

## **BAB III**

### **OBJEK DAN METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Objek Penelitian**

Penelitian ini menganalisa mengenai bagaimana *destination image* Jepang dan pengaruhnya terhadap keputusan berkunjung. Adapun yang menjadi variabel bebas (variabel independen) dan variabel terikat (variabel dependen). Menurut Sugiyono (2014, hlm. 39), variabel independen adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen. Variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena variabel independen.

Dalam penelitian ini menganalisa variabel independen, yaitu *destination image* (X) yang terdiri dari tiga dimensi yaitu *organic image* (X<sub>1</sub>), *induced image* (X<sub>2</sub>) dan *primary image* (X<sub>3</sub>). Sedangkan variabel dependennya, yaitu keputusan berkunjung (Y) yang memiliki indikator terdiri dari pemilihan produk, pemilihan merek, pemilihan saluran, pemilihan waktu dan jumlah pembelian.

Unit analisis dalam penelitian ini adalah wisatawan Indonesia yang berkunjung ke Jepang. Jepang dipilih sebagai tempat penelitian berdasarkan data kunjungan wisatawan yang diperoleh dari pihak *Japan Tourism National Organizer* (JNTO). Dipilihnya objek destinasi tersebut sebagai objek penelitian dikarenakan terjadinya penurunan pertumbuhan kunjungan wisatawan yang dimulai pada tahun 2012 sampai tahun 2014, maka penelitian ini akan menganalisis mengenai *destination image* pada objek destinasi tersebut terhadap keputusan berkunjung.

Penelitian ini dilakukan kepada wisatawan Indonesia yang telah berkunjung ke Jepang dalam waktu kurang dari satu tahun. Oleh karena itu, metode yang digunakan adalah metode *cross sectional*. Metode *cross sectional* yaitu, metode penelitian dengan cara mempelajari objek dalam satu kurun saja, tidak berkeseinambungan dalam jangka waktu panjang (Husein umar, 2009, hlm.

45).

## 3.2 Metode Penelitian

### 3.2.1 Jenis Penelitian dan Metode yang digunakan

Menurut Sugiyono (2014, hlm. 2), metode penelitian merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dan metode verifikatif. Menurut Sugiyono (2012, hlm. 86), penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih (independen) tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan antara satu dengan variabel yang lain. Penelitian deskriptif dalam penelitian ini dilakukan untuk memperoleh deskripsi atau gambaran mengenai *destination image* di Jepang.

Sedangkan penelitian verifikatif menurut Arikunto (2013, hlm. 4), Penelitian verifikatif pada dasarnya ingin menguji kebenaran dari suatu hipotesis melalui pengumpulan data di lapangan. Penelitian verifikatif dalam penelitian ini untuk mengetahui program yang dilakukan JNTO dalam meningkatkan citra destinasi Jepang yang dapat berpengaruh terhadap keputusan berkunjung.

Berdasarkan jenis penelitian diatas yang dilaksanakan melalui metode pengumpulan data di lapangan, maka metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah *explanatory survey*. Menurut Sugiyono (2013, hlm. 11), *explanatory survey* adalah sebagai berikut:

Metode survei adalah metode yang digunakan untuk mendapatkan data dari tempat tertentu yang alamiah (bukan buatan), tetapi peneliti melakukan perlakuan dalam pengumpulan data, misalnya dengan mengedarkan kuesioner, tes dan wawancara terstruktur. (Sugiyono: 2013, hlm.11)

Penelitian ini menggunakan metode informasi dari sebagian populasi yang dikumpulkan langsung dari tempat kejadian secara empirik dan mengetahui pendapat sebagian populasi terhadap objek yang sedang diteliti. Dalam penelitian ini survei dilakukan kepada wisatawan Indonesia yang sudah berkunjung ke

Yuriko Delvita Bambang, 2016

**PENGARUH DESTINATION IMAGE JEPANG TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG WISATAWAN INDONESIA**

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

Jepang.

### 3.2.2 Oprasionalisasi Variabel

Operasionalisasi variabel adalah bagaimana cara untuk mengukur suatu variabel. Operasionalisasi variabel dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel yang diteliti serta mengukur skor atau nilai dari masing-masing variabel baik variabel bebas maupun variabel terikat. Menurut Uber Silalahi (2009, hlm. 201), operasional variabel merupakan kegiatan mengurai variabel menjadi sejumlah variabel operasional atau variabel empiris (indikator, item) yang menunjukkan langsung pada hal-hal yang dapat diamati atau diukur. Masalah yang diteliti dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Variabel *destination image* (X) disebut sebagai variabel bebas yang memiliki dimensi *organic image* ( $X_1$ ), *induced image* ( $X_2$ ), dan *primary image* ( $X_3$ ).
2. Variabel keputusan berkunjung (Y) yang memiliki indikator pemilihan produk, pemilihan merek, pemilihan saluran, pemilihan waktu dan jumlah pembelian.

Secara lebih rinci operasional masing-masing variabel penelitian tersebut dapat dilihat dalam Tabel 3.1 berikut ini:

**TABEL 3.1**  
**OPRASIONAL VARIABEL**

Variabel / Sub Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	Item
<b>Destination Image</b> <b>(X)</b>	<p><i>Destination image is defined as an attitudeal concept consisting of the sum of beliefs, ideals and impressions that a tourist holds of a destination.</i></p> <p>Destination Image didefinisikan sebagai konsep sikap yang terdiri dari sejumlah keyakinan, ide dan impresi yang dipegang oleh wisatawan terhadap suatu destinasi. Crompton(1979) dlm Hilmi, Ercan dan Volkan (2015, hlm. 3)</p>			

<p><b>Organic Image</b> (X<sub>1</sub>)</p> <p><i>Organic image</i> adalah citra yang terdiri dari informasi yang diasimilasi dari sumber yang tidak terkait dengan pariwisata dan iklan seperti media umum (laporan berita, majalah, buku dan film), pendidikan (kursus sekolah), dan opini dari keluarga atau teman.</p>	Citra yang diperpleh melalui media masa	Tingkat kemenarikan Jepang berdasarkan sumber media masa diluar industri pariwisata. (Seperti, film, anime berita Jepang)	Ordinal	A.1.1
	Citra yang diperoleh melalui pendidikan	Tingkat kemenarikan Jepang berdasarkan pengetahuan yang didapat dari pendidikan sekolah	Ordinal	A.1.2
	Citra yang diperoleh melalui opini	Tingkat kemenarikan Jepang berdasarkan opini dari kerabat atau keluarga.	Ordinal	A.1.3
<p><b>Induced Image</b> (X<sub>2</sub>)</p> <p><i>Induced image</i> merupakan citra yang terdiri dari sumber iklan yang banyak disertakan informasi, seperti brosur pariwisata, agen perjalanan, dan buku panduan pariwisata.</p>	Citra yang diperoleh melalui buku panduan wisata	Tingkat kemenarikan Jepang yang diperoleh buku panduan wisata tentang Jepang	Ordinal	A.2.1
	Citra yang diperoleh melalui iklan	Tingkat kemenarikan Jepang yang diperoleh dari iklan tentang pariwisata Jepang	Ordinal	A.2.2
	Citra yang diperoleh melalui promosi travel agen	Tingkat kemenarikan Jepang yang dipromosikan oleh travel agen	Ordinal	A.2.3
<p><b>Primary Image</b> (X<sub>3</sub>)</p> <p><i>Primary image</i> merupakan citra yang terdiri dari pengalaman saat destinasi dan cenderung lebih realistis, kompleks, dan</p>	Citra yang diperoleh melalui pengalaman	Tingkat kemenarikan Jepang berdasarkan pengalaman berkunjung	Ordinal	A.3.1
	Citra yang diperoleh melalui kesan	Tingkat kemenarikan Jepang berdasarkan kesan yang di rasakan ketika berkunjung	Ordinal	A.3.2

perbedaan.				
<b>Keputusan Berkunjung (Y)</b>	Keputusan berkunjung merupakan proses keputusan dimana konsumen benar-benar memutuskan untuk membeli salah satu produk diantara berbagai macam alternatif pilihan. Kotler, Bowen dan Makens (2014, hlm. 160)			
<b>Pemilihan Produk Destinasi (Y<sub>1</sub>)</b>	Kemenarikan destinasi	Tingkat kemenarikan destinasi wisata Jepang	Ordinal	B.1.1
	Variasi daya tarik destinasi wisata	Tingkat daya tarik dari variasi destinasi wisata Jepang	Ordinal	B.1.2
	Kenyamanan suasana destinasi	Tingkat kenyamanan suasana yang diberikan oleh destinasi wisata Jepang	Ordinal	B.1.3
	Keunggulan destinasi	Tingkat keunggulan destinasi wisata Jepang	Ordinal	B.1.4
<b>Pemilihan Merek Destinasi (Y<sub>2</sub>)</b>	Citra destinasi dimata wisatawan	Tingkat citra destinasi wisata Jepang dimata wisatawan	Ordinal	B.2.1
	Kepopuleran destinasi	Tingkat kepopuleran destinasi wisata Jepang dimata wisatawan	Ordinal	B.2.2
	Kepercayaan terhadap merek destinasi	Tingkat kepercayaan terhadap <i>brand</i> destinasi wisata Jepang	Ordinal	B.2.3
<b>Pemilihan Saluran Berkunjung Destinasi (Y<sub>3</sub>)</b>	Kelengkapan transportasi untuk berkunjung	Tingkat kemudahan berkunjung berdasarkan kelengkapan transportasi untuk berkunjung ke Jepang	Ordinal	B.3.1
	Keterjangkauan biasa berwisata di destinasi	Tingkat pemilihan berkunjung berdasarkan keterjangkauan biaya berwisata ke Jepang	Ordinal	B.3.2
	Kemudahan	Tingkat pemilihan	Ordinal	B.3.3

Yuriko Delvita Bambang, 2016

**PENGARUH DESTINATION IMAGE JEPANG TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG WISATAWAN INDONESIA**

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

	mendapatkan informasi	berdasarkan kemudahan mendapatkan informasi untuk berkunjung ke Jepang		
<b>Pemilihan Waktu Berkunjung ke Destinasi (Y<sub>4</sub>)</b>	Waktu berkunjung ke destinasi pada waktu weekday	Tingkat keinginan berkunjung ke Jepang ketika weekday	Ordinal	B.4.1
	Waktu berkunjung ke destinasi pada waktu libur	Tingkat keinginan berkunjung ke Jepang ketika weekend / libur nasional	Ordinal	B.4.2
	Waktu berkunjung ke destinasi ketika ada even musim di destinasi	Tingkat keinginan berkunjung ke Jepang ketika ada even musiman	Ordinal	B.4.3
<b>Jumlah Berkunjung ke Destinasi (Y<sub>5</sub>)</b>	Frekuensi berkunjung	Tingkat keinginan berkunjung ke Jepang dalam waktu satu tahun	Ordinal	B.5.1
	Keinginan Untuk berkunjung kembali	Tingkat keinginan wisatawan untuk berkunjung kembali ke Jepang	Ordinal	B.5.2

Sumber: Hasil Pengelolaan Data, 2016

### 3.2.3 Jenis dan Sumber Data

Sumber data penelitian merupakan sumber data yang diperlukan dalam kegiatan penelitian. Menurut Ulber Silalahi (2009, hlm. 289), mengungkapkan bahwa sumber data dibedakan atas data intern dan data ekstern yang akan memudahkan peneliti untuk memilih metode pengumpulan data yang tepat guna dan hasil guna dan memudahkan melakukan pengumpulan data. Jenis dan sumber data yang diperlukan dalam penelitian ini dikelompokkan ke dalam dua kelompok ini, antara lain:

#### 3. Data Primer

Yuriko Delvita Bambang, 2016

**PENGARUH DESTINATION IMAGE JEPANG TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG WISATAWAN INDONESIA**

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

Menurut Ulber Silalahi (2009, hlm. 289), data primer merupakan suatu objek atau dokumen original material mentah dari pelaku yang disebut first-hand information. Data primer dikumpulkan secara langsung untuk menjawab masalah atau tujuan penelitian yang dilakukan dalam penelitian eksploratif, deskriptif maupun kausal dengan menggunakan metode pengumpulan data berupa survei ataupun observasi. Dalam penelitian ini sumber dari data primer diperoleh dari kuesioner yang disebarakan kepada wisatawan Indonesia yang berkunjung ke Jepang.

#### 4. Data Sekunder

Menurut Ulber Silalahi (2009, hlm. 291), data sekunder adalah data yang dikumpulkan dari tangan kedua atau dari sumber-sumber lain yang telah tersedia sebelum penelitian dilakukan.

Untuk lebih jelasnya mengenai data dan sumber yang digunakan dalam penelitian ini, maka peneliti menyajikannya dalam Tabel 3.2 berikut ini:

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

No.	Data Penelitian	Jenis Data	Sumber Data
1.	Data Neraca Pembayaran Jasa Indonesia 2010-2014	Sekunder	Kementrian Perdagangan Republik Indonesia 2016
2	Data Jumlah Kunjungan Wisatawan Asia ke Jepang 2010-2016	Sekunder	Japan National Tourism Organization 2016
3	Data Jumlah Kunjungan Wisatawan Indonesia ke Jepang	Sekunder	Japan National Tourism Organization 2016
4	Tanggapan Responden terhadap <i>Destination Image</i> Jepang	Primer	Wisatawan Indonesia yang berkunjung ke Jepang
5	Tanggapan Responden terhadap Keputusan Berkunjung di Jepang	Primer	Wisatawan Indonesia yang berkunjung ke Jepang

Sumber: Hasil Pengelolaan Data, 2016

### 3.2.4 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

#### 3.2.4.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2014, hlm. 80), populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Berdasarkan pengertian tersebut harus menentukan secara jelas mengenai populasi yang menjadi sasaran penelitiannya yaitu populasi yang akan menjadi kesimpulan penelitian. Maka yang menjadi objek penelitian dalam penelitian ini ialah wisatawan Indonesia yang sudah pernah berkunjung ke Jepang dalam tahun 2015 dengan jumlah populasi 205,100 orang.

#### 3.2.4.2 Sampel

Pada umumnya penelitian yang dilakukan tidak meneliti semua populasi. Hal tersebut disebabkan karena beberapa faktor seperti keterbatasan biaya dan waktu yang tersedia. Oleh karena itu, peneliti mengambil sebagian dari populasi yang disebut sampel.

Menurut Sugiyono (2014, hlm. 81), sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Berdasarkan pengertian sampel tersebut, maka sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagian dari populasi penelitian yaitu sebagian wisatawan Indonesia yang berkunjung ke Jepang.

Untuk menghitung sampel penelitian ini menggunakan rumus Slovin yaitu sebagai berikut:

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

Husein Umar (2008, hlm. 141)

Keterangan:

$n$  = sampel

$N$  = populasi

$e$  = kelonggaran ketelitian Karena kesalahan pengambilan sampel yang dapat di tolerir (0.1)

$$\begin{aligned} n &= \frac{205.100}{1 + 205.100(0.1)^2} \\ &= 99.95 \\ &= 100 \text{ orang} \end{aligned}$$

Berdasarkan teknik sampling tersebut maka jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah sebanyak 100 wisatawan sedangkan yang dijadikan responden yaitu wisatawan Indonesia yang berkunjung ke Jepang.

### 3.2.4.3 Teknik Sampel

Menurut Sugiyono (2014, hlm. 81), teknik sampling merupakan teknik pengambilan sampel. Penarikan sampel merupakan suatu proses pemilihan sejumlah elemen dari populasi sehingga dengan mempelajari sampel, suatu pemahaman karakteristik subjek sampel akan memungkinkan untuk mengeneralisasi karakteristik elemen populasi. Sugiyono (2014, hlm. 121) mengungkapkan bahwa teknik sampling pada dasarnya dikelompokkan menjadi dua yaitu *probability sampling* dan *nonprobability sampling*.

Menurut Sugiyono (2014, hlm. 82), *probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel.

Menurut Sugiyono (2014, hlm. 82), *nonprobability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel.

Teknik sampling pada dasarnya dikelompokkan menjadi dua yaitu *probability sampling* yang meliputi *systematic random sampling*, *proportionate stratified random*, *disproportionate stratified random*, dan *arearandom*. Sedangkan *non probability sampling* meliputi *snowball sampling*, sampling jenuh, sampling kuota, purposive sampling, *convenience sampling* dan *accidental*

Yuriko Delvita Bambang, 2016

PENGARUH DESTINATION IMAGE JEPANG TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG WISATAWAN INDONESIA

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

*sampling*.

Dalam penelitian ini menggunakan teknik *accidental sampling* dan *convenience sampling*. Menurut Sugiyono (2007, hlm. 84), *accidental sampling* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data. Berikutnya menurut Somarti (2006, hlm. 82), *convenience sampling* yaitu sampel diambil secara spontanitas, artinya siapa saja yang secara tidak sengaja bertemu dengan peneliti dan sesuai dengan karakteristiknya, maka orang tersebut dapat dijadikan sampel. *Convenience sampling* adalah teknik penarikan sampel yang dilakukan karena alasan kemudahan atau kepraktisan menurut peneliti sendiri. Dasar pertimbangannya adalah dapat dikumpulkan data dengan cepat dan mudah, serta menyediakan bukti-bukti yang cukup melimpah. Pada penarikan sampel ini, peneliti mempunyai kebebasan untuk memilih siapapun yang peneliti temukan. Dalam penelitian ini peneliti menemukan sampel dengan cara menggunakan *online* dan *offline*. Dalam *online* menggunakan *email*, posting link dalam sosial media. Maupun dalam *offline* peneliti menemuakan wisatawan yang sudah pernah berkunjung ke Jepang untuk menjadi sampel untuk penelitian.

### 3.2.5 Teknik Pengumpulan Data

Menurut Ulber Silallahi (2009, hlm. 291), teknik pengumpulan data adalah cara yang dapat digunakan untuk mengumpulkan data atau mendapatkan data dari fenomena empiris. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini diantaranya:

1. Kuesioner. Kuesioner adalah satu *mechanism* pengumpulan data yang efisien bila peneliti mengetahui secara jelas apa yang disyaratkan dan bagaimana mengukur variabel yang diminati. Kuesionen berisi pertanyaan mengenai identitas dan pengalaman responden, penilaian responden mengenai *destination image* serta keputusan berkunjung wisatawan.
2. Wawancara. Wawancara merupakan metode yang digunakan untuk

Yuriko Delvita Bambang, 2016

**PENGARUH DESTINATION IMAGE JEPANG TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG WISATAWAN INDONESIA**

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

mengumpulkan data atau keterangan lisan dari seseorang yang disebut responden melalui suatu percakapan yang sistematis dan terorganisasi. Melakukan wawancara secara langsung untuk mendapat informasi yang dibutuhkan terhadap wisatawan.

3. Studi literature. Studi literature, yaitu mengumpulkan informasi yang berhubungan dengan teori-teori yang ada kaitannya dengan masalah dan variabel yang diteliti, yaitu *destination image* dan keputusan berkunjung. Teknik ini dilakukan untuk melengkapi data yang berkaitan dengan penelitian.
4. Observasi. Observasi adalah teknik pengumpulan data dengan mengadakan pengamatan langsung terhadap objek yang sedang diteliti, yaitu *destination image* yang diantaranya *organic image*, *induced image* dan *primary image* Jepang.

### 3.2.6 Hasil Pengujian Validitas dan Realibilitas

Di dalam penelitian, data mempunyai kedudukan paling tinggi karena data merupakan penggambaran variabel yang diteliti, dan fungsinya sebagai pembentukan hipotesis. Oleh karena itu, benar tidaknya data sangat menentukan mutu hasil penelitian. Sedangkan benar tidaknya data tergantung dari baik tidaknya instrumen pengumpulan data. Instrumen yang baik harus memenuhi dua persyaratan penting, yaitu *valid* dan *reliable*.

#### 3.2.6.1 Hasil Pengujian Validitas

Menurut Arikunto (2013, hlm. 211), “validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrument”. Sugiyono (2014, hlm. 121) mengungkapkan “hasil penelitian yang valid bila terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dan data yang sesungguhnya terjadi pada obyek yang diteliti”. Selanjutnya “hasil penelitian yang realibel bila terdapat kesamaan data dalam waktu yang berbeda”. Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang harusnya diukur.

Tipe validitas yang digunakan adalah validitas konstruk yang

menentukan validitas dengan cara mengkorelasikan antar skor yang diperoleh dari masing-masing item berupa pertanyaan dengan skor totalnya. Skor total ini merupakan nilai yang diperoleh dari penjumlahan semua skor item. Berdasarkan ukuran statistik, bila ternyata skor semua item yang disusun menurut dimensi konsep berkorelasi dengan skor totalnya, maka dapat dikatakan bahwa alat ukur tersebut mempunyai validitas.

Langkah-langkah yang dilakukan untuk menguji validitas menurut Uma (2010, hlm. 110) adalah sebagai berikut:

1. Mendefinisikan secara operasional suatu yang konsep yang akan diukur.
2. Melakukan uji coba pengukur tersebut pada sejumlah responden.
3. Mempersiapkan tabel tabulasi jawaban.
4. Menghitung nilai korelasi antara data pada masing-masing pernyataan dengan skor total.

Adapun rumus yang dapat digunakan adalah rumus Korelasi *Product Momenr*, yang dikemukakan oleh Pearson sebagai berikut:

$$r = \frac{n(\sum xy) - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{(n \sum x^2 - (\sum x)^2)(n \sum y^2 - (\sum y)^2)}}$$

Sumber: Sugiyono (2014, hlm. 228)

Keterangan:

$r_{xy}$	= Koefisien validitas item yang dicari
$n$	=Jumlah sampel
$X$	=Skor yang diperoleh subjek dari seluruh item
$Y$	=Skor total
$\sum X^2$	=Kuadrat faktor variable X
$\sum Y^2$	=Kuadrat faktor variabel Y
$\sum XY$	=Jumlah perkalian faktor korelasi variable X dan Y

Teknik perhitungan yang akan digunakan untuk menganalisa validitas tes ini adalah teknik n korelasi biasa, yaitu korelasi antara skor-skor tes yang divaliditasikan dengan skor-skor tes dari peserta yang sama. Selanjutnya perlu diuji apakah koefisien validitas tersebut signifikan pada taraf tertentu. Keputusan validitas instrumen adalah sebagai berikut:

**Yuriko Delvita Bambang, 2016**

**PENGARUH DESTINATION IMAGE JEPANG TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG WISATAWAN INDONESIA**

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

Keterangan :

1. Nilai r disbanding nilai r table dengan  $dk = n - 2$  dan taraf signifikan  $\alpha = 0.05$
2. Item pertanyaan yang diteliti dikatakan valid jika  $r_{hitung} > t_{tabel}$
3. item pertanyaan yang diteliti dikatakan tidak valid jika  $r_{hitung} < t_{tabel}$

Dalam penelitian ini, yang akan diuji adalah validitas dari variabel *destination image* sebagai instrumen variabel X dan keputusan berkunjung sebagai instrumen variabel Y. Perhitungan validitas item instrumen dilakukan dengan bantuan program SPSS 20.0 for windows. Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh hasil pengujian validitas dari item pertanyaan yang diajukan peneliti;

### HASIL VALIDITAS

**TABEL 3.3**

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

### PENGUJIAN

No	Pernyataan	r hitung	r tabel	ket
<b><i>Organic Image</i></b>				
1	Tingkat kemenarikan Jepang berdasarkan sumber media masa diluar industri pariwisata. (Seperti, film, anime berita Jepang)	0,821	0,361	Valid
2	Tingkat kemenarikan Jepang berdasarkan pengetahuan yang didapat dari pendidikan sekolah	0,798	0,361	Valid
3	Tingkat kemenarikan Jepang berdasarkan opini dari kerabat atau keluarga.	0,800	0,361	Valid
<b><i>Induced Image</i></b>				
1	Tingkat kemenarikan Jepang yang diperoleh buku panduan wisata tentang Jepang	0,842	0,361	Valid
2	Tingkat kemenarikan Jepang yang diperoleh dari iklan tentang pariwisata Jepang	0,782	0,361	Valid
3	Tingkat kemenarikan Jepang yang dipromosikan oleh travel agen	0,939	0,361	Valid
<b><i>Primary Image</i></b>				

Yuriko Delvita Bambang, 2016

**PENGARUH DESTINATION IMAGE JEPANG TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG WISATAWAN INDONESIA**

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

1	Tingkat kemenarikan Jepang berdasarkan pengalaman berkunjung	0895	0,361	Valid
2	Tingkat kemenarikan Jepang berdasarkan kesan yang di rasakan ketika berkunjung	0,936	0,361	Valid
No	Pernyataan	r hitung	r tabel	ket
<b>Keputusan Berkunjung</b>				
1	Tingkat kemenarikan destinasi wisata Jepang	0,635	0,361	Valid
2	Tingkat daya tarik dari variasi destinasi wisata Jepang	0,807	0,361	Valid
3	Tingkat kenyamanan suasana yang diberikan oleh destinasi wisata Jepang	0,743	0,361	Valid
4	Tingkat keunggulan destinasi wisata Jepang	0,852	0,361	Valid
5	Tingkat citra destinasi wisata Jepang dimata wisatawan	0,840	0,361	Valid
6	Tingkat kepopuleran destinasi wisata Jepang dimata wisatawan	0,869	0,361	Valid
7	Tingkat kepercayaan terhadap <i>brand</i> destinasi wisata Jepang	0,789	0,361	Valid
8	Tingkat kemudahan berkunjung berdasarkan kelengkapan transportasi untuk berkunjung ke Jepang	0,733	0,361	Valid
9	Tingkat pemilihan berkunjung berdasarkan keterjangkauan biaya berwisata ke Jepang	0,594	0,361	Valid
10	Tingkat pemilihan berdasarkan kemudahan mendapatkan informasi untuk berkunjung ke Jepang	0,606	0,361	Valid
11	Tingkat keinginan berkunjung ke Jepang ketika weekday	0,830	0,361	Valid
12	Tingkat keinginan berkunjung ke Jepang ketika weekend / libur nasional	0,563	0,361	Valid
13	Tingkat keinginan berkunjung ke Jepang ketika ada even musiman	0,565	0,361	Valid
14	Tingkat keinginan berkunjung ke Jepang dalam waktu satu tahun	0,801	0,361	Valid
15	Tingkat keinginan wisatawan untuk berkunjung kembali ke Jepang	0,747	0,361	Valid

Sumber : Hasil Pengolahan Data, 2016

Berdasarkan hasil pengolahan pengujian validitas di atas maka dapat dilihat bahwa variabel *destination image* dan keputusan berkunjung menunjukkan item-item pertanyaan dalam kuesioner valid karena skor  $r_{hitung}$  lebih besar dibandingkan dengan  $r_{tabel}$  yang bernilai 0,361.

### 3.2.6.2 Hasil Pengujian Realibilitas

Yuriko Delvita Bambang, 2016

**PENGARUH DESTINATION IMAGE JEPANG TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG WISATAWAN INDONESIA**

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

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

Sumber: Arikunto (2009, hlm, 184)

Uji realibilitas berguna untuk menetapkan apakah instrumen yang dalam hal ini kuesioner dapat digunakan lebih dari satu kali, paling tidak oleh responden yang sama akan menghasilkan data yang konsisten. Dengan kata lain, realibilitas instrumen mencirikan tingkat konsistensi. Sugiyono (2012, hlm. 118) mengemukakan bahwa uji realibilitas digunakan untuk mengetahui apakah alat pengumpul data menunjukkan tingkat ketepatan, tingkat keakuratan, kestabilan atau konsisten dalam mengungkapkan gejala tertentu. Pengujian realibilitas dalam penelitian ini menggunakan rumus *cronbach's alpha* ( $\alpha$ ).

Keterangan:

$r_{11}$  = realibilitas instrument

$k$  = banyak butir pertanyaan

$\sigma_t^2$  = varians total

$\sum \sigma_b^2$  = jumlah varians butir tiap pertanyaan

Jumlah varian butir tiap pertanyaan dapat dicari dengan cara mencari nilai varians tiap butir yang kemudian dijumlahkan ( $\sum \sigma_b^2$ ) sebagai berikut:

Keterangan :

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

Sumber: Arikunto (2009, hlm, 196)

$n$  = jumlah responden

$\sigma^2$  = varian

$\sum x$  = nilai skor yang dipilih (total nilai dari nomor-nomor butir pertanyaan)

Koefisien *Alpha Cronbach* ( $C_a$ ) merupakan statistik yang paling umum digunakan untuk menguji realibilitas suatu instrument penelitian. Suatu instrumen penelitian diindikasikan memiliki tingkat realibilitas memadai jika

Yuriko Delvita Bambang, 2016

**PENGARUH DESTINATION IMAGE JEPANG TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG WISATAWAN INDONESIA**

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

koefisien *Alpha Cronbach* lebih besar atau sama dengan 0,700. Perhitungan validitas dan reliabilitas pertanyaan dilakukan dengan bantuan program SPSS 20 for windows. Pengujian dilakukan dengan menggunakan teknik *Cronbach Alpha*. Apabila angka *Cronbach Alpha* mendekati 1, maka semakin tinggi tingkat reliabilitasnya. Berikut adalah hasil dari pengujian reliabilitas:

**TABEL 3.4**  
**HASIL PENGUJIAN RELIABILITAS**

No	Variabel	$C_{a_{hitung}}$	$C_a$	Keterangan
1	<i>Destination Image</i>	0,838	0,700	Reliabel
2	Keputusan berkunjung	0,764	0,700	Reliabel

Sumber : Hasil Pengolahan Data, 2016

Berdasarkan tabel data hasil reliabilitas menunjukkan bahwa *destination image* (X) dan keputusan berkunjung (Y) reliabel karena karena  $r_{hitung}$  lebih besar dari  $r_{tabel}$ . Hasil uji reabilitas *destination image* memperoleh  $r_{hitung}$  sebesar 0,838 sedangkan keputusan berkunjung memperoleh  $r_{hitung}$  sebesar 0,764.

### 3.2.7 Rancangan Analisa Data dan Pengujian Hipotesis

Penelitian ini menggunakan teknik analisis data deskriptif dan verifikatif. Teknik analisis deskriptif yaitu untuk variabel yang bersifat kualitatif, dan verifikatif untuk pengujian hipotesis dengan menggunakan uji statistica. Analisis data proses mengorganisasikan dan mengurutkan data kedalam pola, kategori dan satuan uraian dasar sehingga dapat ditemukan tema dan dapat dirumuskan hipotesis kerja seperti yang didasarkan oleh data.

Alat penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuisisioner. Kuisisioner disuse oleh peneliti berdasarkan variabel yang terdapat dalam penelitian, yaitu memberikan keterangan dan data mengenai *destination image* Jepang yang mempengaruhi keputusan berkunjung wisatawan Indonesia. Adapun yang menjadi variabel bebas atau variabel X adalah *organic image*, *induce image* dan *primary image*. Objek yang merupakan variabel terikat atau variabel Y adalah keputusan berkunjung, sehingga penelitian ini meneliti pengaruh *destination image* (X) terhadap keputusan berkunjung wisatawan (Y).

Yuriko Delvita Bambang, 2016

**PENGARUH DESTINATION IMAGE JEPANG TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG WISATAWAN INDONESIA**

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

### 3.2.7.1 Rancangan Analisis Data Deskriptif

Analisis data merupakan proses mengorganisasikan, mengukur dan menganalisis data. Tujuan pengolahan data adalah untuk memberikan keterangan yang berguna, serta untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan dalam penelitian ini. Pada penelitian ini menggunakan kuesioner sebagai alat untuk mengukur penelitian. Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif untuk mendeskripsikan dan menggambarkan variabel-variabel penelitian sebagai berikut:

1. Analisis data deskriptif dari variabel (X) *destination image* yang memiliki dimensi, yaitu *organic image*, *induced image*, *primary image*.
2. Analisis data deskriptif dari variabel (Y) keputusan berkunjung yang memiliki dimensi, yaitu pemilihan produk, pemilihan merek, pemilihan saluran, jumlah kunjungan, waktu kunjungan.

Setelah dilakukan analisis deskriptif, analisis berikutnya dilakukan setelah keseluruhan keseluruhan data yang diperoleh dari responden telah terkumpul. Kegiatan analisis data dalam penelitian ini dilakukan melalui beberapa tahap berikut ini:

1. Menyusun data  
Penyusunan data dilakukan dengan memeriksa kelengkapan data mulai dari identitas responden hingga pengisian data yang disesuaikan dengan tujuan penelitian.
2. Memeriksa kesempurnaan dan kebenaran data yang terkumpul
3. Tabulasi data
  - a. Memberikan skor pada setiap item
  - b. Menjumlahkan skor pada setiap item
  - c. Mengubah jenis data
  - d. Menyusun ranking skor pada setiap variabel penelitian
4. Menganalisis data  
Kegiatan ini dilakukan dimulai dari pengolahan data-data yang diperoleh

untuk kemudian dianalisis dengan menginterpretasi data berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan rumus-rumus statistik.

### **3.2.7.2 Rancangan Analisis Data Verifikatif**

Dalam penelitian kuantitatif analisis data dilakukan setelah data seluruh responden terkumpul. Analisis verifikatif dipergunakan untuk menguji hipotesis dengan menggunakan uji statistik dan menitikberatkan pengungkapan perilaku variabel penelitian. Kegiatan analisis data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Menyusun data  
Kegiatan ini untuk mengecek kelengkapan identitas responden, kelengkapan data, pengisian data yang disesuaikan dengan tujuan penelitian.
2. Tabulasi data  
Tabulasi data yang dilakukan:
  - a.) Meberikan skor pada setiap item
  - b.) Menjumlahkan skor pada setiap item
  - c.) Menyusun ranking skor pada setiap variable penelitian
3. Menganalisis data  
Merupakan proses pengolahan data dengan menggunakan rumus-rumus statistik, menginterpretasi data agar diperoleh suatu kesimpulan. Adapun metode analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis deskriptif dan verifikatif.
4. Pengujian  
Proses pengujian hipotesis pada penelitian ini adalah metode verifikatif, maka dilakukan analisis regresi berganda.

Operasi matematika tidak berlaku untuk data ordinal, maka dalam proses merubahnya menjadi data interval dipakai proporsi untuk menentukan nilai dari setiap poin angka ordinal.

### 3.2.7.3 Method of Successive Interval

Dalam penelitian ini menggunakan data ordinal seperti yang dijelaskan dalam oprasionalisasi variabel sebelumnya, oleh karen itu semua data ordinal yang terkumpul terlebih dahulu ditarnsformasi menjadi skala interval dengan menggunakan *Method of Successitive Interval* (MSI).

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

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

- f. Menghitung hasil transformasi dari setiap pilihan jawaban melalui rumusan persamaan berikut:

$$Nilai\ hasil\ transformasi: Score = scale\ value\ minimum + 1$$

Keterangan

*Dencity at lower limit* = Kepadatan batas bawah

*Dencity at upper limit* = Kepadatan batas atas

*Area below upper limit* = Daerah dibawah batas bawah

Data penelitian yang telah bersekala interval selanjutnya akan ditentukan pasangan data variabel independen dengan variabel dependen serta akan ditentukan persamaan yang berlaku untuk pasangan variabel tersebut.

### 3.2.7.5 Analisis Regresi Berganda

Yuriko Delvita Bambang, 2016

**PENGARUH DESTINATION IMAGE JEPANG TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG WISATAWAN INDONESIA**

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

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian adalah analisis regresi berganda. Analisis regresi berganda merupakan suatu analisis peramalan nilai pengaruh dua variabel bebas (X) atau lebih terhadap variabel (Y) untuk membuktikan ada atau tidaknya hubungan kausal antara dua variabel bebas atau (naik turunnya) variabel dependen (kriterium), bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor prediktor dimanipulasi (dinaik turunkan nilainya). Sehingga analisis regresi berganda akan dilakukan bila jumlah variabel independennya minimal 2 (Sugiyono, 2014:275). Bentuk persamaan regresi berganda untuk tiga predictor sebagai berikut:

Keterangan :

a = Konstanta

b = Koefisien regresi

Y = Variabel dependen (variabel terikat)

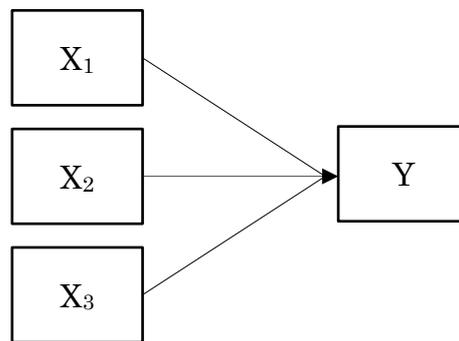
X = Variabel independen (variabel bebas)

Analisis regresi berganda yang digunakan untuk mengetahui pengaruh antara variabel independen (X) *destination image* yang terdiri dari *organic image* (X<sub>1</sub>), *induced image* (X<sub>2</sub>), *primary image* (X<sub>3</sub>) terhadap variabel dependen (Y),

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3$$

Sumber: Sugiyono (2014, hlm.283)

yaitu keputusan berkunjung wisatawan Indonesia ke Jepang. Maka terlebih dahulu hipotesis konseptual tersebut digambarkan dalam sebuah paradigma seperti gambar berikut:



Keterangan :

$X$  = *Destination Image*

$X_1$  = *Organic Image*

$X_2$  = *Induced Image*

$X_3$  = *Primary Image*

$Y$  = Keputusan Berkunjung

### 3.2.7.5.1 Uji Asumsi Regresi

Teknik analisis regresi linear berganda dilakukan dengan prosedur kerja sebagai berikut:

a.) Uji Asumsi Normalitas

Uji normalitas adalah untuk melihat apakah nilai residual terdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki nilai residual yang terdistribusi normal. Syarat pertama untuk melakukan analisis regresi adalah normalitas, yaitu data sampel hendaknya memenuhi persyaratan distribusi normal atau tidak, dapat menggunakan *normal probability plot*.

b.) Uji Asumsi Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang memenuhi persyaratan adalah dimana terdapat kesamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap atau disebut homojedastisitas. Suatu regresi dikatakan tidak terdeteksi heteroskedastitas apabila diagram pancar residualnya tidak membentuk pola tertentu.

c.) Uji Asumsi Multikolinearitas

Uji multikolinearitas adalah untuk melihat ada atau tidaknya yang tinggi antara variabel-variabel bebas dalam suatu model regresi linear berganda. Jika ada korelasi yang tinggi di antara variabel-variabel bebasnya, maka terganggu. Parameter yang sering digunakan untuk mendeteksi multikolinearitas adalah nilai VIF (*Variance Inflation Factor*).

### 3.2.7.5.2 Analisis Korelasi

Analisis korelasi bertujuan untuk mencari hubungan antara kedua variabel yang diteliti. Antara korelasi dan regresi keduanya mempunyai hubungan yang sangat erat. Silalahi mengungkapkan :

Jika koefisien korelasi sama dengan atau mendekati +1, ini mengindikasikan satu korelasi positif atau searah (*direct*) sempurna (*perfect positive correlation*) yang didalamnya perubahan skor tinggi dalam satu variabel disertai oleh perubahan ekuivalen dalam arah yang sama (*same direction*) dalam variabel lain, tanpa kecuali. (Silalahi: 2009, hlm. 375)

Untuk menguji pengaruh variabel bebas secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel terikat maka digunakan rumus korelasi ganda. Dalam penelitian ini ada tiga dimensi, maka digunakan rumus korelasi ganda untuk tiga dimensi. Rumus korelasi ganda untuk tiga prediktor yang dapat didefinisikan sebagai berikut:

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

Keterangan:

$r_{xy}$  = Koefisien korelasi *product moment*

X = Skor yang diperoleh subjek dalam setiap item

Y = Skor total yang diperoleh subjek dari seluruh item

n = Jumlah sampel

$\Sigma$  = Kuadrat faktor variabel X

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

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

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

Adapun tabel yang digunakan sebagai pedoman untuk memberikan interpretasi koefisien korelasi adalah sebagai berikut:

**TABEL 3.5**  
**INTERPRETASI KOEFISIEN KORELASI**

Interval Koefesien	Tingkat Hubungan
0.00 - 0.199	Sangat rendah
0.20 - 0.399	Rendah
0.40 - 0.599	Sedang
0.60 - 0.799	Kuat
0.80 - 1.000	Sangat kuat

Sumber: Sugiyono (2012, hlm 250)

Setelah menghitung korelasi sederhana, langkah selanjutnya, yaitu menghitung korelasi ganda menggunakan rumus berikut ini:

$$R_{xy}(123) = \frac{b_1 \sum x_1 Y b_1 + b_2 \sum x_2 Y b_2 + b_3 \sum x_3 Y b_3}{\sum y^2}$$

Keterangan:

$R_{xy}$  = Koefisien validitas item yang dicari

X = Skor sub variabel

Y = Skor variabel terikat

$\sum y^2$  = Jumlah kuadrat dalam skor distribusi Y

### 3.2.7.6 Analisis Determinasi

Analisis determinasi dalam regresi berganda digunakan untuk mengetahui presentase sumbangan pengaruh variabel independen secara serentak terhadap variabel dependen. Koefisien determinasi merupakan kuadrat dari koefisien korelasi. Adapun rumus koefisien determinasi menurut Buchari Alma (2009, hlm. 81) adalah sebagai berikut:

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

Keterangan:

KP = Nilai koefisien determinasi

r = Nilai koefisien korelasi

### 3.2.7.7 Pengujian Hipotesis

Langkah terakhir dari analisis data yang menguji hipotesis dengan tujuan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh antara variabel independen dan variabel dependen. Pada akhirnya akan ditarik kesimpulan  $H_0$  ditolak atau  $H_1$  diterima dari hipotesis yang telah dirumuskan. Rancangan hipotesis dalam penelitian ini adalah:

#### A. Secara Simultan

1.  $H_0 : b_i = 0$ , artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara *destination image* terhadap keputusan berkunjung wisatawan Indoensia
2.  $H_1 : b_i \neq 0$ , artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara *destination image* terhadap keputusan berkunjung wisatawan Indonesia

Pengujian hipotesis ini dengan menggunakan uji dihitung dengan rumus:

$$f = \frac{R^2(N - M - 1)}{m(1 - R^2)}$$

Keterangan:

R= Koefisien korelasi ganda

m= Jumlah prediktor

n= Jumlah anggota sampel

Kriteria pengambilan keputusan untuk hipotesis yang diajukan adalah:

Jika  $f_{hitung} > f_{hitung}$  maka  $H_0$  ditolak artinya X berpengaruh terhadap Y

Jika  $f_{hitung} < f_{hitung}$  maka  $H_0$  ditolak artinya X tidak berpengaruh terhadap Y

#### B. Secara Parsial

1.  $H_0 : b_1 = 0$ , artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan *organic image* terhadap keputusan berkunjung  
 $H_1 : b_1 \neq 0$ , artinya terdapat pengaruh yang signifikan *organic image* terhadap keputusan berkunjung
2.  $H_0 : b_2 = 0$ , artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan *induced image* terhadap keputusan berkunjung  
 $H_1 : b_2 \neq 0$ , artinya terdapat pengaruh yang signifikan *induced image*

Yuriko Delvita Bambang, 2016

PENGARUH DESTINATION IMAGE JEPANG TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG WISATAWAN INDONESIA

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

terhadap keputusan berkunjung

3.  $H : b_3 = 0$ , artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan *primary image* terhadap keputusan berkunjung

$H_1 : b_3 \neq 0$ , artinya terdapat pengaruh yang signifikan *primary image* terhadap keputusan berkunjung

Pengujian hipotesis ini dengan menggunakan uji dihitung dengan rumus:

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

Keterangan :

t = Distribusi normal

r = Koefisien korelasi

n = Banyaknya data

Kriteria pengambilan keputusan untuk hipotesis yang diajukan adalah:

Tolak  $H_0$  jika  $t_{hitung} \leq t_{(mendekati\ 100\%)(n-k-1)}$

Terima  $H_0$  jika  $t_{hitung} < t_{(mendekati\ 100\%)(n-k-1)}$