

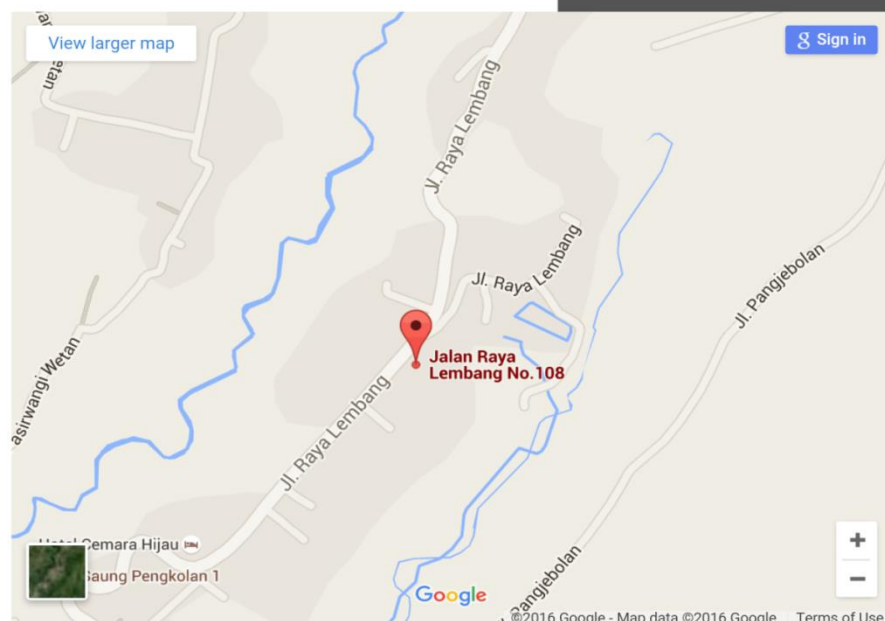
BAB III METODE PENELITIAN

A. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini berada di kawasan Bandung Barat, tepatnya di Lembang, Kabupaten Bandung. Kawasan yang sedang menjadi pusat perhatian para wisatawan lokal maupun mancanegara ini memiliki kurang lebih 11 destinasi wisata dengan konsep yang berbeda. Dengan hampir keseluruhan destinasi wisatanya menawarkan pemandangan dengan keindahan alam pegunungan yang masih asri.

Destinasi yang dipilih oleh penulis merupakan salah satu destinasi wisata yang baru di kawasan lembang yaitu, Farmhouse Lembang. Beralamat di Jl. Raya Lembang No. 108, Lembang, Kabupaten Bandung Barat, Jawa Barat 40391. Dengan luas tanah sekitar 2 hektar, dan jarak tempuh sekitar 1 jam dari pusat kota.

Peta Lokasi



Sumber : Google Maps (2016)

Gambar 3.1
Lokasi Farmhouse Lembang

B. Metode Penelitian

Metode yang digunakan peneliti dalam menyelesaikan penelitian ialah metode deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang berusaha mendeskripsikan dan menggambarkan fenomena atau hubungan antar fenomena yang diteliti dengan sistematis, faktual, dan

akurat (Kusmayadi & Sugiarto, 2000). Sedangkan metode kuantitatif merupakan metode penelitian yang berdasarkan filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2012:11).

Penelitian ini menganalisis pengaruh dari unggahan foto di media sosial terhadap keputusan berkunjung ke Farmhouse susu Lembang. Adapun yang menjadi objek penelitian sebagai variabel bebas (*independent variable*) adalah unggahan foto dan media sosial. Independen variabel atau variabel terikat merupakan variabel yang mempengaruhi (Sugiyono, 2004:3). Pada penelitian ini yang akan dijadikan responden adalah pengunjung yang datang ke Farmhouse Susu Lembang.

Menurut Utami dan Mahadewi (2012, hlm. 140) mengemukakan bahwa dalam metode penelitian kuantitatif ada beberapa proses yang harus dilakukan yaitu:

- a. Proses analisis kuantitatif dimulai dengan menelaah seluruh data yang tersedia dari berbagai sumber (wawancara, pengamatan, dokumen resmi, gambar, foto, dan sebagainya), mereduksi data dengan cara membuat abstraksi (rangkuman inti), menyusun dalam satuan-satuan, dikategorisasi, koding, mengadakan pemeriksaan keabsahan data menjadi suatu teori substansi dengan menggunakan metode tertentu.
- b. Proses analisis data kuantitatif secara garis besar dapat dibagi kedalam beberapa tahap, yaitu editing, coding, frekuensi, tabulasi dan analisis data.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh

peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Jadi, populasi bukan hanya orang, tetapi juga benda-benda alam yang lain. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada obyek/subyek itu (Sugiyono, 2004:55).

Berdasarkan data yang diperoleh dari hasil wawancara dengan tiga pihak yaitu, Pak Wawan selaku Manajer Farmhouse, Pak Tony selaku *Public Relation* Farmhouse dan Pak Julian selaku *Center Public Relation*, Farmhouse Susu Lembang memiliki kunjungan yang mencapai 10.000 pada saat *weekend* dan sebanyak 8.000 pada saat *weekday*. Farmhouse merupakan destinasi wisata yang baru sehingga pengelola tidak memiliki data spesifik tentang kunjungan wisatawan.

2. Sampel

Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi. Segala sesuatu yang dipelajari dari sampel akan diberlakukan untuk populasi. Maka dari itu, sampel yang akan diambil dari populasi harus betul-betul representatif atau mewakili (Sugiyono, 2004:56). Berdasarkan data sekunder yang didapat dari pengelola Farmhouse Lembang, jumlah kunjungan wisatawan saat *weekday* ialah sebesar 8.000 dan *weekend* sebesar 10.000.

Penentuan sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus Slovin dimana n atau ukuran sampel yang ditentukan merupakan rata-rata dari data kunjungan *weekend* dan *weekday* yaitu sebesar 9.000 wisatawan. Dan rumusnya ialah sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1+N(e)^2}$$

Dimana :

n = ukuran sampel

e = kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan sampel yang bisa ditolerir ($e=0,1$)

N = ukuran populasi

Berdasarkan rumus slovin diatas maka dapat diperoleh jumlah sampel sebagai berikut :

$$\begin{aligned}
 n &= \frac{9.000}{1 + 9.000 (0,1)^2} \\
 &= \frac{9.000}{91} \\
 &= \mathbf{98,90109 \text{ orang}}
 \end{aligned}$$

Dari rumus tersebut diperoleh hasil **98,90109** atau dibulatkan menjadi **100** orang pengunjung Farmhouse Susu Lembang Kab. Bandung Barat.

a. Teknik Sampling (Pengambilan Sampel)

Menurut Sugiyono (2004:56) mengungkapkan bahwa, teknik sampling adalah merupakan teknik pengambilan sampel. Untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian, terdapat berbagai teknik sampling yang digunakan.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik *Non Probability Sampling* sebagai teknik pengambilan sampel yang akan digunakan. Menurut Sugiyono dalam *Statistika untuk Penelitian* (2004:57) *non probability sampling* adalah teknik sampling yang tidak memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. Sedangkan untuk penentuan sampel, menggunakan *Purposive Sampling*. *Purposive Sampling* adalah teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu. Pertimbangan tertentu ini , misalnya orang tersebut dianggap paling tahu tentang apa yang kita harapkan, atau mungkin dia sebagai penguasa sehingga akan memudahkan peneliti menjelajahi obyek/situasi sosial yang diteliti (Sugiyono, 2012:299).

D. Jenis dan Sumber Data

Sumber data adalah segala sesuatu berupa data yang dapat memberikan informasi untuk penelitian ini. Data penelitian dapat digolongkan menjadi dua jenis yaitu data primer dan data sekunder.

a. Data primer

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder. Sumber data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data, sedangkan sumber data sekunder merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya melewati orang lain atau lewat dokumen (Sugiono: 2012). Data primer yang digunakan dalam penelitian ini adalah data hasil dari jawaban kuisisioner yang disebar oleh penulis mengenai keputusan berkunjung di Farmhouse Lembang Kab. Bandung Barat.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari beberapa sumber data dan literature yang dapat mendukung serta memenuhi informasi yang diperlukan dalam penelitian. Data sekunder merupakan sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau dokumen (Sugiyono,2008:402). Misalnya penelitian harus melalui orang lain atau mencari melalui dokumen. Jadi data tersebut bukanlah data yang sudah di peroleh oleh peneliti lain atau dari berbagai sumber lain seperti studi literatur yang dilakukan terhadap banyak buku dan diperoleh berdasarkan catatan-catatan yang berhubungan dengan penelitian, selain itu peneliti mempergunakan data yang diperoleh dari internet. (Sugiyono,2011).

Tabel 3.1
Jenis dan Sumber Data

No.	Data	Jenis Data	Sumber Data
1.	Profil mengenai Farmhouse Tahun 2016	Sekunder	Pengelola Farmhouse 2016
2.	Tingkat kunjungan wisatawan tahun 2010-2015 di Kabupaten Bandung Barat	Sekunder	Disbudpar Provinsi Jawa Barat, 2016
3.	Hasil penelitian mengenai pengaruh unggahan foto di media sosial terhadap keputusan berkunjung.	Primer	Kuisisioner yang di bagikan kepada Wisatawan Farmhouse, 2016

Sumber : Diolah oleh penulis(2016)

E. Variabel Penelitian

Variabel penelitian merupakan gejala yang menjadi fokus peneliti untuk diamati (Sugiyono, 2004:2). Sedangkan operasional variabel adalah proses rumusan karakteristik-karakteristik variabel penelitian yang dapat diamati dan diukur. Penelitian ini menggunakan dua variabel inti yaitu variabel bebas dan variabel terikat.

Variabel bebas atau variabel independen merupakan variabel yang mempengaruhi. Sedangkan variabel terikat atau variabel dependen merupakan variabel yang dipengaruhi, atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas (Sugiyono, 2004:3).

Dalam penelitian ini, variabel bebas (X) yang ditentukan ialah kemenarikan pesan foto di media sosial dengan sub variabelnya yaitu pengukuran pesan dari setiap jenis-jenis foto yang sering diunggah di

media sosial dengan teori yang digunakan yaitu, “Foto memiliki pesan visual yang begitu kuat sehingga jutaan orang yang telah melihatnya pasti akan hafal dengan foto tersebut. Ketika kita melihat foto tersebut dan melihatnya lagi dilain waktu kita akan belajar sesuatu yang lebih karena kita akan membuat koneksi dalam otak kita hal ini mengensankan karena foto memiliki pesan literal dan simbolik yang kuat dan menarik (Lester, 2014: 7)”. Pesan visual yang dimaksud merupakan pesan dalam sebuah foto. Pesan yang ditimbulkan dalam sebuah gambar atau foto dikomunikasikan oleh suatu tanda yang memiliki makna dalam foto tersebut. Ada dua tanda yang terdapat pada setiap gambar, tanda akan pesan denotatif atau literer dan tanda akan pesan konotatif (Sunardi, 2004:142). Menurut Roland Barthes (115-1982) untuk mengkaji atau menganalisa tanda dalam foto secara denotatif dan konotatif digunakan dengan pendekatan semiotika dalam fotografi.

Akan tetapi, tidak semua jenis foto penulis jadikan sebagai variabel penelitian melainkan jenis fotoyang memang banyak diunggah di media sosial seperti instagram, facebook, atau path.

Variabel terikat yang ditentukan yaitu, keputusan berkunjung (Y) dengan menggunakan teori yang diungkapkan oleh Schiffman dan Kanuk (2007:485) bahwa keputusan berkunjung yang diadaptasi dari keputusan pembelian ialah, “Seleksi terhadap dua pilihan atau lebih. Dengan perkataan lain, pilihan alternatif harus tersedia bagi seseorang ketika pengambilan keputusan. Setiap konsumen melakukan berbagai macam keputusan tentang pencarian, pembelian, penggunaan beragam produk dan merek pada setiap periode tertentu.” dan sub variabel yang ditentukan yaitu faktor yang mempengaruhi keputusan berkunjung seperti, pengelanaan kebutuhan, pencarian informasi dan pilihan alternatif. Ketiga sub variabel tersebut merupakan faktor eksternal yang mempengaruhi keputusan berkunjung. Sedangkan untuk faktor internalnya dikarenakan keterbatasan penelitian, penulis tidak dapat mengukur sub variabel tersebut seperti motivasi, persepsi, pembelajaran, kepribadian dan perilaku karena hal

tersebut memiliki cara pengelolaan yang berbeda dan disarankan untuk diteliti sebagai penelitian selanjutnya.

Pengoperasian variabel yang menjadi objek penelitian ini menggunakan skala ordinal. Berikut merupakan tabel operasional variabel penelitian yang dilakukan oleh peneliti:

Tabel 3.2
Operasional Variabel

Variabel X					
Foto:					
“Foto memiliki pesan literal dan simbolik yang kuat dan menarik”					
(Lester, 2014: 7).					
Sub Variabel		Indikator		Ukuran	Skala
Pesan dalam Foto	Semiotika fotografi (pesan konotasi dan denotasi)	Potrait	Jenis foto potrait di Farmhouse menampilkan makna konotasi	Tingkat kemampuan jenis foto potrait di Farmhouse menampilkan makna konotasi	Ordinal
			Jenis foto potrait di Farmhouse menampilkan makna denotasi	Tingkat kemampuan jenis foto potrait di Farmhouse menampilkan makna denotasi	
		Stage Photography	Jenis foto <i>stage photography</i> di Farmhouse menampilkan makna konotasi	Tingkat kemampuan jenis <i>stage photography</i> di Farmhouse menampilkan makna konotasi	Ordinal
			Jenis foto <i>stage photography</i> di Farmhouse menampilkan makna denotasi	Tingkat kemampuan jenis foto <i>stage photography</i> di Farmhouse menampilkan makna denotasi	
		Flora	Jenis foto <i>flora</i> di Farmhouse menampilkan makna konotasi	Tingkat kemampuan jenis foto <i>flora</i> di Farmhouse menampilkan makna konotasi	Ordinal
			Jenis foto <i>flora</i> di	Tingkat kemampuan	

			Farmhouse menampilkan makna denotasi	jenis foto <i>flora</i> di Farmhouse menampilkan makna denotasi	
	<i>Fauna</i>		Jenis foto <i>fauna</i> di Farmhouse menampilkan makna konotasi	Tingkat kemampuan jenis foto <i>fauna</i> di Farmhouse menampilkan makna konotasi	Ordinal
			Jenis foto <i>fauna</i> di Farmhouse menampilkan makna denotasi	Tingkat kemampuan jenis foto <i>fauna</i> di Farmhouse menampilkan makna denotasi	
	Lanskap		Jenis foto lanskap di Farmhouse menampilkan makna konotasi	Tingkat kemampuan jenis foto lanskap di Farmhouse menampilkan makna konotasi	Ordinal
			Jenis foto lanskap di Farmhouse menampilkan makna denotasi	Tingkat kemampuan jenis foto lanskap di Farmhouse menampilkan makna denotasi	
	Arsitektur		Jenis foto arsitektur di Farmhouse menampilkan makna konotasi	Tingkat kemampuan jenis foto arsitektur di Farmhouse menampilkan makna konotasi	Ordinal
			Jenis foto arsitektur di Farmhouse menampilkan makna denotasi	Tingkat kemampuan jenis foto arsitektur di Farmhouse menampilkan makna denotasi	
	<i>Still Life</i>		Jenis foto <i>still life</i> di Farmhouse menampilkan makna konotasi	Tingkat kemampuan jenis foto <i>still life</i> di Farmhouse menampilkan makna konotasi	Ordinal
			Jenis foto <i>still life</i> di Farmhouse menampilkan makna denotasi	Tingkat kemampuan jenis foto <i>still life</i> di Farmhouse menampilkan makna denotasi	
	Jurnalistik		Jenis foto jurnalistik	Tingkat kemampuan	Ordinal

			di Farmhouse menampilkan makna konotasi	jenis foto jurnalistik di Farmhouse menampilkan makna konotasi	
			Jenis foto jurnalistik di Farmhouse menampilkan makna denotasi	Tingkat kemampuan jenis foto jurnalistik di Farmhouse menampilkan makna denotasi	
<p>Variabel Y</p> <p>Keputusan Berkunjung</p> <p>“Seleksi terhadap dua pilihan atau lebih. Dengan perkataan lain, pilihan alternatif harus tersedia bagi seseorang ketika pengambilan keputusan. Setiap konsumen melakukan berbagai macam keputusan tentang pencarian, pembelian, penggunaan beragam produk dan merek pada setiap periode tertentu.”</p> <p>Shiffman dan Kanuk (2007:485)</p>					
Proses Keputusan Berkunjung	Pengenalan Kebutuhan (<i>Need Recognition</i>)		Pengenalan kebutuhan dengan stimulus waktu	Tingkat kunjungan wisatawan berdasarkan waktu kunjungan	Ordinal
			Pengenalan kebutuhan dengan stimulus perubahan situasi	Tingkat kunjungan wisatawan berdasarkan perubahan situasi	
			Pengenalan kebutuhan dengan stimulus pemasaran	Tingkat kunjungan wisatawan berdasarkan pengaruh pemasaran	Ordinal
			Pengenalan kebutuhan dengan stimulus pemilihan produk	Tingkat kunjungan berdasarkan pemilihan destinasi wisata sekitar	Ordinal
	Pencarian Informasi (<i>Information Search</i>)		Kunjungan wisatawan berdasarkan pengalaman kunjungan	Tingkat kunjungan wisatawan berdasarkan pengalaman kunjungan	Ordinal
			Kunjungan wisatawan berdasarkan iklan dalam media cetak	Tingkat kunjungan wisatawan berdasarkan iklan media cetak (baligo, brochur, koran, dll)	
		Kunjungan wisatawan berdasarkan iklan dalam media elektronik	Tingkat kunjungan berdasarkan iklan dalam TV		

		Kunjungan wisatawan berdasarkan informasi dari media internet	Tingkat kunjungan berdasarkan unggahan foto dalam media sosial	
		Kunjungan wisatawan berdasarkan informasi dari orang lain	Tingkat kunjungan wisatawan berdasarkan informasi dari teman	
	Evaluasi Alternatif (<i>Alternatif Evaluation</i>)	Kunjungan wisatawan berdasarkan pengenalan merek perusahaan	Tingkat kunjungan wisatawan berdasarkan pengenalan merek perusahaan	Ordinal
		Kunjungan wisatawan berdasarkan kriteria Individu	Tingkat kunjungan wisatawan berdasarkan kesesuaian kriteria destinasi dengan hal yang diinginkan	Ordinal

Sumber: Diolah oleh peneliti tahun 2016

F. Teknik Pengumpulan Data

1. Observasi

Teknik pengumpulan data dengan observasi digunakan bila, penelitian berkenaan dengan perilaku manusia, proses kerja, gejala-gejala alam dan bila responden yang diamati tidak terlalu besar (Sugiyono, 2013:145). Teknik pengumpulan data dengan cara observasi memiliki perbedaan dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara ataupun kuisisioner. Dalam wawancara dan kuisisioner peneliti hanya terfokus untuk mengumpulkan data yang bersumber dari setiap individu dengan cara berkomunikasi. Sedangkan dalam observasi peneliti tidak terfokus terhadap sumber yang berasal dari individu, namun peneliti juga mengamati obyek-obyek daya tarik wisata lainnya. Observasi yang dilakukan peneliti dalam penelitian ini adalah di Farmhouse Lembang.

2. Dokumentasi

Kamera digunakan untuk memperkuat penelitian yang dilakukan dalam bentuk bukti fisik dan digital.

G. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian merupakan alat yang digunakan peneliti dalam melakukan pengumpulan data agar pengumpulan data tersebut mudah dan sistematis. Menurut Sugiyono (2012, hlm. 102), "Instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan mengatur fenomena alam maupun sosial yang diamati secara spesifik semua fenomena ini disebut variabel penelitian". Data yang diperoleh penelitian ini yaitu dengan menggunakan teknik sebagai berikut:

1. Kuisisioner

Kuisisioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2013:142). Kuisisioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden. Selain itu, kuisisioner juga cocok digunakan bila jumlah responden cukup besar dan tersebar di wilayah yang luas. Dalam penelitian ini penggunaan kuisisioner ditujukan kepada para sampel dari wisatawan yang datang ke Farmhouse Lembang. Penggunaan metode kuisisioner ditujukan untuk mengumpulkan data-data yang berisikan persepsi wisatawan, yang nantinya akan di olah ke dalam bentuk angka

Berikut adalah criteria bobot alternatif menurut sugiyono (2010).

- 1) Angka 1 mewakili "sangat tidak setuju"
- 2) Angka 2 mewakili " tidak setuju"
- 3) Angka 3 mewakili "setuju"
- 4) Angka 4 mewakili "sangat setuju"

H. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

1. Uji Validitas

Validitas instrumen yakni pengujian terhadap instrumen tersebut agar layak sebagai alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data yang

valid. Instrumen yang valid tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur (Sugiono : 2012). Berikut merupakan rumus untuk menentukan validitas instrumen dengan teknik *product moment* :

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

Dimana:

r_{xy}	= koefisien korelasi suatu butir atau item
N	= jumlah subyek
X	= skor suatu butir/item
Y	= skor total
$\sum X$	= Jumlah skor dalam distribusi X
$\sum Y$	= Jumlah skor dalam distribusi Y
$\sum X^2$	= Jumlah kuadrat dalam distribusi X
$\sum Y^2$	= Jumlah kuadrat dalam distribusi

Kriteria Uji jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka data dinyatakan valid. Dimana skor r tabel yang dianggap menjadi syarat minimum adalah jika $r = 0,306$ dengan tingkat signifikansi dua arah dan $\alpha=0.1$. Setelah instrumen dinyatakan valid, maka dapat dilihat kriteria penafsiran mengenai indeks korelasinya (r) pada tabel 3.4 sebagai berikut :

Tabel 3.3

Tabel Koefisien Korelasi nilai r

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,800 – 1,000	Sangat Kuat
0,600 – 0,799	Kuat
0,400 – 0,599	Cukup Kuat
0,200 – 0,399	Rendah
0,000 – 0,199	Sangat Rendah

Sumber : Sugiyono (2009)

Keputusan pengujian validitas responden dengan menggunakan taraf signifikan sebagai berikut :

- a. Item pertanyaan yang diteliti dikatakan valid jika $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$
- b. Item pertanyaan yang diteliti dikatakan tidak valid jika $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$

Perhitungan validitas instrumen dilakukan dengan bantuan *software IBM SPSS Statistics 20 for Windows*. Berikut ini adalah hasil dari perhitungan uji validitas dapat dilihat dalam tabel 3.5 untuk variabel produk wisata (X) dan tabel 3.6 untuk variabel keputusan berkunjung (Y).

Tabel 3.4
Hasil Uji Validitas Variabel X

No	Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
1	Foto tersebut (<i>potrait</i>) menampilkan status sosial orang yang berada di dalam foto	0,336	0.306	Valid
	Foto tersebut (<i>potrait</i>) menampilkan foto wanita berpakaian khas Eropa di Farmhouse Lembang	0,642	0.306	Valid
2	Foto tersebut (<i>stage photography</i>) menampilkan gaya hidup Eropa (beternak)	0,588	0.306	Valid
	Foto tersebut (<i>stage photography</i>) menampilkan orang yang mengenakan pakaian cowboy di Farmhouse Lembang	0,524	0.306	Valid
3	Foto tersebut (<i>flora</i>) menampilkan tumbuhan dengan suasana negeri Eropa	0,506	0.306	Valid
	Foto tersebut (<i>flora</i>) menampilkan tumbuhan-tumbuhan di sekitar Brighton Juice Bar Farmhouse Lembang	0,347	0.306	Valid
4	Foto tersebut (<i>fauna</i>) menampilkan suasana peternakan di Eropa	0,396	0.306	Valid

Tabel 3.4
Lanjutan Hasil Uji Validitas Variabel X

	Foto tersebut (<i>fauna</i>) menampilkan domba-domba yang ada di Farmhouse Lembang	0,355	0.306	Valid
5	Foto tersebut (<i>lanskap</i>) menampilkan keindahan Negeri Eropa	0,476	0.306	Valid
	Foto tersebut (<i>lanskap</i>) menampilkan pemandangan Farmhouse Lembang dari atas	0,572	0.306	Valid
6	Foto tersebut menampilkan (<i>arsitektur</i>) bangunan khas Negeri Eropa	0,655	0.306	Valid
	Foto tersebut (<i>arsitektur</i>) menampilkan foto bangunan-bangunan Farmhouse Lembang	0,551	0.306	Valid
7	Foto tersebut (<i>still life</i>) menampilkan kesegaran susu dalam kemasan	0,602	0.306	Valid
	Foto tersebut (<i>still life</i>) menampilkan foto susu murni dari Farmhouse Lembang	0,758	0.306	Valid
8	Foto tersebut (<i>jurnalistik</i>) menampilkan ekspresi bahagia dan kepuasan dari pemuda dan pemudi	0,487	0.306	Valid
	Foto tersebut (<i>jurnalistik</i>) menampilkan pengunjung yang sedang memberi makan dan memotret domba di Farmhouse Lembang	0,520	0.306	Valid

Sumber : Diolah oleh penulis(2016)

Berdasarkan tabel 3.5 mengenai hasil uji validitas variabel X unggahan foto berlatar belakang tempat wisata di media sosial, terdapat 8 kategori foto, yang setiap fotonya mengungkapkan 2 pernyataan. Sehingga terdapat 16 total pernyataan yang bernilai positif dan dinyatakan valid. Hal ini berdasarkan dari nilai r hitung yang hasilnya lebih besar dari nilai r tabel = 0,306, sehingga 16 item pernyataan tersebut dinyatakan layak dan dapat dijadikan sebagai instrument penelitian. Perhitungan validitas ini menggunakan bantuan *software IBM SPSS Statistics 20 for Windows*.

Tabel 3.5
Hasil Uji Validitas Variabel Y

No.	Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
1	Saya berkunjung ke Farmhouse karena memiliki waktu luang/libur	0,307	0,306	Valid
2	Saya berkunjung ke Farmhouse karena baru saja lepas dari kesibukan	0,419	0,306	Valid
3	Saya berkunjung ke Farmhouse karena melihat ulasannya di media elektronik/cetak.	0,693	0,306	Valid
4	Saya berkunjung ke Farmhouse karena Farmhouse memiliki atraksi wisata yang saya butuhkan dibandingkan tempat wisata lain di Lembang	0,587	0,306	Valid
5	Saya berkunjung ke Farmhouse lebih dari sekali karena saya memiliki kesan baik saat pertama berkunjung	0,307	0,306	Valid
6	Saya berkunjung ke Farmhouse karena melihat iklan di media cetak seperti koran, brochur atau baligo	0,562	0,306	Valid
7	Saya berkunjung ke Farmhouse karena rekomendasi dari orang lain	0,719	0,306	Valid
8	Saya berkunjung ke Farmhouse karena melihat iklan dan berita di TV	0,700	0,306	Valid
9	Saya berkunjung di Farmhouse karena melihat foto yang diunggah di media sosial (<i>blog, instagram, path, facebook, twitter, dll</i>)	0,584	0,306	Valid
10	Saya berkunjung ke Farmhouse karena farmhouse merupakan tempat wisata yang dikelola oleh PT. Perisai Group bersamaan dengan De Ranch Lembang, Floating Market, Rumah Sosis dan beberapa Outlet di Kota Bandung	0,463	0,306	Valid

Tabel 3.6
Lanjutan Hasil Uji Validitas Variabel Y

11	Saya berkunjung ke Farmhouse Susu Lembang karena sesuai dengan kriteria tempat wisata yang saya inginkan	0,323	0,306	Valid
----	--	-------	-------	-------

Sumber : Diolah oleh penulis(2015)

Berdasarkan tabel 3.6 mengenai hasil uji validitas variabel Y keputusan berkunjung, terdapat 12 total pernyataan yang bernilai positif dan dinyatakan valid. Hal ini berdasarkan dari nilai r hitung yang hasilnya lebih besar dari nilai r tabel = 0,306 sehingga 11 item pernyataan tersebut dinyatakan layak dan dapat dijadikan sebagai instrument penelitian. Perhitungan validitas ini menggunakan bantuan *software IBM SPSS Statistics 20 for Windows*.

b. Uji Reliabilitas

Menurut Sugiono (2012) instrumen yang reliabel berarti instrumen yang bila digunakan berkali-kali untuk mengukur data yang sama akan menghasilkan data yang sama juga. Berikut merupakan rumus yang digunakan untuk mengukur reliabilitas dengan rumus Spearman Brown:

$$r_i = \frac{2 \cdot r_b}{\sqrt{1 + r_b}}$$

r_i = Reabilitas internal seluruh instrumen

r_b = Korelasi *product moment* antara belahan pertama dan kedua

Dengan kata lain, penggunaan instrumen yang valid dan reliabel dalam pengumpulan data akan menghasilkan penelitian yang valid dan reliabel pula. Jadi instrumen yang valid dan reliabel merupakan suatu syarat agar hasil penelitian terbukti keabsahannya.

Untuk menyatakan hubungan bisa digunakan kriteria Guilfordl (dalam Kudus, 2013), yaitu :

- a. $< 0,20$: hubungan yang sangat kecil dan bisa diabaikan
- b. $0,20 \leq 0,40$: hubungan yang kecil (tidak erat)
- c. $0,40 \leq 0,70$: hubungan yang cukup erat
- d. $0,70 \leq 0,90$: hubungan yang erat (reliabel)
- e. $0,90 \leq 1,00$: hubungan yang sangat erat (sangat reliabel)

Keputusan uji reliabilitas ditentukan dengan ketentuan sebagai berikut :

- a. Jika koefisien internal seluruh item $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan tingkat signifikan 10 % maka item pertanyaan dinyatakan reliabel.
- b. Jika koefisien internal seluruh item $r_{hitung} < r_{tabel}$ dengan tingkat signifikan 10 % maka item pertanyaan dinyatakan tidak reliabel.

Pengujian reliabilitas instrumen pada penelitian kali ini menggunakan bantuan *software IBM SPSS Statistics 20 for Windows*. Hasil uji reliabilitas dapat dilihat pada tabel 3.7 berikut :

Tabel 3.7
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Jml. Pernyataan	Alpha	Titik Kritis	Keterangan
Unggahan Foto (X)	16	0,734	0,70	Reliabel
Keputusan Berkunjung (Y)	11	0,730	0,70	Reliabel

I. Teknik Analisis Data

1. Teknik Analisis Data Deskriptif

Menurut Sugiyono (2010, hlm. 147-148) yang menyatakan bahwa analisis deskriptif adalah analisis yang digunakan untuk menganalisa data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi.

Pada penelitian kali ini dilakukan pembahasan mengenai pengaruh unggahan foto dalam media sosial terhadap keputusan berkunjung di Farmhouse Susu Lembang dan analisis data deskriptif yang digunakan untuk mendeskripsikan variabel-variabel penelitian yaitu diantaranya adalah :

- a. Analisis deskriptif mengenai tanggapan pengunjung mengenai Unggahan foto dalam media sosial di Farmhouse Susu Lembang yang terdiri dari pesan konotasi dan denotasi dalam foto.
- b. Analisis deskriptif mengenai tanggapan pengunjung mengenai keputusan berkunjung di Farmhouse Susu Lembang.

2. Teknik Analisis Data Verifikatif

Kegiatan dalam analisis data menurut (Sugiono 2008 : 206) adalah mengelompokan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah, dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan. Setelah tahapan pengelolaan data yang sudah menjadi data *valid* dan *reliabel* maka tahapan selanjutnya adalah analisis data untuk menjawab rumusan masalah dari penelitian ini. Tahapannya adalah sebagai berikut:

a. Metode MSI (*Method Successive Interval*)

Menurut Jonathan Sarwono (2012, hlm. 250), metode suksesif interval merupakan proses mengubah data ordinal menjadi data interval. Kualitatif atau bukan angka sebenarnya. Data ordinal menggunakan angka sebagai simbol data kualitatif. Dalam contoh dibawah ini, misalnya :

- 1) Angka 1 mewakili “sangat tidak setuju”
- 2) Angka 2 mewakili “ tidak setuju”
- 3) Angka 3 mewakili “setuju”
- 4) Angka 4 mewakili “sangat setuju”

Penelitian ini menggunakan skala ordinal seperti yang dijelaskan di operasional variabel, oleh karena itu harus diubah dalam bentuk interval untuk memenuhi persyaratan prosedur-prosedur tersebut. Semua data ordinal yang sudah terkumpul terlebih dahulu perlu diubah menjadi skala interval dengan cara MSI. Menurut Harun Al-Rasyid (1994, hlm. 131) untuk melakukan transformasi data tersebut dilakukan dengan cara sebagai berikut :

- 1) Menghitung frekuensi (f) setiap pilihan jawaban berdasarkan hasil jawaban responden pada setiap pertanyaan.
- 2) Berdasarkan frekuensi yang diperoleh untuk setiap pertanyaan dilakukan perhitungan proporsi (ρ) setiap pilihan jawaban dengan cara membagi frekuensi dengan jumlah responden.
- 3) Berdasarkan proporsi tersebut dilakukan perhitungan proporsi kumulatif untuk setiap pilihan pertanyaan.
- 4) Menentukan nilai batas Z (tabel normal) untuk setiap pilihan jawaban pertanyaan.
- 5) Menentukan nilai interval rata – rata (*scale value*) untuk setiap pilihan jawaban melalui persamaan berikut :

Scale Value

$$= \frac{(\text{Decinty At Lower Limit}) - (\text{Decinty At Upper Limit})}{(\text{Area Below Upper Limit}) - (\text{Area Below Lower Limit})}$$

(Area Below Upper Limit) – (Area Below Lower Limit)

- 6) Menghitung nilai hasil transformasi setiap pilihan jawaban melalui rumusan persamaan sebagai berikut :

$$\text{Nilai hasil transformasi : score} = \text{scale value}_{\text{minimum}} + 1$$

Data yang telah terbentuk skala interval kemudian ditentukan persamaan yang berlaku untuk pasangan variabel tersebut.

b. Software SPSS 20.0

SPSS adalah sebuah program aplikasi yang memiliki kemampuan analisis statistik cukup tinggi serta sistem manajemen data pada lingkungan grafis dengan menggunakan menu-menu

deskriptif dan kotak-kotak dialog yang sederhana sehingga mudah untuk dipahami cara pengoperasiannya. SPSS itu sendiri singkatan dari *Statistical Package for the Social Sciences* atau dalam bahasa Indonesia nya diartikan Paket Statistik untuk Ilmu Sosial. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan *Software SPSS* versi 20.0.

c. Garis kontinum

Menurut Ardhana dalam (Lexy J Moleong 2007, hlm: 103) menjelaskan bahwa analisis data adalah proses mengatur urutan data, mengorganisasikannya ke dalam suatu pola, kategori, dan satuan uraian dasar. Untuk menetapkan peringkat dalam setiap indikator yang diteliti pada garis kontinum, dapat dilihat dari perbandingan antara skor actual dengan skor ideal menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\%skoractual = \frac{Skoractual}{Skorideal} \times 100\%$$

Dimana:

- 1) Skor actual adalah jawaban seluruh responden atas kuisisioner yang telah diajukan.
- 2) Skor ideal adalah skor atau bobot tertinggi atau semua responden diasumsikan memilih jawaban dengan skor tertinggi.

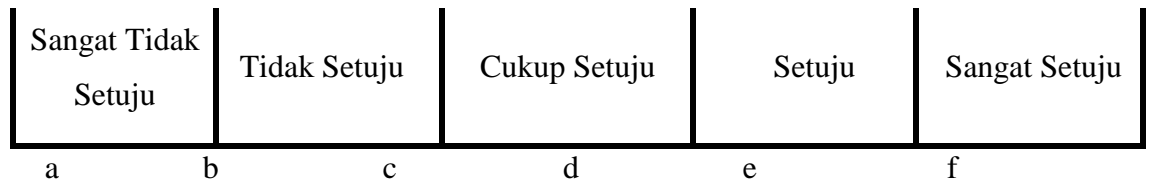
Dan berikut adlah rumus untuk pengukuran garis kontinum yang pengukurannya ditentukan dengan cara:

Nilai indeks maksimum = skala tertinggi X jumlah pertanyaan X responden

Nilai indeks minimum = skala terendah X jumlah pertanyaan X responden

Jarak interval = (nilai maksimum – nilai minimum) : 5

Setelah mendapatkan nilai indeks maksimum, nilai indeks minimum, serta jarak interval untuk garis kontinum, hasil nilai tersebut dimasukan ke dalam gambar garis kontinum. Dan berikut penulis berikan contoh gambar garis kontinum :



Sumber: Ardhana dalam (Lexy J Moleong 2007, hlm: 103)

Gambar 3.2
Garis Kontinum

Dimana:

- a = Nilai indeks minimum
- b,c,d,e = Jarak interval
- f = Nilai indeks maksimum

d. Uji Asumsi Klasik

Penggunaan model analisis regresi terikat dengan sejumlah asumsi dan harus memenuhi asumsi-asumsi yang mendasari model tersebut. Pengujian asumsi yang harus dipenuhi agar persamaan regresi dapat digunakan dengan baik (uji persyaratan analisis) sebagai berikut :

1) Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel terikat dan variabel bebas keduanya apakah mempunyai distribusi normal atau tidak menurut Ghozali (2013: 160). Dalam penelitian ini, uji normalitas menggunakan Uji Statistik *Kolmogorov-Smirnov*. Menurut Ghozali (2013: 32-34). Uji *Kolmogorov-Smirnov* berdasar pada kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut:

- a) Jika Asymp Sig. (p-value) $> \alpha$ 0,05 maka dapat dinyatakan data berdistribusi normal
- b) Jika Asymp sig. (p-value) $< \alpha$ maka dapat dinyatakan data tidak berdistribusi normal

2) Uji Heteroskedastisitas

Tujuan pengujian ini adalah untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain menurut Ghozali (2013: 139). Jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap maka, disebut homokedastisitas, namun jika berbeda disebut dengan heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah homokedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas.

Salah satu cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas adalah dengan melihat grafik plot antar prediksi variabel dependen (ZPRED) dengan residual (SRESID). Deteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola titik pada grafik *scatterplot* antara SRESID dan ZPRED, dimana sumbu Y adalah Y yang telah diprediksi dan sumbu X adalah residual yang telah di *standardized* menurut Ghozali (2013: 139). Dasar analisisnya sebagai berikut:

- a) Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk suatu pola yang teratur (bergelombang melebar kemudian menyempit) maka terjadi heteroskedastisitas,
- b) Jika tidak ada pola yang jelas seperti titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka hal ini mengindikasikan tidak terjadi heteroskedastisitas.

3) Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas dalam model regresi (Ghozali, 2006). Model regresi yang baik

seharusnya bebas dari multikolinieritas. Deteksi terhadap ada tidaknya multikolinieritas yaitu

- a) Nilai R square (R^2) yang dihasilkan oleh suatu estimasi model regresi empiris yang sangat tinggi, tetapi secara individual tidak terikat.
- b) Menganalisis matrik variabel-variabel independen. Jika antar variabel independen terdapat korelasi yang cukup tinggi (lebih dari 0.09), maka merupakan indikasi adanya multikolinieritas.
- c) Melihat tolerance dan variance inflation factor (VIF), suatu model regresi yang bebas dari masalah multikolinieritas apabila mempunyai nilai tolerance dari 0,1 dan nilai VIF lebih dari 10 (Ghozali, 2006).

4) Uji Autokorelasi

Uji Autokorelasi bertujuan menguji apakah dalam model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode t (sebelumnya) menurut Ghozali (2013:110). Untuk mendeteksi ada atau tidaknya autokorelasi digunakan Uji Durbin – Watson (DW test). Uji Durbin Watson hanya digunakan untuk autokorelasi tingkat satu (*first order autocorrelation*) dan mesyaratkan adanya *intercept* (konstanta) dalam model regresi dan tidak ada variabel lagi diantara variabel independen. Hipotesis yang akan diuji adalah:

H_0 : tidak ada autokorelasi ($r=0$)

H_1 : ada autokorelasi ($r \neq 0$)

Pengambilan keputusan ada tidaknya autokorelasi :

Tabel 3.8
Pengambilan Keputusan Autokorelasi

Hipotesis nol	Keputusan	Jika
Tdk ada autokorelasi positif	Tolak	$0 < d < dl$
Tdk ada autokorelasi positif	No Decision	$dl \leq d \leq du$
Tdk ada autokorelasi negative	Tolak	$4 - dl < d < 4$
Tdk ada autokorelasi negative	No Decision	$4 - du \leq d \leq 4 - dl$
Tdk ada autokorelasi, positif atau negatif	Tdk Ditolak	$du < d < 4 - du$

Sumber : Imam Ghozali (2013: 111)

e. Regresi Linear Berganda

Analisis ini digunakan untuk mengukur pengaruh antara lebih dari satu variabel prediktor atau variabel bebas hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen apakah masing-masing variabel independen berhubungan positif atau negatif. Menurut Sugiyono (2010:277) analisis regresi linier berganda ialah analisis yang digunakan peneliti, bila maksud meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen (kriterium), bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor prediktor dimanipulasi (dinaik turunkan nilainya).

Adapun variabel independen yang terdapat dalam penelitian ini antara unggahan foto berlatar belakang tempat wisata dalam media sosial dengan pesan konotasi (X_1) dan unggahan foto berlatar belakang tempat wisata dalam media sosial dengan pesan denotasi (X_2) yang akan diuji pengaruhnya terhadap variabel dependen keputusan berkunjung wisatawan di Farmhouse. Maka didapatkan rumus persamaan regresi linier berganda sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \dots + b_nX_n$$

Keterangan :

Y = Variabel Terikat

a = Konstanta

b_1, b_2, \dots = Koefisien Regresi

X_1, X_2 = Variabel Bebas

1) Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi untuk mengetahui besarnya presentase kontribusi variable produk wisata (X) terhadap variable keputusan berkunjung (Y) dengan rumus koefisien determinasi (kd) yaitu :

$$KD = r^2 \times 100\%$$

Keterangan :

KD = Koefisien determinasi

r = Koefisien korelasi

Dimana apabila :

- 1) $Kd = 0$, Berarti pengaruh variabel x terhadap variabel y, lemah.
- 2) $Kd = 1$, Berarti pengaruh variabel x terhadap variabel y, kuat.

Adapun tabel tentang pedoman koefisien determinasi yang dapat dilihat pada table 3.5 dibawah ini :

Tabel 3.9
Pedoman koefisien Determinasi

Interval Koefisien	Tingkat Pengaruh
0% - 19,99%	Sangat Lemah
20% - 39,99%	Lemah
40% - 59,99%	Sedang
60% - 79,99%	Kuat

80% - 100%	Sangat Kuat
------------	-------------

Sumber : Sugiyono (2012)

2) Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji t)

Uji t menunjukkan seberapa jauh pengaruh masing-masing variabel independen secara individu dalam menerangkan variasi variabel dependen. Pada uji t, nilai t hitung akan dibandingkan dengan nilai t tabel, dilakukan dengan cara sebagai berikut:

- a. Bila $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau probabilitas $<$ tingkat signifikansi ($Sig < 0,05$), maka H_a diterima dan H_o ditolak, variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.
- b. Bila $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau probabilitas $>$ tingkat signifikansi ($Sig < 0,05$), maka H_a ditolak dan H_o diterima, variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

3) Uji Signifikansi/ Pengaruh Simultan (Uji F)

Uji F menunjukkan apakah variabel independen yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh terhadap variabel dependennya. Kriteria pengambilan keputusannya, yaitu:

- a. Bila $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau probabilitas $<$ nilai signifikan ($Sig \leq 0,05$), maka hipotesis dapat ditolak, ini berarti bahwa secara simultan variabel independen memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
- b. Bila $F_{hitung} < F_{tabel}$ atau probabilitas $>$ nilai signifikan ($Sig \geq 0,05$), maka hipotesis diterima, ini berarti bahwa secara simultan variabel independen tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen.