwisata baik itu secara cash atau credit. Kotler dan Armstrong (2014:171)	Keragaman jenis pembayaran.	Tingkat ketersediaan beragam jenis pembayaran.	Ordinal	<b>IV.14</b>
		Kemudahan melakukan pembayaran.	Tingkat kemudahan wisatawan dalam melakukan pembayaran.	Ordinal	<b>IV.15</b>

Sumber : Diolah dari berbagai literatur, 2016

### 3.2.3 Jenis dan Sumber Data

Dalam melakukan penelitian, seorang peneliti harus didukung oleh data dan informasi. Menurut Zikmund, dkk. (2010, hlm.19) Informasi merupakan data yang telah terstruktur yang bisa mendukung keputusan pembelian atau mendeskripsikan hubungan antara dua fakta. Sedangkan data adalah fakta atau

fenomena yang direkam. Ada dua jenis data menurut cara memperolehnya, yaitu data primer dan data sekunder. Berikut pengertian kedua jenis data tersebut :

#### 1. Data Primer

Merupakan data yang dikumpulkan sendiri oleh peneliti dan langsung dari sumbernya

#### 2. Data sekunder

Menurut Saunders, dkk. (2007, hlm. 275) adalah data yang telah dikumpulkan sebelumnya untuk tujuan tertentu. Data sekunder bisa berbentuk publikasi atau lain sebagainya.

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

<b>Data Penelitian</b>	<b>Jenis Data</b>	<b>Sumber Data</b>
Profil Kota Bandung	Sekunder	<i>Website Pemerintah Kota Bandung</i>
Data Kunjungan Wisatawan Malaysia ke Bandung	Sekunder	Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung
Data destinasi wisata yang dimiliki Kota Bandung	Sekunder	Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung
Data Ranking Negara yang mengembangkan <i>Islamic Tourism</i>	Sekunder	<i>Muslim Global Travel Index</i>
Tanggapan mengenai Islamic attribute of destination terhadap keputusan berkunjung wisatawan muslim Malaysia ke Bandung	Primer	Wisatawan Malaysia yang berkunjung ke Bandung

Sumber : Hasil pengolahan data, 2016

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

#### **3.2.4.1 Populasi**

Populasi diperlukan dalam sebuah penelitian sebagai sumber data akurat. Populasi didefinisikan oleh Saunders, Mark. dkk (2007, hlm. 205) sebagai " *The full set of cases from which a sample is taken*". Menurut Yogesh Kumar Singh (2006, hlm. 82) "*Population means the characteristics of a specific group*". Sue Greener (2008, hlm. 48) menyatakan bahwa populasi adalah "*The full universe of people or things from which the sample is selected*". Populasi juga tidak sekedar jumlah yang ada pada subjek/objek penelitian, tetapi meliputi seluruh karakteristik/sifat yang dimiliki oleh subjek/objek penelitian.

Berdasarkan pengertian di atas maka populasi dalam penelitian ini adalah wisatawan Indonesia yang telah berkunjung ke Singapura. Pada tahun 2014 wisatawan Indonesia yang berkunjung ke Singapura berjumlah 2.827.533 orang.

### 3.2.4.2 Sampel

Sampel menurut Dr Greener (2008, hlm. 49) adalah bagian dari populasi yang dipilih untuk penelitian. Singh (2006, hlm. 82) menyatakan bahwa *“Sampling is indispensable technique of behavioural research, the research work cannot be undertaken without use of sampling”*. Sedangkan menurut Zikmund (2010, hlm. 68) *“Involves any procedure that draws conclusions based on measurements of a portion of the population”*.

Sampel dalam penelitian ini adalah sebagian dari populasi penelitian, yaitu sebagian dari wisatawan Malaysia yang berkunjung ke Bandung. Berikut merupakan rumus perhitungan untuk menentukan jumlah sampel yang dikemukakan oleh Tabanichnick and Fidel (2013, hlm. 123):

Rumus :

$N \geq 50 + 8m$ <p>Atau</p> $N \geq 103 + m$
---

Keterangan:

N = Jumlah sampel

m= Jumlah Variabel

Berdasarkan rumus Tabanichck dan Fidel tersebut, maka ukuran sampel pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$N \geq 103 + m$$

$$N \geq 103 + 8$$

$$N \geq 111$$

Dari hasil perhitungan di atas, diperoleh hasil sampel sebanyak 111 orang. Sehingga untuk hasil penelitian yang optimal, minimal responden yang dilibatkan dalam penelitian adalah 111 orang.



### 3.2.4.3 Teknik *Sampling*

Teknik *sampling* merupakan teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian. Menurut Saunders, dkk. (2007, hlm. 204) “*Sampling techniques provide a range of methods that enable you to reduce the amount of data you need to collect by considering only data from a subgroup rather than all possible cases or elements*”. Teknik sampel merupakan sekumpulan metode yang membantu peneliti untuk mengurangi jumlah data yang dibutuhkan untuk dikumpulkan dengan cara mempertimbangkan data yang hanya berasal dari *subgroup* saja. Sedangkan menurut Silalahi (2009, hlm. 255) Teknik *Sampling* adalah seperangkat prosedur untuk pemilihan unit-unit dari populasi yang dijadikan sebagai sampel.

Teknik *sampling* secara umum dapat diklasifikasikan kedalam dua bagian yaitu *probability sampling* dan *nonprobability sampling*. *Probability sampling* terdiri dari *sample random sampling*, *systematic sampling*, *stratification sampling*, dan *cluster sampling*. Penelitian ini menggunakan teknik *random sampling*. Dengan menggunakan teknik ini maka setiap bagian atau elemen dari populasi dianggap memiliki peluang yang sama untuk dipilih sebagai sampel.

### 3.2.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan cara untuk mengetahui informasi penting bagi sebuah penelitian. Data yang terkumpul kemudian diolah sehingga menunjukkan sebuah fakta. Siswanto (2012, hlm. 54) menyatakan bahwa pengumpulan data harus dilakukan secara sistematis, terarah dan sesuai dengan masalah penelitian. Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah:

1. Kuesioner/ Angket, merupakan cara mengumpulkan data melalui seperangkat daftar pertanyaan tertulis yang disebarkan kepada responden. Kuesioner dalam penelitian ini ditujukan kepada wisatawan muslim Malaysia yang berkunjung ke Bandung baik itu individu maupun grup. Kuesioner berisi pertanyaan mengenai karakteristik responden, pengalaman responden mengenai *islamic attribute of destination* dan keputusan berkunjung.
2. Observasi, observasi dilakukan untuk melihat, mengamati dan mencatat proses yang terjadi dalam suatu objek penelitian. Terutama mengenai masalah keputusan

berkunjung yang terjadi atas wisatawan Malaysia terhadap *islamic attribute of destination* di Kota Bandung.

3. Studi Literatur. Merupakan usaha-usaha yang dilakukan untuk mengumpulkan informasi dari teori-teori yang telah dikemukakan oleh peneliti sebelumnya mengenai *islamic attribute of destination* dan keputusan berkunjung di Kota Bandung.

4. Wawancara, untuk mendapatkan informasi yang akurat mengenai objek yang diteliti, maka wawancara dilakukan terhadap sumber terpercaya dan berwenang.

### 3.2.6 Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas

#### 3.2.6.1 Hasil Pengujian Validitas

Uji validitas perlu dilakukan untuk mengetahui tepat atau tidaknya kuesioner yang akan disebar. Validitas menurut Sugiyono (2012, hlm. 169) adalah instrument yang mempunyai validitas internal atau rasional, bila kriteria yang ada dalam instrument secara rasional (teoritis) telah mencerminkan apa yang diukur.

Rumus yang dapat digunakan dalam pengujian validitas adalah rumus korelasi sederhana atau disebut juga sebagai korelasi pearson. Adapun rumus korelasi product moment dapat dijabarkan sebagai berikut:

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

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 kuadran dalam skor distribusi Y
- n = Banyak responden

Sedangkan pengujian keberartian koefisien korelasi ( $t$ ) dilakukan dengan taraf signifikansi 1%. Rumus Uji  $t$  yang digunakan sebagai berikut :

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

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

1. Nilai  $r$  dibandingkan dengan nilai  $r_{\text{tabel}}$  dengan  $dk=n-2$  dan taraf signifikansi  $\alpha=0,05$
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 5% dan derajat kebebasan ( $dk$ )  $n-2$  ( $30-2=28$ ) maka didapat nilai  $r_{\text{tabel}}$  sebesar 0,361.
5. Perhitungan validitas item instrument dilakukan dengan bantuan SPSS 20.0 *for windows*. Berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan SPSS 20.0 *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 3.3**  
**HASIL UJI VALIDITAS ITEM PERTANYAAN *ISLAMIC ATTRIBUTES OF DESTINATION* TERHADAP**  
**KEPUTUSAN BERKUNJUNG WISATAWAN MUSLIM**  
**MALAYSIA KE KOTA BANDUNG**

No	Pertanyaan	<i>r</i> Hitung <i>Islamic Attribute of Destination</i>	Sig.	Taraf Sig.	Keterangan
<b>A. <i>Worship facilities</i></b>					
1.	Keberadaan masjid atau mushola atau tempat ibadah di destinasi wisata.	0,822	0,000	0,05	Valid
2.	Keberadaan tempat wudhu di destinasi wisata.	0,781	0,000	0,05	Valid
3.	Adanya adzan yang menandakan waktu shalat telah tiba.	0,785	0,000	0,05	Valid
4.	Tersedianya penunjuk arah kiblat pada kamar hotel dan tempat ibadah.	0,798	0,000	0,05	Valid
5.	Tersedianya sarana ibadah seperti mukena dan sarung.	0,772	0,000	0,05	Valid
<b>B. <i>Halalness</i></b>					
1.	Ketersediaan Makanan dan minuman halal	0,783	0,000	0,05	Valid
2.	Kemudahan untuk mencari serta mendapatkan makanan dan minuman halal	0,757	0,000	0,05	Valid
<b>C <i>General Islamic Morality</i></b>					
1.	Tingkat kesopanan seragam yang digunakan karyawan	0,746	0,000	0,05	Valid
2.	Tingkat kesopanan pakaian	0,820	0,000	0,05	Valid

	sehari-hari masyarakat lokal				
3.	Tingkat tercerminnya norma yang sesuai dengan ajaran islam	0,837	0,000	0,05	Valid
<b>Keputusan Pembelian</b>					
<b>A. Pemilihan Produk/Jasa</b>					
1.	Tingkat variasi pilihan tourism destination di Kota Bandung	0,866	0,000	0,05	Valid
2.	Tingkat kemenarikan destinasi pariwisata di Kota Bandung.	0,830	0,000	0,05	Valid
3.	Tingkat kualitas layanan yang diberikan destinasi pariwisata Singapura	0,822	0,000	0,05	Valid
4.	Tingkat keunikan destinasi wisata di Kota Bandung.	0,791	0,000	0,05	Valid
5.	Tingkat keunggulan destinasi wisata di Kota Bandung	0,875	0,000	0,05	Valid
<b>B. Pemilihan Penyalur</b>					
1.	Tingkat kemudahan wisatawan untuk menjangkau penyalur.	0,700	0,000	0,05	Valid
2.	Tingkat keekonomisan harga yang ditawarkan	0,762	0,000	0,05	Valid
3.	Penyalur atau <i>travel agent</i> yang dipilih memiliki reputasi yang baik.	0,869	0,000	0,05	Valid
4.	Produk dan jasa yang ditawarkan sesuai dengan kebutuhan wisatawan.	0,917	0,000	0,05	Valid

<b>C. Jumlah Kunjungan</b>					
1.	Tingkat frekuensi wisatawan melakukan kunjungan	0,561	0,000	0,05	Valid
2.	Tingkat kesediaan wisatawan untuk melakukan kunjungan ulang.	0,814	0,000	0,05	Valid
<b>D. Waktu Kunjungan</b>					
1.	Tingkat kesediaan wisatawan untuk melakukan kunjungan pada saat <i>peak season</i>	0,717	0,000	0,05	Valid
2.	Tingkat kesediaan wisatawan untuk melakukan kunjungan pada saat <i>low season</i> .	0,653	0,000	0,05	Valid
<b>F. Metode Pembayaran</b>					
1.	Tahap kemudahan pelancong dalam membuat pembayaran	0,820	0,000	0,05	Valid
2.	Tingkat ketersediaan beragam jenis pembayaran	0,821	0,000	0,05	Valid

Sumber: Hasil pengolahan data 2016

Berdasarkan hasil pengolahan data kuesioner pada tabel 3.3 di atas, pengukuran validitas untuk variabel *Islamic attribute of destination* dan keputusan berkunjung menunjukkan bahwa item-item pertanyaan tersebut valid karena nilai signifikansi lebih besar jika dibandingkan dengan taraf signifikansi yang bernilai 0,05. Sedangkan kolom nilai  $r_{hitung}$  dipergunakan apabila nilai tersebut dibandingkan dengan nilai  $r_{tabel}$  sebesar 0,361.

### 3.2.6.2 Hasil Pengujian Reliabilitas

Menurut Sujarweni (2014, hlm. 85) Uji reliabilitas merupakan ukuran suatu kestabilan dan konsistensi responden dalam menjawab hal yang berkaitan dengan konstruk-konstruk pertanyaan yang merupakan dimensi suatu variabel dan disusun dalam suatu bentuk kuisisioner. Pengujian reliabilitas kuesioner penelitian dilakukan dengan rumus alpha. Menurut Arikunto (2010, hlm. 239) rumus alpha digunakan untuk mencari reliabilitas instrumen yang skornya bukan 1 dan 0, misalnya angket atau soal bentuk uraian.

Koefisien *cronbach alpha* merupakan statistik yang paling umum digunakan untuk menguji reliabilitas suatu instrument penelitian. Jika nilai Alpha > 0,70 maka dinyatakan reliabel.

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

$r_{11}$  = koefisien *reability instrument (cronbach alpha)*

$k$  = banyaknya butiran pertanyaan

$\sum \sigma_b^2$  = jumlah varian butir soal

$\sigma_t^2$  = total varians

Sedangkan rumus untuk mencari nilai varians dari tiap butir dapat digunakan rumus Arikunto (2010:229) berikut, adalah:

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

$\sigma^2$  = varians

$\sum x$  = jumlah skor

$N$  = jumlah responden

Pengujian reliabilitas instrument dilakukan terhadap 30 responden dengan tingkat signifikansi 5% dan derajat kebebasan (dk)  $n-2$  ( $30-2=28$ ) dengan menggunakan *software* komputer SPSS (*Statistical Product For Service Solution*) 20.0 *for windows*, diketahui bahwa semua variabel reliabel hal ini dikarenakan  $C\alpha$  masing-masing variabel lebih besar dibandingkan dengan koefisien *alpha cronbach* yang bernilai 0,700. Berikut tabel uji reliabililitas instrumen penelitian:

**TABEL 3.4**  
**HASIL UJI RELIABILITAS CRONBACH ALPHA**

No.	Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Koefisien ( <i>Cronbach's Alpha</i> )	Keterangan
1.	<i>Islamic Attribute of Destination</i>	0,932	0,700	Reliabel
2.	Keputusan berkunjung	0,955	0,700	Reliabel

Sumber: Hasil pengolahan data 2016

Berdasarkan Tabel 3.4, hasil pengolahan data kuesioner di atas pengukuran reliabilitas untuk variabel *Islamic attribute of destination* dan keputusan berkunjung dinyatakan reliabel karena skor *cronbach's alpha* lebih besar dibandingkan dengan koefisien (*cronbach's alpha*) yang bernilai 0,700. Variabel yang memiliki nilai tertinggi adalah *Islamic attribute of destination*, dengan nilai *cronbach's alpha* sebesar 0,932 sedangkan variabel keputusan berkunjung memiliki nilai *cronbach's alpha* sebesar 0,955.

### 3.2.7 Rancangan Teknik Analisis Data dan Pengujian Hipotesis

#### 3.2.7.1 Teknik Analisis

Teknik analisis data merupakan suatu cara untuk mengukur, mengelola dan menganalisis data. 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.

Penelitian ini menggunakan analisis data deskriptif untuk mendeskripsikan variabel-variabel penelitian antara lain:

1. Analisis data deskriptif tentang *Islamic attribute of destination* di Kota Bandung yang memiliki dimensi yaitu *worship facilities*, *halalness*, dan *general Islamic morality*.
2. Analisis data deskriptif tentang keputusan berkunjung wisatawan Malaysia ke Kota Bandung memiliki dimensi yaitu pemilihan produk atau jasa, pilihan penyalur, jumlah pembelian, waktu kunjungan, Jumlah pembelian dan metode pembayaran.



Analisis kuantitatif, berupa pengujian hipotesis dengan menggunakan uji statistik. analisis kuantitatif menitikberatkan dalam pengungkapan perilaku variabel penelitian. Dengan menggunakan kombinasi metode analisis tersebut, dapat diperoleh generalisasi yang bersifat komprehensif.

Dalam penelitian kuantitatif analisis data dilakukan setelah data seluruh responden terkumpul. Langkah-langkah yang akan dilakukan dalam kegiatan analisis data dalam penelitian ini yaitu:

1. Menyusun data

Mengecek nama dan kelengkapan identitas responden, serta mengecek kelengkapan data yang diisi oleh responden untuk mengetahui karakteristik responden.

2. Tabulasi data

Tabulasi data yang akan dilakukan dalam penelitian ini adalah memberi skor pada item, menjumlahkan skor pada setiap item, menyusun ranking skor pada setiap variabel penelitian.

3. Menganalisis Data

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

Pemberian skor jawaban pada setiap item pernyataan dalam angket akan dijadikan alat pengumpul data. Untuk masing-masing pernyataan angket dimana penelitian ini menganalisis suatu variabel bebas yaitu *Islamic attribute of destination* (X) yang terdiri dari *worship facility* (X1), *halalness* (X2), dan *general islamic morality* (X3) dengan variabel terikat yaitu keputusan berkunjung (Y) wisatawan muslim Malaysia.

### 3.2.7.2 Pengujian Hipotesis

Langkah terakhir dari analisis data yaitu menguji hipotesis dengan tujuan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan yang cukup jelas dan dapat dipercaya antara variabel bebas dengan variabel terikat yang pada akhirnya akan diambil suatu kesimpulan  $H_0$  ditolak atau  $H_a$  diterima dari hipotesis yang telah dirumuskan. Skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah *ordinal scale* yaitu skala yang berbentuk peringkat yang menunjukkan suatu urutan preferensi atau penilaian. Skala ordinal ini perlu ditransformasikan menjadi skala interval dengan

menggunakan *Methods of Succesive Interval*. Langkah-langkah untuk melakukan transformasi data tersebut adalah sebagai berikut :

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

$$Scale\ value = \frac{(Density\ at\ lower\ limit) - (Density\ at\ upper\ limit)}{(Area\ below\ upper\ limit) - (Area\ below\ lower\ limit)}$$

Data penelitian yang telah berskala interval selanjutnya akan ditentukan pasangan data variabel bebas dengan variabel terikat serta akan ditentukan persamaan yang berlaku untuk pasangan-pasangan tersebut.

Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis jalur atau *path analysis*.

Menurut Silalahi (2009, hlm. 43):

“Analisis jalur merupakan satu tipe analisis multivariate untuk mempelajari efek-efek langsung dan tidak langsung dari sejumlah variabel yang dihipotesiskan sebagai variabel sebab yang disebut ultimate variabel terhadap variabel lainnya yang disebut variabel akibat”

*Path analysis* digunakan untuk melihat pengaruh *Islamic attribute of destination* (X) yang terdiri dari *worship facilities* (X1), *halalness* (X2), dan *general Islamic morality* (X3) terhadap keputusan berkunjung wisatawan muslim Malaysia yang berkunjung ke Kota Bandung (Y). Analisis jalur digunakan untuk menentukan besarnya pengaruh variabel independen (X1, X2, X3) terhadap Y baik secara langsung maupun tidak langsung.

Pengujian hipotesis dilakukan dengan langkah-langkah sebagai berikut:

1. Menggambar struktur hipotesis



**GAMBAR 3.1**  
**DIAGRAM JALUR HIPOTESIS**

Keterangan:

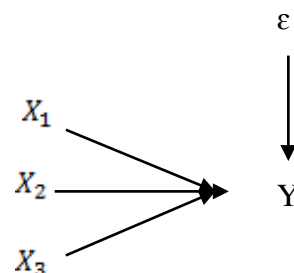
X: *Islamic attribute of destination*

Y: Keputusan Berkunjung wisatawan muslim Malaysia

ε: Epsilon merupakan variabel lain yang mempengaruhi namun tidak diteliti

Struktur hubungan antara X dan Y diuji melalui analisis jalur dengan hipotesis yang berbunyi terdapat pengaruh yang signifikan antara X (*Islamic attribute of destination*) dengan Y (keputusan berkunjung). Struktur hubungan di atas menunjukkan bahwa *Islamic attribute of destination* yang terdiri dari *worship facilities* (X1), *halalness* (X2), dan *general Islamic morality* (X3) berpengaruh terhadap keputusan berkunjung (Y). Variabel lain yang dilambangkan dengan ε yang merupakan variabel lain yang tidak diteliti juga memiliki pengaruh terhadap keputusan berkunjung wisatawan muslim Malaysia ke Kota Bandung.

2. Diagram hipotesis kemudian diterjemahkan kedalam sub hipotesis yang menyatakan pengaruh sub variabel independen yang paling dominan terhadap variabel dependen. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada gambar berikut:



**GAMBAR 3.1**  
**DIAGRAM JALUR SUBSTRUKTUR**

Keterangan :

Y:Keputusan berkunjung

X: *Islamic attribute of destination*

X1: *Worship facilities*

X2: *General Islamic morality*

X3: *Halalness*

$\epsilon$ : Variabel lain yang mempegaruhi yang tidak diteliti

3. Menghitung matriks korelasi antar variabel bebas:

$$R = \begin{pmatrix} X_1 & X_2 & X_3 \\ 1 & r_{X_2X_1} & r_{X_3X_1} \\ & 1 & r_{X_3X_2} \\ & & 1 \end{pmatrix}$$

4. Identifikasi persamaan sub struktur hipotesis

$$R^{-1} = \begin{pmatrix} x_1 & x_2 & x_3 \\ c_{1.1} & c_{1.2} & c_{1.3} \\ & c_{2.2} & c_{2.3} \\ & & c_{3.3} \end{pmatrix}$$

5. Menghitung semua koefisien jalur melalui rumus

$$\begin{pmatrix} P_{YX1} \\ P_{YX2} \\ P_{YX3} \end{pmatrix} = \begin{pmatrix} x_1 & x_2 & x_3 \\ c_{1.1} & c_{1.2} & c_{1.3} \\ & c_{2.2} & c_{2.3} \\ & & c_{3.3} \end{pmatrix} \begin{pmatrix} r_{yx1x1} \\ r_{xy1x2} \\ r_{xy3x3} \end{pmatrix}$$

6. Hitung  $R^2Y$  (X1,X2,X3) yaitu koefisien yang menyatakan determinasi total X1, X2, X3 terhadap Y dengan rumus:

$$R^2Y (X1, X2,X3) = (P_{YX1}, P_{YX2}, P_{YX3}) \begin{pmatrix} r_{YX1} \\ r_{YX2} \\ r_{YX3} \end{pmatrix}$$

a. Selanjutnya menghitung pengaruh langsung dan tidak langsung.

**Pengaruh X1 terhadap Y**

Pengaruh langsung =  $P_{YX1} \cdot P_{YX1}$

Pengaruh tidak langsung melalui X2 =  $P_{YX1} \cdot r_{X1X2} \cdot P_{YX2}$

Pengaruh tidak langsung melalui X3 =  $P_{YX1} \cdot r_{X1X3} \cdot P_{YX3}$

\_\_\_\_\_ +  
 Pengaruh total X1 terhadap Y = .....

**Pengaruh X2 terhadap Y**

Pengaruh langsung =  $P_{YX2} \cdot P_{YX2}$

Pengaruh tidak langsung melalui X1 =  $P_{YX2} \cdot r_{X2X1} \cdot P_{YX1}$

Pengaruh tidak langsung melalui X3 =  $P_{YX2} \cdot r_{X2X3} \cdot P_{YX3}$

\_\_\_\_\_ +  
 Pengaruh total X2 terhadap Y = .....

**Pengaruh X3 terhadap Y**

Pengaruh langsung =  $P_{YX3} \cdot P_{YX3}$

Pengaruh tidak langsung melalui X1 =  $P_{YX3} \cdot r_{X3X1} \cdot P_{YX1}$

Pengaruh tidak langsung melalui X2 =  $P_{YX3} \cdot r_{X3X2} \cdot P_{YX2}$

\_\_\_\_\_ +  
 Pengaruh total X3 terhadap Y = .....

- b. Untuk menghitung pengaruh variabel lain atau epsilon menggunakan rumus sebagai berikut:

$$P_Y^\epsilon = 1 - \sqrt{1 - R^2_{Y(X_1, X_2, X_3)}}$$

7. Keputusan penerimaan atau penolakan  $H_0$

### Rumusan hipotesis operasional

#### a. Secara simultan

Ho :  $PYX_1 = PYX_2 = PYX_3 = 0$ , artinya tidak terdapat pengaruh signifikan *Islamic attribute of destination* terhadap keputusan berkunjung.  $H_1$  : Sekurangnya ada sebuah  $PYX_i \neq 0$ , artinya terdapat pengaruh signifikan *Islamic attribute of destination* terhadap keputusan berkunjung. (  $i = 1, 2, \text{ dan } 3$  ).

Pengujian hipotesis ini menggunakan uji F. Statistik uji yang digunakan adalah :

$$F = \frac{(n-k-1) \sum_{i=1}^k P_{YX1} P_{YX1}}{k (1 - \sum_{i=1}^k P_{YX1} P_{YX1})}$$

Keterangan:

n= banyaknya responden

k= banyaknya variabel bebas

Kriteria pengambilan keputusan untuk hipotesis yang diajukan adalah :

Jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak artinya X berpengaruh terhadap Y. Jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima artinya X tidak berpengaruh terhadap Y.

#### b. Secara parsial

a) Ho:  $PYX_1 = 0$ , artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan *worship facilities* terhadap keputusan berkunjung.  $H_1$ :  $PYX_1 \neq 0$ , artinya terdapat pengaruh yang signifikan *worship facilities* terhadap keputusan berkunjung.

b) Ho:  $PYX_2 = 0$ , artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan *general Islamic morality* terhadap keputusan berkunjung.  $H_1$ :  $PYX_2 \neq 0$ , artinya terdapat pengaruh yang signifikan *general Islamic morality* terhadap keputusan berkunjung.

c)  $H_0: PYX3 = 0$ , artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan halalness terhadap keputusan berkunjung.  $H_1: PYX3 \neq 0$ , artinya terdapat pengaruh yang signifikan halalness terhadap keputusan berkunjung

Pengujian hipotesis ini dengan menggunakan uji T dihitung dengan rumus:

$$t = \frac{P_{YX1} - P_{YX1}}{\sqrt{\frac{(1 - R_Y^2(X_1, \dots, X_4))(C_{ii} + C_{ij} + C_{jj})}{(n - k - 1)}}$$

Kriteria pengambilan keputusan dengan pengujian secara individual dengan uji t adalah: Tolak  $H_0$  jika  $t_{hitung} \geq t$  (mendekati 100%) (n-k-1) Terima  $H_0$  jika  $t_{hitung} < t$  (mendekati 100%) (n-k-1).

Secara statistik hipotesis yang akan di uji berada pada taraf kesalahan 0,05 dengan derajat kebebasan dk ( n-2). Langkah-langkah teknik analisis data di atas, dibantu dengan menggunakan program SPSS Versi 20 yaitu menguji pengaruh variabel *Islamic attribute of destination* (X) yang terdiri dari *worship facilities* (X1), *general islamic morality* (X2), dan *halalness* (X3) terhadap keputusan berkunjung wisatawan Malaysia ke Kota Bandung (Y). Sesuai dengan kriteria pengambilan keputusan untuk hipotesis, maka Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak artinya X berpengaruh terhadap Y. Jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima artinya X tidak berpengaruh terhadap Y.