

## **BAB III**

### **OBJEK DAN METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Objek Penelitian**

Penelitian ini menganalisis mengenai pengaruh *creative tourism* terhadap citra batik Indonesia. Adapun yang menjadi variabel bebas (*independent variable*) adalah *creative tourism* atau variabel X, yang terdiri dari tiga dimensi yaitu *Participation* ( $X_1$ ), *Innovation* ( $X_2$ ), *Authenticity* ( $X_3$ ), *Human Interaction* ( $X_4$ ). Variabel terikat (*dependent variabel*) adalah variabel Y adalah citra batik di mata wisatawan yang meliputi *Innovativeness*, *Design*, *Prestige*, *Workmanship*. Penelitian ini dilakukan dari bulan Februari 2016 sampai dengan bulan April 2016 di Rumah Batik Komar Jl. Cigadung Raya Timur 1 No.5 Bandung, 40191.

Responden yang menjadi unit analisis dari penelitian ini adalah wisatawan generasi Y yang berkunjung ke Rumah Batik Komar. Seperti definisi menurut Richards dan Raymond (2000;18) bahwa *creative tourism* adalah wisata yang menawarkan kesempatan kepada pengunjung untuk mengembangkan potensi kreatif yang dimilikinya melalui partisipasi aktif dalam pelatihan dan pengalaman pembelajaran yang memiliki karakteristik sesuai dengan tempat wisata yang mereka jalani. Maka yang menjadi responden dalam penelitian ini adalah wisatawan generasi Y yang melakukan pelatihan membatik di Rumah Batik Komar dan tidak hanya sekedar mengunjungi Rumah Batik Komar.

#### **3.2 Metode Penelitian**

##### **3.2.1 Jenis Penelitian dan Metode yang di gunakan**

Berdasarkan variabel-variabel yang diteliti maka jenis penelitian dari penelitian ini adalah penelitian deskriptif dan verifikatif. Menurut Asep Hermawan (2009, hlm. 84) menyatakan bahwa “Penelitian deskriptif dilakukan untuk menjelaskan karakteristik berbagai variabel penelitian dalam situasi tertentu”. Metode penelitian merupakan cara penelitian yang digunakan untuk mendapatkan data untuk mencapai data untuk mencapai tujuan tertentu. Penelitian deskriptif bertujuan untuk memperoleh deskripsi atau gambaran mengenai *creative tourism* tersebut terhadap citra batik Indonesia.

Penelitian verifikatif adalah metode untuk menguji kebenaran, memeriksa benar tidaknya apabila dijelaskan untuk menguji suatu cara dengan atau tanpa perbaikan yang telah dilaksanakan di tempat lain dengan mengatasi masalah yang serupa dengan kehidupan (Mashuri, 2008:45)

Berdasarkan jenis penelitian *deskriptif*, metode penelitian yang digunakan adalah metode *deskriptif survei* dan metode *explanatory survey* untuk menjelaskan hubungan antara variabel-variabel melalui pengujian hipotesis. Metode tersebut dipergunakan untuk menjelaskan hubungan antara variabel-variabel penelitian melalui pengujian hipotesis. Menurut Ker Linger dalam Sugiyono (2013, hlm 85) mengemukakan bahwa : Penelitian Survey adalah penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil, tetapi data yang dipelajari adalah data dari sampel yang diambil dari populasi tersebut, sehingga ditemukan kejadian-kejadian relatif, distribusi dan hubungan-hubungan antar variabel, sosiologis maupun psikologis.

Penelitian yang menggunakan metode ini, melakukan kegiatan pengumpulan informasi dari sebagian populasi secara langsung di tempat kejadian (empirik) dengan tujuan untuk mengetahui pendapat dari sebagian populasi terhadap objek yang sedang diteliti.

Metode pengembangan yang dipergunakan adalah *cross-sectional method*. Menurut Umar (2008:43), *cross sectional method* yaitu metode penelitian dengan cara mempelajari objek, dalam kurun waktu tertentu tidak berkesinambungan dalam jangka waktu panjang.

### 3.2.2 Operasionalisasi Variabel

Penelitian ini meliputi dua variabel, yaitu variabel bebas dan variabel terikat. Variabel yang diteliti dalam penulisan ini yaitu *creative tourism* (X) sebagai variabel bebas yang memiliki dimensi *participation* (X<sub>1</sub>), *innovation* (X<sub>2</sub>), dan *authenticity* (X<sub>3</sub>), *human interaction* (X<sub>4</sub>) sedangkan variabel terikat (Y) adalah citra batik (*product image*) yang terdiri dari *Innovativeness*, *Design*, *Prestige*, *Workmanship*.

Silalahi (2009, hlm 201) mengungkapkan bahwa “Operasionalisasi variabel merupakan kegiatan mengurai variabel menjadi sejumlah variabel

operasional atau variabel empiris (Indikator, item) yang menunjuk langsung pada hal-hal yang dapat diamati atau diukur”. Untuk lebih jelasnya maka disajikan pada tabel operasionalisasi variabel berikut:

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

Variabel	Konsep Variabel	Sub variabel	Indikator	Skala	Item
<b>Creative Tourism</b>	<i>“travel directed toward an engaged and authentic experience, with participative learning in the arts, heritage, or special character of a place, and it provides a connection with those who reside in this place and create this living culture”.</i> (Unesco, 2006 dalam Ohridska-olson dan Ivanov)	<i>Participation</i>	Tingkat keterlibatan responden dalam program membatik di RBK.	Ordinal	1
			Tingkat kesempatan responden untuk mengembangkan kreasi yang dimiliki dalam program membatik yang ditawarkan RBK	Ordinal	2
			Tingkat antusias responden terhadap program membatik di RBK	Ordinal	3
		<i>Innovation</i>	Variasi <i>raw material</i> / bahan-bahan dalam program membatik	Ordinal	4
			Tingkat kreatifitas dalam penyampaian pembelajaran	Ordinal	5
			Tingkat kematangan program membatik dari awal sampai akhir	Ordinal	6
		<i>Authenticity</i>	Tingkat keaslian dalam menciptakan produknya sendiri	Ordinal	7
			Pengalaman otentik yang diberikan melalui program membatik	Ordinal	8
			Penciptaan nilai guna dari program membatik	Ordinal	9
		<i>Human Interaction</i>	Tingkat komunikasi selama program membatik	Ordinal	10
			Tingkat ketanggapan pihak RBK dalam menjawab pertanyaan responden selama program membatik	Ordinal	11

<p><b>Product Image</b></p> <p><i>a product and country match (positive fit) would occur when important dimensions for a product category are also associated with a country's image. In the absence of such an association, a mismatch (negative fit) between the product category and country image would exist. (Roth and Romeo, 1992 dalam Tracey S. Dagger Maria M. Raciti, (2011)</i></p>		Tingkat perlakuan pihak RBK terhadap responden selama program membuat batik	Ordinal	12
		Penciptaan batik-batik jenis baru di RBK	Ordinal	13
	<i>Innovativeness</i>	Tingkat kreatifitas yang dituangkan dalam batik-batik RBK	Ordinal	14
		Tingkat kemenarikan variasi produk batik di RBK	Ordinal	15
	<i>Design</i>	Tingkat variasi pewarnaan batik yang di kembangkan	Ordinal	16
		Tingkat keotentikan desain yang diproduksi RBK	Ordinal	17
		Keindahan jenis corak batik yang diproduksi RBK	Ordinal	18
	<i>Prestige</i>	Tingkat penilaian responden terhadap kain batik Indonesia	Ordinal	19
		Tingkat kebanggan responden terhadap Batik Indonesia	Ordinal	20
		Tingkat reputasi mengenai Batik Indonesia	Ordinal	21
	<i>Workmanship</i>	Tingkat ketahanan kain batik	Ordinal	22
		Daya tahan/ keawetan kain batik	Ordinal	23
		Tingkat kerapihan hasil akhir produk (craftmanship)	Ordinal	24
	Tingkat kualitas produksi batik di RBK	Ordinal	25	

Sumber: Modifikasi Penelitian dari beberapa literatur

### 3.2.3 Jenis dan sumber data

Sumber data adalah segala sesuatu yang dapat memberikan informasi mengenai data. Berdasarkan sumbernya data dibedakan menjadi dua, yaitu data primer dan data sekunder. Menurut Sugiyono (2010:137) menjelaskan bahwa:

#### 1. Data Primer

Sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data.

Data Primer adalah data yang diperoleh dari hasil penelitian langsung

secara empirik kepada responden langsung dengan menggunakan teknik pengumpulan data berupa observasi, wawancara maupun penyebaran kepada sumber data.

## 2. Data Sekunder

Sumber data sekunder merupakan sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen. Data sekunder adalah data yang dikumpulkan atau hasil penelitian pihak lain. Adapun data sekunder dari penelitian ini adalah data pendukung dari buku lain yang diperoleh penulis yang dianggap relevan dengan topik penelitian. Berikut ini adalah tabel 3.2 mengenai jenis dan sumber data yang digunakan :

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

NO	Jenis Sumber Data	Kategori Data	Sumber Data
1	Profil Rumah Bati Komar Bandung	Sekunder	Marketing Rumah Batik Komar
2	Karakteristik Responden	Primer	Wisatawan Rumah Batik Komar
3	Data Awal Citra Batik Indonesia	Primer	Mahasiswa Universitas di Bandung
4	Tanggapan Responden mengenai <i>Creative Tourism</i>	Primer	Wisatawan Rumah Batik Komar
5	Tanggapan Responden mengenai Citra Batik	Primer	Wisatawan Rumah Batik Komar

### 3.2.4 Populasi, Sampel, Teknik Sampling

#### 3.2.4.1 Populasi

Menentukan populasi merupakan langkah penting dalam mengumpulkan dan menganalisis suatu data. Populasi merupakan keseluruhan unit atau individu dalam ruang lingkup yang di teliti. Sugiyono (2013:80) mengemukakan pengertian populasi sebagai berikut “Populasi diartikan sebagai wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang di tetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”.

Berdasarkan pengertian di atas, maka populasi bukan hanya orang, tetapi juga objek dan benda-benda alam (unsur-unsur, elemen) yang lain. Populasi juga

bukan sekadar jumlah yang ada pada objek atau subjek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh subjek atau objek itu.

Populasi yang diambil dalam penelitian ini adalah pengunjung yang termasuk ke dalam kategori *iGeneration*, yaitu yang berusia 15-17 tahun, karena lahir pada tahun 1999-2002 dan melakukan pelatihan membuat (*Creative Tourism*) di Rumah Batik Komar yaitu sebanyak 531 orang pada tahun 2015.

### 3.2.4.2 Sampel

Untuk pengambilan sampel dari populasi agar diperoleh sampel yang *representatif* dan mewakili, maka di upayakan setiap subjek dalam populasi mempunyai peluang yang sama untuk menjadi sampel. Menurut Sugiyono (2013, hlm 62) “sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut”

Suatu penelitian tidak mungkin semua populasi diteliti, dalam hal ini disebabkan beberapa faktor, diantaranya keterbatasan biaya, tenaga dan waktu yang tersedia. Maka itulah peneliti diperkenankan mengambil sebagian dari objek populasi yang ditentukan, dengan catatan bagian yang diambil tersebut mewakili yang lain yang tidak diteliti. Menurut Nyoman (2012:38) mengatakan bahwa “besarnya populasi mempengaruhi representative sampel, karena makin besar jumlah sampel makin besar peluang sampel mengikuti ciri-ciri dan distribusi populasinya”.

Ukuran sampel tersebut didapatkan berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan rumus Slovin dalam Husein Umar (2010:141) yaitu sebagai berikut:

RUMUS :

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

Dimana :

n= Ukuran sampel

N= Ukuran populasi

e = Kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan sampel yang dapat di tolerir (e=0,10)

Perhitungan Rumus Slovin

n = Sampel

$$N = 531$$

$$e = 10\%$$

$$n = \frac{531}{1 + 531(0,10)^2}$$

$$0,01 \times 531 = 5,31 + 1 = 6,31$$

$$n = \frac{531}{6,31} = 84,15$$

Berdasarkan penghitungan dengan menggunakan metode rumus dari Slovin dengan jumlah populasi *iGeneration* yang melakukan pelatihan sebanyak 531 pada tahun 2015 dan mengambil standar error sebesar 0,1 maka jumlah sampel minimal yang diteliti dalam penelitian ini adalah sebanyak 84 orang.

### 3.2.4.3 Teknik Sampling

Teknik sampel merupakan teknik pengambilan sampel untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian sehingga dapat diperoleh nilai karakteristik perkiraan. Menurut Sugiyono (2008:73), mengemukakan bahwa teknik sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan penelitian tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga, dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi tersebut.

Penarikan sampel ditujukan untuk memudahkan peneliti dalam melakukan penelitian. Sampel merupakan perwakilan dari populasi penelitian. Dengan adanya sampel, maka waktu, tenaga dan biaya yang dikeluarkan oleh peneliti menjadi lebih efisien. Teknik sampel pada dasarnya dapat dikelompokkan menjadi dua yaitu *probability sampling* dan *nonprobability sampling*).

Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *nonprobability sampling* yang berarti teknik sampel yang memberikan peluang yang tidak sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel (Sugiyono,2011). Setelah memperoleh data dari responden yang merupakan populasi penelitian, penulis mengambil sampel berdasarkan teknik *purposive sampling*. Menurut Mark. L Benson (2012, hlm. 250) menyatakan bahwa dalam teknik *purposive sampling*, subjek dipilih berdasarkan karakteristiknya. Teknik ini

dipilih karena populasi dan sampel yang dipilih memiliki karakteristik tertentu. Karakteristik tersebut antara lain :

1. Pengunjung yang melakukan pelatihan membuat batik di Rumah Batik Komar
2. Pengunjung berusia antara 15-17 tahun (*iGeneration*)

### 3.2.5 Teknik pengumpulan data

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

1. Observasi (pengamatan), dilakukan dengan mengamati langsung objek yang berhubungan dengan masalah yang diteliti khususnya mengenai *Creative Tourism* dan Citra Batik Indonesia.
2. Studi kepustakaan, yaitu pengumpulan data dengan cara mempelajari buku, makalah, situs web-site, majalah guna memperoleh informasi yang berhubungan dengan teori-teori dan konsep-konsep yang berkaitan dengan masalah dan variabel yang diteliti yang terdiri dari *Creative Tourism* dan *Product Image*.
3. Wawancara, sebagai teknik komunikasi langsung dengan pihak Rumah Batik Komar Bandung.
4. Kuesioner (angket), dilakukan dengan menyebarkan seperangkat daftar pertanyaan tertulis kepada responden yaitu wisatawan Rumah Batik Komar (sampel penelitian). Dalam kuesioner ini penulis mengemukakan beberapa pertanyaan yang mencerminkan pengukuran indikator dari variabel X (*creative tourism*) dan Variabel (Y) *Product Image* dengan cara mewawancarai wisatawan. Kemudian memilih alternatif jawaban yang telah disediakan pada masing-masing alternatif jawaban yang dianggap paling tepat.

### 3.2.6 Pengujian Validitas dan Reabilitas

#### 3.2.6.1 Hasil Pengujian Validitas

Dalam penelitian ini, yang akan diuji adalah validitas dari variabel *Creative Tourism* sebagai instrumen variabel (X) dan Citra (*Product Image*).

Perhitungan validitas item instrumen dilakukan dengan menggunakan program SPSS *Statistic 20 for Windows*.

Menurut Uma Sekaran (2013 : 225), validitas adalah cara pengujian mengenai seberapa baik instrumen dikembangkan dengan konsep langkah-langkah tertentu yang ditujukan untuk mengukur variabel tertentu. Dengan demikian bahwa data valid adalah data yang tidak berbeda antara data yang dilaporkan oleh peneliti dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek penelitian.

Tipe validitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah validitas konstruk, yaitu menentukan validitas dengan cara mengkorelasikan antar skor yang diperoleh dari masing-masing item berupa pertanyaan dengan skor totalnya.

Menurut Uma Sekaran (2008:110) langkah-langkah yang digunakan untuk menguji validitas sebagai berikut:

1. Mengidentifikasi secara operasional suatu konsep yang akan diukur.
2. Melakukan uji coba pengukuran tersebut pada sejumlah responden.
3. Mempersiapkan tabel tabulasi jawaban.
4. Menghitung nilai korelasi antara data pada masing-masing pernyataan dengan skor total memakai rumus teknik korelasi *product moment*,

Keputusan pengujian validitas responden menggunakan taraf signifikansi sebagai berikut:

1. Nilai  $r$  dibandingkan dengan  $r$  tabel dengan  $dk = n-2$  dan taraf signifikansi  $\alpha = 0,05$
3. Item pertanyaan yang diteliti dikatakan valid jika  $r_{hitung} \geq r_{tabel}$
4. Item pertanyaan yang diteliti dikatakan tidak valid jika  $r_{hitung} < r_{tabel}$
5. Berdasarkan jumlah angket yang diuji sebanyak 30 responden dengan tingkat signifikansi 5% dan derajat kebebasan ( $dk$ )  $n-2$  ( $30-2=28$ ), maka didapat nilai  $r$  tabel sebesar 0,374.

Perhitungan validitas item instrumen dilakukan dengan bantuan 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 di ajukan Peneliti.

**TABEL 3.3**  
**HASIL UJI VALIDITAS ITEM PERTANYAAN *CREATIVE TOURISM***  
**TERHADAP CITRA BATIK INDONESIA**

No	Pertanyaan	r hitung	Sig.	Taraf Sig.	Keterangan
<i>Creative Tourism</i>					
<b>A <i>Participation</i></b>					
1	Keterlibatan wisatawan dalam program pelatihan membuat batik di RBK.	0,630	0,000	0,05	Valid
2	Kesempatan wisatawan untuk mengembangkan kreasi yang dimiliki dalam program pelatihan membuat batik	0,424	0,020	0,05	Valid
3	Antusias wisatawan terhadap program pelatihan membuat batik di RBK	0,711	0,000	0,05	Valid
<b>B <i>Innovation</i></b>					
4	Variasi paket program pelatihan membuat batik di RBK	0,595	0,001	0,05	Valid
5	Variasi row material/ bahan-bahan dalam program pelatihan membuat batik	0,610	0,000	0,05	Valid
6	Tingkat kreatifitas dalam penyampaian pembelajaran	0,618	0,000	0,05	Valid
7	Pelaksanaan program pelatihan membuat batik dari awal sampai akhir	0,470	0,009	0,05	Valid
<b>C <i>Authenticity</i></b>					
8	Keaslian dalam menciptakan produknya sendiri	0,445	0,140	0,05	Valid
9	Pengalaman otentik yang diberikan melalui program pelatihan membuat batik	0,560	0,001	0,05	Valid
10	Penciptaan nilai guna dari program pelatihan membuat batik	0,591	0,001	0,05	Valid
11	Komunikasi selama program pelatihan membuat batik	0,625	0,000	0,05	Valid

<b>D Human Interaction</b>					
12	Tingkat ketanggapan pihak RBK dalam menjawab pertanyaan wisatawan selama program pelatihan membuat batik	0,461	0,010	0,05	Valid
13	Perlakuan pihak RBK terhadap wisatawan selama program pelatihan membuat batik	0,666	0,000	0,05	Valid
<b>Citra Batik (Product Image)</b>					
<b>A Innovativeness</b>					
1	Penciptaan batik-batik jenis baru di RBK	0,7	0,000	0,05	Valid
2	Kreatifitas yang dituangkan dalam batik-batik RBK	0,613	0,000	0,05	Valid
3	Kemenarikan variasi batik di RBK	0,717	0,000	0,05	Valid
<b>B Design</b>					
4	Variasi pewarnaan batik yang di kembangkan RBK	0,621	0,000	0,05	Valid
5	Keotentikan desain yang diproduksi RBK	0,452	0,012	0,05	Valid
6	Keindahan jenis corak batik yang diproduksi RBK	0,475	0,008	0,05	Valid
<b>C Prestige</b>					
7	Penilaian wisatawan terhadap kain Batik Indonesia	0,622	0,000	0,05	Valid
8	Kebanggaan wisatawan terhadap kain Batik Indonesia	0,565	0,001	0,05	Valid
9	Reputasi Batik Indonesia	0,446	0,013	0,05	Valid
<b>D Workmanship</b>					
10	Daya tahan/ keawetan kain batik	0,468	0,009	0,05	Valid
11	Tingkat kerapihan hasil akhir produk ( <i>craftmanship</i> )	0,446	0,014	0,05	Valid
12	Tingkat kualitas produksi batik di RBK	0,568	0,001	0,05	Valid

### 3.2.6.2 Hasil Pengujian Reliabilitas

Reliabilitas merupakan suatu ukuran yang menunjukkan bahwa suatu instrumen cukup dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut sudah baik. Secara garis besar ada dua jenis reliabilitas, yaitu reliabilitas eksternal dan reliabilitas internal. Seperti halnya validitas, dua nama ini sebenarnya menunjuk pada cara-cara menguji tingkat reliabilitas. Jika ukuran atau kriteriumnya berada di luar instrumen maka dari hasil pengujian ini diperoleh reliabilitas eksternal. Sebaliknya jika perhitungan dilakukan berdasarkan data dari instrumen tersebut saja, akan menghasilkan reliabilitas internal (Arikunto, 2008:153).

Pengujian reliabilitas digunakan untuk mengetahui apakah alat pengumpulan data tersebut menunjukkan tingkat ketepatan (keterandalan), keakuratan, kestabilan dan konsistensinya didalam mengungkapkan gejala tertentu dari sekelompok individu walaupun dilaksanakan pada saat yang berbeda. Reliabilitas menunjuk pada suatu pengertian bahwa suatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data, karena instrumen tersebut sudah baik. Instrumen yang sudah dipercaya dan yang reliabel akan menghasilkan data yang dapat dipercaya juga.

Menurut Malhotra (2009:307), Reliabilitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten bila diukur beberapa kali dengan alat ukur yang sama. Menurut Uma Sekaran (2013:225), reliabilitas adalah cara pengujian mengenai seberapa konsisten konsep alat ukur tersebut.

Pengujian reliabilitas instrumen dilakukan dengan internal *consistency* dengan teknik belah dua (*spli half*) yaitu dilakukan dengan jalan membelah dua skor masing-masing jumlah item, yang dianalisis dengan rumus :

$$\text{Spearman Brown, yaitu : } r_i = \frac{2r_b}{1+r_b} \quad (\text{Sugiyono, 2010:190})$$

Keterangan:

$r_i$  = Reliabilitas seluruh instrumen

$r_b$  = Korelasi *Product Moment* antara belahan pertama dan kedua

Keputusan uji reliabilitas ditentukan dengan kriteria sebagai berikut:

1. Jika koefisien internal seluruh item ( $r_i$ )  $>$   $r_{\text{tabel}}$  dengan tingkat signifikansi 5% maka item pertanyaan dikatakan reliabel
2. Jika koefisien internal seluruh item ( $r_i$ )  $\leq$   $r_{\text{tabel}}$  dengan tingkat signifikansi 5% maka item pertanyaan dikatakan tidak reliabel.

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

**TABEL 3.4**  
**HASIL UJI RELIABILITAS *CRONBRACH'S ALPHA***

No	Variabel	<i>Cronbrach's Alpha</i>	Koefisien ( <i>Cronbrach' Alpha</i> )	Keterangan
1	<i>Creative Tourism</i>	0,831	0,700	Reliabel
2	Citra Batik	0,790	0,700	Reliabel

Sumber : Hasil Pengolahan Data, 2016

Berdasarkan tabel diatas, menunjukkan bahwa *Cronbrach's Alpha creative tourism* (variabel X) adalah sebesar 0,831 lebih besar dari koefisien *Cronbrach's Alpha* 0,700) ini berarti *creative tourism* reliabel. Dan *Cronbrach's Alpha* citra batik adalah sebesar 0,790 lebih besar dari koefisien *Cronbrach's Alpha* 0,700) ini berarti *creative tourism* reliabel.

### 3.2.7 Teknik Rancangan Analisis Data dan Hipotesis

Teknis analisis data merupakan suatu cara untuk mengukur, mengelola dan menganalisis data tersebut. Tujuan pengolahan data adalah untuk memberikan keterangan yang berguna, serta untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan dalam penelitian ini. Dengan demikian, teknik analisis data diarahkan pada pengujian hipotesis serta jawaban masalah yang diajukan.

Jenis data yang terkumpul dalam penelitian ini adalah data ordinal. Dimana sejalan dengan penelitian ini, yaitu untuk mengetahui pelaksanaan

*Creative Tourism* terhadap Citra Batik Indonesia dengan bantuan statistik untuk mengolah data yang terkumpul dari sejumlah kuesioner.

Alat penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner. Kuesioner disusun oleh peneliti berdasarkan variabel yang terdapat dalam penelitian, yaitu memberikan keterangan dengan data mengenai *Creative Tourism* yang mempengaruhi Citra Batik Indonesia. Adapun yang menjadi variabel bebas atau variable X adalah *Crative Tourism* yang memiliki empat dimensi yaitu *Participation, Innovation, Authenticity, Human Interaction*. Objek yang merupakan variabel terikat atau variabel Y adalah Citra Batik Indonesia. Sehingga penelitian ini akan diteliti pengaruh *Creative Tourism* (X) terhadap Citra Batik Indonesia (Y). Kegiatan analisis data dalam penelitian dilakukan melalui tahapan-tahapan sebagai berikut :

#### 1. Menyusun Data

Kegiatan seleksi data ditujukan untuk mengecek kelengkapan identitas responden, kelengkapan data serta isian data yang sesuai dengan tujuan penelitian. Untuk mengetahui karkteristik responden digunakan rumus persentase sebagai berikut:

$$\% = \frac{n}{N} \times 100$$

Keterangan:

n = nilai yang diperoleh

N = jumlah seluruh nilai

100 = konstanta

#### 2. Tabulasi data

##### a. Memberi skor pada setiap item

Salah satu persyaratan dalam menggunakan skala ordinal adalah peringkat jawaban diberikan skor antara 1 – 5. Setiap variabel yang dinilai oleh responden, diklasifikasikan kedalam lima alternative jawaban (*numeric scale*), dimana setiap *option* terdiri dari lima kriteria skor sebagai berikut:

Alternatif Jawaban	Sangat Tinggi	Tinggi	Cukup Tinggi	Rendah	Sangat Rendah
Positif	5	4	3	2	1

Sumber : Modifikasi dari Uma Sekaran (2006:51)

- b. Menjumlahkan skor pada setiap item
  - c. Menyusun ranking pada setiap variabel penelitian
3. Menganalisis data

Menganalisis data yaitu proses pengolahan data dengan menggunakan rumus-rumus statistik.

### 3.2.7.1 Rancangan Analisis Data

Pada penelitian ini digambarkan dua jenis analisis yaitu analisis deskriptif khususnya bagi variable yang bersifat kualitatif dan analisis kuantitatif berupa pengujian hipotesis dengan menggunakan uji statistik. Analisis deskriptif digunakan untuk melihat faktor penyebab, sedangkan analisis kuantitatif menitikberatkan dalam pengungkapan perilaku variable penelitian. Dengan menggunakan kombinasi metode analisis tersebut dapat diperoleh generalisasi yang bersifat komperhensif.

Menurut sugiyono (2010:207) analisis *deskriptif* dapat digunakan untuk mencari kuatnya hubungan antara varibel melalui analisis korelasi, melakukan prediksi dengan analisis regresi dan membuat perbandingan dengan membandingkan rata-rata data sampel atau populasi tanpa diuji signifikasinya. Melalui analisis korelasi dan membuat perbandingan dengan membandingkan rata-rata data sampel atau populasi tanpa perlu diuji signifikasinya. Analisis *deskriptif* bertujuan mengubah kumpulan data mentah menjadi mudah dipahami dalam bentuk informasi yang lebih ringkas. Analisis *deskriptif* juga dapat 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.

Analisis data deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan variable-variabel penelitian, yaitu:

1. Analisis deskriptif tanggapan wisatawan yang berkunjung ke Rumah Batik Komar mengenai Creative Tourism yang terdiri dari *Participation, Innovation, Authenticity, dan Human Interaction*
2. Analisis deskriptif tanggapan wisatawan yang berkunjung ke Rumah Batik Komar mengenai Citra Batik Indonesia.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis korelasi dan analisis regresi berganda. Regresi berganda digunakan untuk melihat hubungan atau pengaruh fungsional ataupun kausal *participation* ( $X_1$ ), *innovation* ( $X_2$ ), *authenticity* ( $X_3$ ), *human interaction* ( $X_4$ ) terhadap Citra Batik Indonesia. Adapun langkah-langkah untuk analisis *verifikatif* adalah sebagai berikut:

1. *Method of Succesive Internal (MSI)*

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

- a. Menghitung frekuensi (f) pada setiap pilihan jawaban berdasarkan hasil jawaban responden pada setiap pertanyaan.
- b. Berdasarkan frekuensi yang diperoleh untuk setiap pertanyaan, dilakukan perhitungan proporsi (p) setiap pilihan jawaban dengan cara membagi frekuensi dengan jumlah responden.
- c. Berdasarkan proporsi tersebut, selanjutnya dilakukan perhitungan proporsi kumulatif untuk setiap pilihan jawaban.
- d. Menentukan nilai batas Z (table normal) untuk setiap pertanyaan dan setiap pilihan jawaban.
- e. Menentukan nilai interval rata-rata 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 yang telah berskala interval selanjutnya akan ditentukan pasangan data *variable independent* dengan *variable dependent* serta akan ditentukan persamaan yang berlaku untuk pasangan-pasangan tersebut.

2. Teknik Analisis Linear Regresi Berganda

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi berganda (*multiple linear regression*). Analisis regresi berganda adalah suatu alat analisis peramalan nilai pengaruh dua atau lebih variable bebas *creative tourism* (X)

terhadap variable terikat Citra Batik (Y) untuk membuktikan ada atau tidaknya hubungan kausal antara dua variable bebas atau lebih.

Menurut Asep hermawan (2009:220) “regresi linear berganda merupakan suatu model statistik yang sesuai jika masalah penelitain mencakup suatu variable terikat (*dependent*) yang berskala pengukuran metric (interval rasio), yang diduga dapat diprediksi oleh variable-variabel *independent* yang berskala pengukuran (interval rasio).

Analisis regresi digunakan bila penelitian bermaksud ingin mengetahui kondisi diwaktu yang akan datang dengan suatu dasar keadaan sekarang atau ingin melihat kondisi waktu lalu dengan dasar keadaan dimana sifat ini merupakan prediksi atau perkiraan (Irianto, 2006:156). Arti kata prediksi bukanlah merupakan hal yang pasti tetapi merupakan suatu keadaan yang mendekati kebenaran. Dampak dari penggunaan analisis regresi dapat dilakukan untuk memutuskan apakah naik dan menurunnya variable dependent dapat dilakukan dengan meningkatkan variable independent dan sebaliknya (Sugiyono, 2010:204)

Berdasarkan tujuan penelitian ini, maka variable yang dianalisis adalah variable independent yaitu *creative tourism* yang terdiri dari *participation, innovation, authenticity, human interaction*. Sedangkan variable dependent adalah Citra Batik. Untuk bisa membuat ramalan melalui regresi, maka data setiap variable harus tersedia.

Berdasarkan data tersebut peneliti harus menemukan persamaan regresi berganda melalui perhitungan sebagai berikut:

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

Keterangan :

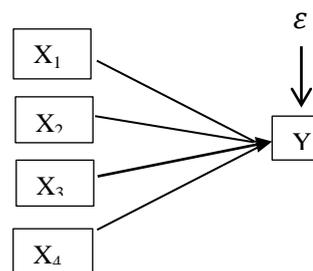
Y = Subyek dalam variable dependent yang diprediksikan (citra batik)

a = Nilai Y bila X = 0

b = Angka arah atau koefisien yang menunjukkan angka peningkatan ataupun penurunan variable dependent yang didasarkan pada variable independent. Bila b (+) maka naik, dan bila b (-) maka terjadi penurunan.

X = subyek pada variable independent yang mempunyai nilai tertentu. X<sub>1</sub> (*participation*), X<sub>2</sub> (*innovation*), X<sub>3</sub> (*authenticity*) dan X<sub>4</sub> (*human interaction*).

Menurut Sugiyono (2010:227) analisis berganda digunakan bila penelitian bermaksud meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variable dependent (kriterium), bila dua atau lebih variable independent sebagai faktor prediktor dimanipulasi (dinaik-turunkan nilainya). Analisis regresi berganda akan dilakukan bila jumlah variable independent minimal dua atau lebih. Menerjemahkan ke dalam beberapa sub hipotesis yang menyatakan pengaruh sub variable independent yang paling dominan terhadap variable dependent. Lebih jelasnya dapat dilihat pada Gambar 3.1 berikut ;



**GAMBAR 3.1**  
**REGRESI BERGANDA**

**Keterangan**

- $X_1$  = *participation*  
 $X_2$  = *innovation*  
 $X_3$  = *authenticity*  
 $X_4$  = *human interaction*

Teknik analisis regresi yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi berganda. Teknik analisis regresi dilakukan dengan prosedur kerja sebagai berikut:

**1. Uji Asumsi Normalitas**

Pada analisis regresi data yang dimiliki harus berdistribusi normal. Uji normalitas dimaksudkan untuk mengetahui apakah residual yang diteliti berdistribusi normal atau tidak. Adapun untuk pengolahan data dapat dilakukan dengan bantuan program SPSS 18 *for windows*, yang menurut Duwi Priyatno (2011:278) dilakukan sebagai berikut:

- a) Buka *file* Analisis regresi, *Analyze* → *regression* → *linear*
- b) Masukkan variabel Y pada kotak *dependent* dan variabel X pada kotak *independent*
- c) Pada kotak Plots, pada Y diisi DEPENDENT dan X diisi RESID
- d) Beri conteng pada Normal Probability Plot
- e) Abaikan pilihan lain → OK

## 2. Uji Asumsi Multikolinearitas

Multikolinearitas merupakan adanya hubungan yang mendekati sempurna antar variabel bebas. salah satu cara untuk mengetahui adanya multikolinearitas antar variabel bebas dilihat melalui nilai *variance inflation factor* (VIP) dengan bantuan SPSS 18 *for windows* yang menurut Duwi Priyatno (2011:288) dilakukan sebagai berikut:

- a) Buka *file* Analisis regresi, *Analyze* → *regression* → *linear*
- b) Masukkan variabel Y pada kotak *dependent* dan variabel X pada kotak *independent*
- c) Beri conteng pada *Collinearity Diagnostics*. kemudian klik tombol *Continue*. Pada kotak dialog sebelumnya klik tombol OK.

## 3. Uji Asumsi Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas merupakan adanya varian variabel dalam model yang tidak sama (konstan). Untuk mengetahui adanya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan bantuan SPSS 18 *for windows* menurut Duwi Priyatno (2011:292):

- a) Buka *file* analisis regresi *Analyze* → *regression* → *linear*
- b) Masukkan variabel Y pada kotak *dependent* dan variabel X pada kotak *independent*
- c) Pada kotak *save* klik *unstandardized*
- d) abaikan yang lain klik OK

### 3.2.7.2 Pengujian Hipotesis

Menguji hipotesis dengan tujuan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan yang cukup jelas dan dapat dipercaya antara variabel independent

dengan variabel dependent, 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

#### A. Secara simultan

$F_{hitung} < F_{tabel}$ , artinya : tidak terdapat pengaruh antara *creative tourism* terhadap Citra.

$F_{hitung} > F_{tabel}$ , artinya : terdapat pengaruh antara *creative tourism* terhadap Citra.

#### B. Secara Parsial

$t_{hitung} < t_{tabel}$ , artinya tidak terdapat pengaruh antara *participation* terhadap Citra.

$t_{hitung} > t_{tabel}$ , artinya terdapat pengaruh antara *participation* terhadap Citra.

$t_{hitung} < t_{tabel}$ , artinya tidak terdapat pengaruh antara *innovation* terhadap Citra.

$t_{hitung} > t_{tabel}$ , artinya terdapat pengaruh antara *innovation* terhadap Citra.

$t_{hitung} < t_{tabel}$ , artinya tidak terdapat pengaruh antara *authenticity* terhadap Citra.

$t_{hitung} > t_{tabel}$ , artinya terdapat pengaruh antara *authenticity* terhadap Citra.

$f_{hitung} < f_{tabel}$ , artinya tidak terdapat pengaruh antara *human intraction* terhadap Citra.

$f_{hitung} > f_{tabel}$ , artinya terdapat pengaruh antara *human interaction* terhadap Citra.

