

BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Penelitian ini menganalisis mengenai pengaruh strategi positioning terhadap peningkatan citra Taman Budaya Jawa Barat sebagai tempat pelestarian, pemeliharaan, pengembangan dan pemanfaatan atraksi wisata seni budaya Jawa Barat. Adapun yang menjadi objek penelitian sebagai variabel bebas (*independent variable*) adalah strategi positioning. Sedangkan yang menjadi variabel terikat (*dependent variable*) adalah citra. Variabel bebas yaitu strategi positioning yang terdiri dari derajat kepentingan (*importance*), keunikan (*distinctiveness*), superioritas, dapat dikomunikasikan (*communicability*), preemptive, keterjangkauan (*affordability*). Sedangkan variabel terikat yaitu citra yang terdiri dari *personality, reputation, value, dan corporate identity*.

Pada penelitian ini, objek yang dijadikan responden adalah pengunjung Taman Budaya Jawa Barat. Pelaksanaan penelitian ini berlangsung selama kurun waktu kurang dari satu tahun, maka metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode *cross sectional*. *Cross Sectional Method* adalah metode penelitian dengan cara mempelajari objek dalam satu kurun waktu saja (tidak berkesinambungan dalam jangka waktu panjang). (Husein Umar, 2008:45)

3.2 Metode Penelitian

3.2.1 Jenis Penelitian dan Metode yang Digunakan

Metode penelitian menurut Sugiyono (2008:2) adalah cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Berdasarkan variabel-variabel yang diteliti maka jenis penelitian ini berupa *deskriptif* dan *verifikatif*. Menurut Sugiyono (2008:35) Penelitian *deskriptif* adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih tanpa membuat perbandingan, atau menghubungkan dengan variabel yang lain. Penelitian *deskriptif* ini bertujuan untuk memperoleh gambaran mengenai strategi positioning yang terdiri dari derajat kepentingan (*importance*), keunikan (*distinctiveness*), *superioritas*, dapat dikomunikasikan (*communicability*), *preemptive*, dan keterjangkauan (*affordability*), Taman Budaya Jawa Barat dalam peningkatan citra. Sedangkan penelitian *verifikatif* menguji kebenaran suatu hipotesis yang dilakukan melalui pengumpulan data di lapangan. Dalam hal ini penelitian *verifikatif* bertujuan untuk mengetahui pengaruh strategi positioning terhadap peningkatan citra.

Berdasarkan jenis penelitian di atas yaitu penelitian *deskriptif* dan *verifikatif* maka metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah *explanatory survey*. Menurut Sugiyono (2008:11) metode survei digunakan untuk mendapatkan data-data dari tempat tertentu yang alamiah (bukan buatan), tetapi penelitian ini melakukan perlakuan dalam pengumpulan data, misalnya dengan mengadakan kuesioner, tes, wawancara terstruktur dan sebagainya. Metode survei dilakukan pada populasi besar maupun kecil, tetapi data yang dipelajari adalah

data dari sampel yang diambil dari populasi tersebut, sehingga ditemukan deskripsi, dan hubungan-hubungan antar variabel.

3.2.2 Operasionalisasi variabel

Variabel yang diteliti dalam objek penelitian ini yang menjadi variabel bebas adalah strategi positioning dengan sub variabelnya derajat kepentingan (*importance*), keunikan (*distinctiveness*), *superioritas*, dapat dikomunikasikan (*communicability*), *preemptive*, dan keterjangkauan (*affordability*) terhadap citra sebagai variabel terikat yang terdiri dari *personality*, *reputation*, *value*, dan *corporate identity*. Pengaruh variabel-variabel tersebut dapat dianalisis melalui pengukuran variabel-variabel penelitian yang dijelaskan dalam tabel operasionalisasi variabel. Secara lebih rinci dapat terlihat pada Tabel 3.1 berikut:

TABEL 3.1
OPERASIONALISASI VARIABEL

Variabel/Sub Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
Strategi Positioning (X)	Strategi positioning merupakan strategi yang berusaha menciptakan diferensiasi yang unik dalam benak pelanggan sasaran, sehingga terbentuk citra (<i>image</i>) merek atau produk yang lebih unggul dibandingkan merek atau pesaing. Ali Hasan (2008:204)				
Derajat kepentingan (<i>importance</i>) (X1)	Atribut yang ditawarkan perusahaan sangat bernilai di mata sebagian besar pelanggan.	Manfaat atraksi wisata seni budaya yang ditampilkan / dipergelarkan di Taman Budaya Jawa Barat	Tingkat manfaat atraksi wisata seni budaya yang ditampilkan / dipergelarkan di Taman Budaya Jawa Barat	Ordinal	III.A.1
		Kemudahan atraksi wisata seni budaya yang ditampilkan / dipergelarkan di Taman Budaya Jawa Barat	Tingkat kemudahan atraksi wisata seni budaya yang ditampilkan / dipergelarkan di Taman Budaya Jawa Barat	Ordinal	III.A.2
		Keragaman atraksi wisata seni budaya yang ditampilkan / dipergelarkan di Taman Budaya Jawa Barat	Tingkat Keragaman atraksi wisata seni budaya yang ditampilkan / dipergelarkan di Taman Budaya Jawa Barat	Ordinal	III.A.3

Yayan Ariyanto, 2013

Pengaruh Strategi Positioning Terhadap Peningkatan Citra Atraksi Wisata Taman Budaya Jawa Barat Sebagai Tempat Pelestarian, Pemeliharaan, Pengembangan dan Pemanfaatan Seni Budaya Jawa Barat (Survei pada Pengunjung Taman Budaya Jawa Barat)

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

Variabel/Sub Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
Keunikan (<i>distinctiveness</i>) (X2)	Atribut yang diberikan perusahaan tidak ditawarkan perusahaan lain. Bisa pula atribut itu dikemas secara lebih jelas oleh perusahaan dibandingkan pesaingnya.	Keunikan atraksi wisata seni budaya yang ditawarkan Taman Budaya Jawa Barat	Tingkat keunikan atraksi wisata seni budaya yang ditawarkan Taman Budaya Jawa Barat	Ordinal	III.B.1
		Keunikan fasilitas yang disediakan Taman Budaya Jawa Barat	Tingkat keunikan fasilitas yang disediakan Taman Budaya Jawa Barat	Ordinal	III.B.2
		Keunikan atraksi wisata seni budaya yang di revitalisasi oleh Taman Budaya Jawa Barat	Tingkat keunikan atraksi wisata seni budaya yang di revitalisasi oleh Taman Budaya Jawa Barat	Ordinal	III.B.3
Superioritas (X3)	Atribut yang ditawarkan perusahaan lebih unggul daripada cara-cara lain untuk mendapatkan manfaat yang sama.	Keunggulan Atraksi wisata seni budaya Jawa Barat yang ditampilkan / dipergelarkan dibandingkan dengan yang lain	Tingkat keunggulan Atraksi wisata seni budaya Jawa Barat yang ditampilkan / dipergelarkan dibandingkan dengan yang lain	Ordinal	III.C.1
		Keunggulan fasilitas Taman Budaya dibandingkan dengan yang lain	Tingkat keunggulan fasilitas Taman Budaya dibandingkan dengan yang lain	Ordinal	III.C.2
		Efektivitas kurator dalam pemilihan atraksi wisata seni budaya yang ditampilkan / dipergelarkan di Taman Budaya Jawa Barat	Tingkat efektivitas kurator dalam pemilihan atraksi wisata seni budaya yang ditampilkan / dipergelarkan di Taman Budaya Jawa Barat	Ordinal	III.C.3
Dapat dikomunikasikan (<i>communicability</i>) (X4)	Atribut yang ditawarkan perusahaan dapat dikomunikasikan secara sederhana dan jelas, sehingga pelanggan dapat memahaminya.	Kejelasan penyampaian informasi pertunjukan atraksi wisata seni budaya yang ditampilkan / dipergelarkan di Taman Budaya Jawa Barat	Tingkat kejelasan penyampaian informasi pertunjukan atraksi wisata seni budaya yang ditampilkan / dipergelarkan di Taman Budaya Jawa Barat	Ordinal	III.D.1
		Kesesuaian media promosi yang digunakan oleh Taman Budaya Jawa Barat dan panitia penyelenggara	Tingkat kesesuaian media promosi yang digunakan oleh Taman Budaya Jawa Barat dan panitia penyelenggara	Ordinal	III.D.2
		Kinerja kurator dalam menyampaikan informasi pertunjukan atraksi wisata seni budaya yang ditampilkan /	Tingkat kinerja kurator dalam menyampaikan informasi pertunjukan atraksi wisata seni budaya yang ditampilkan /	Ordinal	III.D.3

Variabel/Sub Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
		dipergelarkan di Taman Budaya Jawa Barat	dipergelarkan di Taman Budaya Jawa Barat		
Preemptive (X5)	Atribut yang ditawarkan perusahaan tidak mudah ditiru oleh para pesaing.	Kekhasan atraksi wisata seni budaya Jawa Barat yang di tampilkan / dipergelarkan di Taman Budaya Jawa Barat	Tingkat kekhasan atraksi wisata seni budaya Jawa Barat yang di tampilkan / dipergelarkan di Taman Budaya Jawa Barat	Ordinal	III.E.1
		Orisinalitas atraksi wisata seni budaya Jawa Barat yang di tampilkan / dipergelarkan di Taman Budaya Jawa Barat	Tingkat orisinalitas atraksi wisata seni budaya Jawa Barat yang di tampilkan / dipergelarkan di Taman Budaya Jawa Barat	Ordinal	III.E.2
		Kekhasan revitalisasi atraksi seni budaya yang di tampilkan / dipergelarkan di Taman Budaya Jawa Barat	Tingkat kekhasan revitalisasi atraksi seni budaya yang di tampilkan / dipergelarkan di Taman Budaya Jawa Barat	Ordinal	III.E.3
Keterjangkauan (affordability) (X6)	Pelanggan sasaran akan mampu dan bersedia membayar perbedaan/keunikan atribut yang ditawarkan perusahaan. Setiap tambahan biaya atas karakteristik khusus dipandang sepadan nilai tambahnya.	Kesesuaian harga dengan nilai atraksi wisata seni budaya yang ditawarkan Taman Budaya Jawa Barat	Tingkat kesesuaian harga dengan nilai atraksi wisata seni budaya yang ditawarkan Taman Budaya Jawa Barat	Ordinal	III.F.1
		Kesesuaian harga dengan kualitas serta fasilitas yang disediakan Taman Budaya Jawa Barat	Tingkat kesesuaian harga dengan kualitas serta fasilitas yang disediakan Taman Budaya Jawa Barat	Ordinal	III.F.2
		Kesesuaian harga dengan manfaat yang diberikan Taman Budaya Jawa Barat	Tingkat kesesuaian harga dengan manfaat yang diberikan Taman Budaya Jawa Barat	Ordinal	III.F.3
Citra (Y)	Citra perusahaan adalah kesan dari sebuah organisasi yang didasarkan atas pengetahuan dan pengalaman. Shirley Harrison (2005:70)				
		Personality (Kepribadian)	Tingkat pengetahuan pengunjung terhadap Taman Budaya Jawa barat sebagai tempat pelestarian, pemeliharaan, pengembangan dan pemanfaatan seni budaya Jawa Barat	Ordinal	IV.A.1
			Tingkat kepercayaan pengunjung terhadap Taman Budaya Jawa	Ordinal	IV.A.2

Yayan Ariyanto, 2013

Pengaruh Strategi Positioning Terhadap Peningkatan Citra Atraksi Wisata Taman Budaya Jawa Barat Sebagai Tempat Pelestarian, Pemeliharaan, Pengembangan dan Pemanfaatan Seni Budaya Jawa Barat (Survei pada Pengunjung Taman Budaya Jawa Barat)

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

Variabel/Sub Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
			Barat sebagai tempat pelestarian, pemeliharaan, pengembangan dan pemanfaatan seni budaya Jawa Barat		
			Tingkat penilaian pengunjung terhadap Taman Budaya Jawa Barat sebagai tempat pelestarian, pemeliharaan, pengembangan dan pemanfaatan seni budaya Jawa Barat	Ordinal	IV.A.3
			Tingkat keyakinan pengunjung terhadap Taman Budaya Jawa Barat sebagai tempat pelestarian, pemeliharaan, pengembangan dan pemanfaatan seni budaya Jawa Barat	Ordinal	IV.B.1
		Reputation (Reputasi)	Tingkat kepercayaan pengunjung terhadap Taman Budaya Jawa Barat sebagai tempat pelestarian, pemeliharaan, pengembangan dan pemanfaatan seni budaya Jawa Barat	Ordinal	IV.B.2
			Tingkat popularitas Taman Budaya Jawa Barat sebagai tempat pelestarian, pemeliharaan, pengembangan dan pemanfaatan seni budaya Jawa Barat	Ordinal	IV.B.3
			Tingkat kualitas sikap / perilaku pegawai / panitia penyelenggara <i>event</i> di Taman Budaya Jawa Barat terhadap pengunjung	Ordinal	IV.C.1
		Value	Tingkat pelayanan yang diberikan di Taman Budaya Jawa Barat	Ordinal	IV.C.2
			Tingkat kesesuaian Taman Budaya Jawa Barat sebagai tempat pelestarian, pemeliharaan, pengembangan dan pemanfaatan seni	Ordinal	IV.C.3

Yayan Ariyanto, 2013

Pengaruh Strategi Positioning Terhadap Peningkatan Citra Atraksi Wisata Taman Budaya Jawa Barat Sebagai Tempat Pelestarian, Pemeliharaan, Pengembangan dan Pemanfaatan Seni Budaya Jawa Barat (Survei pada Pengunjung Taman Budaya Jawa Barat)

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

Variabel/Sub Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
			budaya Jawa Barat		
		<i>Corporate Identity (Identitas perusahaan)</i>	Tingkat pengetahuan pengunjung terhadap Taman Budaya Jawa Barat melalui Taman Budaya sebagai tempat pelestarian, pemeliharaan, pengembangan dan pemanfaatan seni budaya Jawa Barat	Ordinal	IV.D.1
			Tingkat pengetahuan pengunjung terhadap logo Taman Budaya Jawa Barat	Ordinal	IV.D.2
			Tingkat daya tarik nama Taman Budaya Jawa Barat sebagai tempat pelestarian, pemeliharaan, pengembangan dan pemanfaatan seni budaya Jawa Barat	Ordinal	IV.D.3

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2012

3.2.3 Jenis Sumber Data

Sumber data adalah segala sesuatu yang dapat memberikan keterangan tentang data. Istilah data menunjuk pada ukuran atau observasi aktual tentang hasil dari suatu investigasi survei, atau hasil observasi yang dicatat dan dikumpulkan, baik dalam bentuk angka ataupun jumlah dan bentuk kata-kata ataupun gambar (Ulber Silalahi, 2009:280).

Sumber data yang diperlukan dalam penelitian ini dibedakan menjadi dua yaitu:

1. Data Primer

Data primer merupakan data yang dikumpulkan dari situasi aktual ketika peristiwa terjadi (Ulber Silalahi, 2009:289). Data primer dikumpulkan secara langsung untuk menjawab masalah atau tujuan penelitian yang dilakukan dalam penelitian eksploratif, deskriptif maupun

Yayan Ariyanto, 2013

Pengaruh Strategi Positioning Terhadap Peningkatan Citra Atraksi Wisata Taman Budaya Jawa Barat Sebagai Tempat Pelestarian, Pemeliharaan, Pengembangan dan Pemanfaatan Seni Budaya Jawa Barat (Survei pada Pengunjung Taman Budaya Jawa Barat)

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

kausal dengan menggunakan metode pengumpulan data berupa survei ataupun observasi. Berdasarkan penjelasan tersebut, maka dalam penelitian ini sumber data primer diperoleh dari kuesioner yang disebarakan kepada sejumlah responden yang dianggap mewakili seluruh populasi dalam penelitian, yaitu pengunjung Taman Budaya Jawa Barat.

2. Data Sekunder

Sumber data sekunder merupakan data yang dikumpulkan dari tangan kedua atau dari sumber-sumber lain yang telah tersedia sebelum penelitian dilakukan (Ulber Silalahi, 2009:291). Data sekunder bisa diperoleh dari dalam suatu perusahaan (sumber internal), berbagai internet *website*, perpustakaan umum maupun lembaga pendidikan, membeli dari perusahaan-perusahaan yang memang mengkhususkan diri untuk menyajikan data sekunder.

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

TABEL 3.2
JENIS DAN SUMBER DATA

No	Data Penelitian	Jenis Data	Sumber Data
1	Profil Taman Budaya Jawa Barat	Sekunder	BPTB Jawa Barat
2	Tingkat kunjungan wisman dan wisnus ke atraksi wisata Taman Budaya Jawa Barat	Sekunder	BPTB Jawa Barat
3	Strategi positioning Taman Budaya Jawa Barat	Sekunder	BPTB Jawa Barat
4	Tanggapan terhadap strategi positioning Taman Budaya Jawa Barat	Primer	Pengunjung
5	Tanggapan terhadap Citra Taman Budaya Jawa Barat	Primer	Pengunjung

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2012

Yayan Ariyanto, 2013

Pengaruh Strategi Positioning Terhadap Peningkatan Citra Atraksi Wisata Taman Budaya Jawa Barat Sebagai Tempat Pelestarian, Pemeliharaan, Pengembangan dan Pemanfaatan Seni Budaya Jawa Barat (Survei pada Pengunjung Taman Budaya Jawa Barat)

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

3.2.4 Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling

3.2.4.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2008:115) mengemukakan bahwa "populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan". Populasi berkaitan dengan seluruh kelompok orang, peristiwa, atau benda yang menjadi pusat perhatian peneliti untuk diteliti. Populasi dalam penelitian ini adalah pengunjung yang berkunjung ke teater tertutup, teater terbuka dan galeri di Taman Budaya Jawa Barat tahun 2011. Berikut ini Tabel 3.3 merupakan populasi Taman Budaya Jawa Barat:

TABEL 3.3
PROPOSISI POPULASI WISNUS TAMAN BUDAYA
JAWA BARAT 2011

Wisnus	Jumlah tahun 2011
Teater Terbuka	82.007
Teater Tertutup	60.605
Galeri	17.878
Total	160.490

Sumber: Data BPTB Jawa Barat, 2012

3.2.4.2 Sampel

Pada suatu penelitian tidak mungkin semua populasi dapat diteliti, hal ini disebabkan oleh beberapa faktor, diantaranya karena keterbatasan biaya, tenaga, dan waktu yang tersedia. Maka karena itulah peneliti diperkenankan mengambil sebagian dari objek populasi yang telah ditentukan, dengan catatan bagian yang diambil tersebut dapat mewakili yang tidak diteliti. Pengambilan sebagian subjek dari populasi dinamakan sampel. Menurut Sugiyono (2008:73), yang dimaksud dengan sampel adalah bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi

tersebut. Untuk menghitung sampel dilakukan dengan menggunakan rumus Slovin (Husein Umar, 2008:141) yaitu sebagai berikut:

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

Keterangan:

- n : ukuran sampel
- N : ukuran populasi
- e : kelonggaran ketelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditolerir

perhitungan rumus Slovin:

n : sampel

N : 160.490

e : 10%

$$n = \frac{160.490}{1 + Ne^2}$$

$$n = \frac{160.490}{1 + 160.490 \cdot 0.01}$$

$$n = \frac{160.490}{1.605,9}$$

$$n = 99,93$$

Berdasarkan perhitungan di atas, menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kelonggaran sebesar 10% didapat sampel sebanyak 99,93 orang. Agar sampel yang digunakan representatif dalam penelitian ini, maka sampel yang digunakan adalah 100 orang responden.

Berikut ini merupakan jumlah perhitungan sampel yang terbagi menjadi tiga bagian:

Yayan Ariyanto, 2013

Pengaruh Strategi Positioning Terhadap Peningkatan Citra Atraksi Wisata Taman Budaya Jawa Barat Sebagai Tempat Pelestarian, Pemeliharaan, Pengembangan dan Pemanfaatan Seni Budaya Jawa Barat (Survei pada Pengunjung Taman Budaya Jawa Barat)

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

TABEL 3.4
JUMLAH PERHITUNGAN SAMPEL

Jumlah Tempat	Perhitungan
Teater Terbuka	$\frac{82.007}{160.490} \times 100 = 51$
Teater Tertutup	$\frac{60.605}{160.490} \times 100 = 38$
Galeri	$\frac{17.878}{160.490} \times 100 = 11$
Total	51 + 38 + 11 = 100

Sumber: Perhitungan Sampel, 2012

3.2.4.3 Teknik Sampling

Menurut Sugiyono (2008:73), Teknik Sampling adalah “merupakan teknik pengambilan sampel”. Dalam penelitian ini teknik pengambilan sampel digunakan adalah *systematic random sampling*, karena populasinya dianggap homogen dan dapat digunakan tanpa pengetahuan mengenai bingkai sampling. Metode sampling sistematis menurut Malhotra (2005:377) adalah teknik sampling probabilitas yang didalamnya sampel dipilih dengan memilih acak titik awal dan kemudian mengambil setiap elemen secara berturut dari bingkai sampling.

3.2.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data mengacu pada cara yang digunakan peneliti untuk mengumpulkan data yang diperlukan. Data yang telah terkumpul digunakan untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan. Teknik pengumpulan data yang digunakan penulis adalah:

1. Studi literatur

Studi literatur adalah usaha untuk menggunakan informasi yang berhubungan dengan teori-teori dan ada kaitannya dengan masalah dan

variabel-variabel yang diteliti yang terdiri dari strategi positioning dan citra.

2. Kuesioner

Teknik pengumpulan data mengenai penyebaran seperangkat daftar pertanyaan-pertanyaan tertulis kepada responden yang menjadikan anggota sampel.

3. Wawancara atau *Interview*

Yaitu digunakan untuk memperoleh data dengan cara berkomunikasi secara langsung dengan responden yang terpilih melalui daftar pertanyaan yang sudah disiapkan sebelumnya sebagai pedoman wawancara.

4. Observasi

Observasi dilakukan dengan meninjau serta melakukan pengamatan langsung terhadap objek yang diteliti yaitu Taman Budaya Jawa Barat, khususnya mengenai program strategi positioning yang dilaksanakan dan pengaruhnya terhadap citra Taman Budaya Jawa Barat sebagai tempat pelestarian, pemeliharaan, pengembangan dan pemanfaatan seni budaya Jawa Barat.

TABEL 3.5
TEKNIK PENGUMPULAN DATA

No	Teknik Pengumpulan Data	Sumber Data
1	Studi literatur	Strategi Positioning dan Citra
2	Kuesioner	Pengunjung Taman Budaya Jawa Barat
3	Wawancara	Pengunjung Taman Budaya Jawa Barat
4	Observasi	Pengaruh strategi positioning terhadap citra Taman Budaya Jawa Barat

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2012

Yayan Ariyanto, 2013

Pengaruh Strategi Positioning Terhadap Peningkatan Citra Atraksi Wisata Taman Budaya Jawa Barat Sebagai Tempat Pelestarian, Pemeliharaan, Pengembangan dan Pemanfaatan Seni Budaya Jawa Barat (Survei pada Pengunjung Taman Budaya Jawa Barat)

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

3.2.6 Pengujian Validitas dan Reliabilitas

3.2.6.1 Pengujian Validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan dan kesahihan suatu instrumen. Suatu instrumen yang valid atau sahih mempunyai validitas yang tinggi. Sebaliknya instrumen yang kurang berarti memiliki validitas yang rendah (Suharsimi Arikunto, 2009:145).

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. Korelasi antar skor item dengan skor totalnya harus signifikan. Berdasarkan ukuran statistik, bila ternyata skor semua item yang disusun berdasarkan dimensi konsep dengan skor totalnya, maka dapat dikatakan bahwa alat ukur tersebut mempunyai validitas. Adapun rumus yang dapat digunakan adalah rumus *Korelasi Product Moment* yang dikemukakan oleh *Pearson* sebagai berikut:

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

(Suharsimi Arikunto, 2009:170)

Keterangan :

- r = koefisien korelasi antara variabel bebas dan variabel terikat, dua variabel yang dikorelasikan
- X = skor untuk pernyataan yang dipilih
- Y = skor total
- $\sum X$ = Jumlah skor dalam distribusi X
- $\sum Y$ = jumlah skor dalam distribusi Y

Yayan Ariyanto, 2013

Pengaruh Strategi Positioning Terhadap Peningkatan Citra Atraksi Wisata Taman Budaya Jawa Barat Sebagai Tempat Pelestarian, Pemeliharaan, Pengembangan dan Pemanfaatan Seni Budaya Jawa Barat (Survei pada Pengunjung Taman Budaya Jawa Barat)

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

$\sum X^2$ = Jumlah kuadrat dalam skor distribusi X

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

n = jumlah sampel

Untuk mengadakan interpretasi mengenai besarnya koefisien korelasi menurut Suharsimi Arikunto (2009:245) dapat dilihat pada Tabel 3.5 sebagai berikut:

TABEL 3.6
KOEFISIEN KORELASI

BESARNYA NILAI	INTERPRETASI
Antara 0.800 sampai dengan 1.00	Tinggi
Antara 0.600 sampai dengan 0.800	Cukup
Antara 0.400 sampai dengan 0.600	Agak Rendah
Antara 0.200 sampai dengan 0.400	Rendah
Antara 0.000 sampai dengan 0.200	Sangat Rendah

Sumber: Suharsimi Arikunto (2009: 245)

Keputusan pengujian validitas responden dengan menggunakan taraf signifikan sebagai berikut:

1. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, maupun nilai probabilitas statistik $<$ (*level of significant* 5% = 0,05) maka instrumen dikatakan valid
2. Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, maupun nilai probabilitas statistik $>$ (*level of significant* 5% = 0,05) maka instrumen dikatakan tidak valid.

Berikut ini adalah pengujian validitas pada item instrumen dilakukan dengan menggunakan bantuan program SPSS (*Statistical product for Service Solution*) 18 for windows dan diperoleh hasil sebagai berikut:

TABEL 3.7
HASIL UJI VALIDITAS ITEM PERTANYAAN
STRATEGI POSITIONING DAN CITRA

No.	Item Pertanyaan	R_{hitung}	R_{tabel}	Ket
	Derajat kepentingan (<i>importance</i>)			
1	Tingkat manfaat atraksi wisata seni budaya yang ditampilkan/dipergelarkan di Taman Budaya Jawa Barat	0,871	0,361	Valid
2	Tingkat kemenarikan atraksi wisata seni budaya	0,919	0,361	Valid

Yayan Ariyanto, 2013

Pengaruh Strategi Positioning Terhadap Peningkatan Citra Atraksi Wisata Taman Budaya Jawa Barat Sebagai Tempat Pelestarian, Pemeliharaan, Pengembangan dan Pemanfaatan Seni Budaya Jawa Barat (Survei pada Pengunjung Taman Budaya Jawa Barat)

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

No.	Item Pertanyaan	R _{hitung}	R _{tabel}	Ket
	yang ditampilkan/dipergelarkan di Taman Budaya Jawa Barat			
3	Tingkat Keragaman atraksi wisata seni budaya yang ditampilkan/dipergelarkan di Taman Budaya Jawa Barat	0,868	0,361	Valid
	Keunikan (<i>distinctiveness</i>)			
4	Tingkat keunikan atraksi wisata seni budaya yang ditawarkan Taman Budaya Jawa Barat	0,869	0,361	Valid
5	Tingkat keunikan fasilitas yang disediakan Taman Budaya Jawa Barat	0,925	0,361	Valid
6	Tingkat keunikan atraksi wisata seni budaya yang di revitalisasi oleh Taman Budaya Jawa Barat	0,889	0,361	Valid
	Superioritas			
7	Keunggulan Atraksi wisata seni budaya Jawa Barat yang ditampilkan/dipergelarkan dibandingkan dengan yang lain	0,883	0,361	Valid
8	Keunggulan fasilitas Taman Budaya dibandingkan dengan yang lain	0,863	0,361	Valid
9	Efektivitas kurator dalam pemilihan atraksi wisata seni budaya yang ditampilkan/dipergelarkan di Taman Budaya Jawa Barat	0,818	0,361	Valid
	Dapat dikomunikasikan (<i>communicability</i>)			
10	Kejelasan penyampaian informasi pergelaran atraksi wisata seni budaya yang ditampilkan/dipergelarkan di Taman Budaya Jawa Barat	0,877	0,361	Valid
11	Kesesuaian media promosi yang digunakan oleh Taman Budaya Jawa Barat dan Panitia penyelenggara	0,904	0,361	Valid
12	Kinerja kurator dalam menyampaikan informasi pergelaran atraksi wisata seni budaya yang ditampilkan/dipergelarkan di Taman Budaya Jawa Barat	0,914	0,361	Valid
	Preemptive			
13	Kekhasan atraksi wisata seni budaya Jawa Barat yang di tampilkan/dipergelarkan di Taman Budaya Jawa Barat	0,816	0,361	Valid
14	Orisinalitas atraksi wisata seni budaya Jawa Barat yang ditampilkan/dipergelarkan di Taman Budaya Jawa Barat	0,863	0,361	Valid
15	Kekhasan revitalisasi atraksi seni budaya yang ditampilkan/dipergelarkan di Taman Budaya Jawa Barat	0,903	0,361	Valid
	Keterjangkauan (<i>affordability</i>)			
16	Kesesuaian harga dengan nilai atraksi wisata seni budaya yang ditawarkan Taman Budaya Jawa Barat	0,934	0,361	Valid
17	Kesesuaian harga dengan kualitas serta fasilitas	0,945	0,361	Valid

No.	Item Pertanyaan	R _{hitung}	R _{tabel}	Ket
	yang disediakan Taman Budaya Jawa Barat			
18	Kesesuaian harga dengan manfaat yang diberikan Taman Budaya Jawa Barat	0,827	0,361	Valid
	Citra			
	Personality			
19	Tingkat pengetahuan pengunjung terhadap Taman Budaya Jawa barat sebagai tempat pelestarian, pemeliharaan, pengembangan dan pemanfaatan seni budaya Jawa Barat	0,914	0,361	Valid
20	Tingkat kepercayaan pengunjung terhadap Taman Budaya Jawa Barat sebagai tempat pelestarian, pemeliharaan, pengembangan dan pemanfaatan seni budaya Jawa Barat	0,850	0,361	Valid
21	Tingkat penilaian pengunjung terhadap Taman Budaya Jawa Barat sebagai tempat pelestarian, pemeliharaan, pengembangan dan pemanfaatan seni budaya Jawa Barat	0,770	0,361	Valid
	Reputation			
22	Tingkat keyakinan pengunjung terhadap Taman Budaya Jawa Barat sebagai tempat pelestarian, pemeliharaan, pengembangan dan pemanfaatan seni budaya Jawa Barat	0,857	0,361	Valid
23	Tingkat kesesuaian Taman Budaya Jawa Barat sebagai tempat pelestarian, pemeliharaan, pengembangan dan pemanfaatan seni budaya Jawa Barat	0,910	0,361	Valid
24	Tingkat popularitas Taman Budaya Jawa Barat sebagai tempat pelestarian, pemeliharaan, pengembangan dan pemanfaatan seni budaya Jawa Barat	0,802	0,361	Valid
	Value			
25	Tingkat kualitas sikap/perilaku pegawai/panitia penyelenggara <i>event</i> di Taman Budaya Jawa Barat terhadap pengunjung	0,793	0,361	Valid
26	Tingkat pelayanan yang diberikan di Taman Budaya Jawa Barat	0,869	0,361	Valid
27	Tingkat ketersediaan informasi mengenai Taman Budaya Jawa Barat sebagai tempat pelestarian, pemeliharaan, pengembangan dan pemanfaatan seni budaya Jawa Barat	0,817	0,361	Valid
	Corporate identity			
28	Tingkat pengetahuan pengunjung terhadap Taman Budaya Jawa Barat melalui Taman Budaya sebagai tempat pelestarian, pemeliharaan, pengembangan dan pemanfaatan seni budaya Jawa Barat	0,871	0,361	Valid
29	Tingkat daya tarik nama Taman Budaya Jawa Barat sebagai tempat pelestarian, pemeliharaan, pengembangan dan pemanfaatan seni budaya	0,917	0,361	Valid

Yayan Ariyanto, 2013

Pengaruh Strategi Positioning Terhadap Peningkatan Citra Atraksi Wisata Taman Budaya Jawa Barat Sebagai Tempat Pelestarian, Pemeliharaan, Pengembangan dan Pemanfaatan Seni Budaya Jawa Barat (Survei pada Pengunjung Taman Budaya Jawa Barat)

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

No.	Item Pertanyaan	R _{hitung}	R _{tabel}	Ket
	Jawa Barat			
30	Tingkat pengetahuan pengunjung terhadap logo Taman Budaya Jawa Barat	0,867	0,361	Valid

Sumber : Pengolahan Data Primer 2012

3.2.6.2 Pengujian Reliabilitas

Reliabilitas merupakan suatu ukuran yang menunjukkan bahwa suatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpulan data karena instrumen tersebut sudah baik. Reliabilitas menunjukkan keterandalan tertentu. (Suharsimi Arikunto, 2009:145).

Pengujian pada reliabilitas penelitian ini menggunakan reliabilitas internal dengan rumus *Cronbach Alpha*. Menurut Uma Sekaran (2006:177) mengemukakan:

Cronbach alpha adalah koefisien keandalan yang menunjukkan seberapa baik item dalam suatu kumpulan secara positif berkorelasi atau satu sama lain. *Cronbach alpha* dihitung dalam rata-rata interkorasi antar item yang mengukur konsep. Semakin dekat *Cronbach alpha* dengan 1, semakin tinggi keandalan konsistensi internal.

Hal ini dikarenakan instrumen pertanyaan kuesioner yang dipakai merupakan rentang beberapa nilai dalam hal ini menggunakan skala 1 sampai dengan 5 dengan menggunakan data ordinal yang telah ditransformasikan dalam skala interval. Rumus *Cronbach Alpha*:

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

(Sumber: Suharsimi Arikunto, 2009:196)

Keterangan :

r_{11} = Reliabilitas instrumen

K = Banyak butir pertanyaan

$\sum \sigma_t^2$ = Jumlah varians butir

Yayan Ariyanto, 2013

Pengaruh Strategi Positioning Terhadap Peningkatan Citra Atraksi Wisata Taman Budaya Jawa Barat Sebagai Tempat Pelestarian, Pemeliharaan, Pengembangan dan Pemanfaatan Seni Budaya Jawa Barat (Survei pada Pengunjung Taman Budaya Jawa Barat)

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

σ_i^2 = Varians total

Jumlah varian butir dapat dicari dengan cara mencari nilai varians tiap butir, kemudian jumlahkan, seperti menurut Suharsimi Arikunto (2009:184) sebagai berikut:

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

Keterangan:

σ_i^2 = Varians total

$\sum X$ = Jumlah skor

N = Jumlah responden

Pengujian reliabilitas instrumen pada penelitian ini dilakukan dengan menggunakan *software* komputer SPSS (*Statistical Product for Service Solution*) 18 *for windows*, Menurut Uma Sekaran (2006:312) teknik pengujian reliabilitas menggunakan koefisien *alpha cronbach* dengan taraf nyata 5%, jika koefisien korelasi lebih besar dari nilai kritis atau jika nilai *alpha cronbach* lebih besar daripada 0,6 maka item tersebut dinyatakan reliabel, koefisien alpha kurang dari 0,6 menunjukkan reliabilitas yang buruk, angka sekitar 0,7 menunjukkan reliabilitas dapat diterima dan angka di atas 0,8 menunjukkan reliabilitas yang baik. Berikut hasil pengolahan data uji reliabilitas instrumen penelitian dengan menggunakan SPSS (*Statistical Product for Service Solution*) 18 *for windows*.

TABEL 3.8
HASIL PENGUJIAN RELIABILITAS
STRATEGI POSITIONING DAN CITRA

No.	Variabel	$C\sigma_{hitung}$	$C\sigma_{minimal}$	Ket
1	Strategi Positioning	0,896	0,70	Reliabel
2	Citra	0,766	0,70	Reliabel

Sumber : Pengolahan Data Primer 2012

Yayan Ariyanto, 2013

Pengaruh Strategi Positioning Terhadap Peningkatan Citra Atraksi Wisata Taman Budaya Jawa Barat Sebagai Tempat Pelestarian, Pemeliharaan, Pengembangan dan Pemanfaatan Seni Budaya Jawa Barat (Survei pada Pengunjung Taman Budaya Jawa Barat)

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

3.3 Rancangan Teknik Analisis Data

Teknik 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.

Alat penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah angket kuesioner. Angket ini disusun oleh penulis berdasarkan variabel yang terdapat dalam penelitian. Adapun yang menjadi variabel bebas atau variabel X adalah strategi positioning yang terdiri dari derajat kepentingan (*importance*), keunikan (*distinctiveness*), *superioritas*, dapat dikomunikasikan (*communicability*), *preemptive*, dan keterjangkauan (*affordability*). Sedangkan variabel terikat atau variabel Y adalah citra, sehingga penelitian ini akan diteliti pengaruh strategi positioning (X) terhadap citra (Y). Penelitian kuantitatif analisis data dilakukan setelah data seluruh responden terkumpul. Langkah-langkah dalam kegiatan analisis data dalam penelitian ini yaitu:

1. Menyusun Data

Mengecek nama dan kelengkapan identitas responden, serta mengecek kelengkapan data yang diisi oleh responden untuk mengetahui karakteristik responden, digunakan rumus presentase sebagai berikut:

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

Dimana:

n = Nilai yang diperoleh

N = Jumlah seluruh nilai

100 = Konstanta

2. Menyeleksi data untuk memeriksa kesempurnaan dan kebenaran data yang terkumpul.
3. Tabulasi Data

Tabulasi data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah:

- a. Memberikan skor pada setiap item.
 - b. Menjumlahkan skor pada setiap item.
 - c. Menyusun ranking skor pada setiap variabel penelitian.
4. Menganalisis data dan menafsirkan hasil perhitungan berdasarkan angka-angka yang diperoleh dari perhitungan statistik.

3.3.1 Rancangan Analisis Data Deskriptif

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

Dalam penelitian ini, analisis deskriptif yang digunakan untuk mendeskripsikan variabel penelitian yaitu:

- a. Analisis deskriptif tanggapan pengunjung Taman Budaya Jawa Barat mengenai analisis starategi positioning.
- b. Analisis deskriptif tanggapan pengunjung Taman Budaya Jawa Barat mengenai analisis citra.

Yayan Ariyanto, 2013

Pengaruh Strategi Positioning Terhadap Peningkatan Citra Atraksi Wisata Taman Budaya Jawa Barat Sebagai Tempat Pelestarian, Pemeliharaan, Pengembangan dan Pemanfaatan Seni Budaya Jawa Barat (Survei pada Pengunjung Taman Budaya Jawa Barat)

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

3.3.2 Pengujian Hipotesis

Regresi *multiple* (berganda) merupakan teknik analisa data yang digunakan dalam penelitian ini. Regresi berganda digunakan untuk melihat hubungan atau pengaruh fungsional ataupun kausal antara strategi positioning yang terdiri dari derajat kepentingan (*importance*), keunikan (*distinctiveness*), superioritas, dapat dikomunikasikan (*communicability*), *preemptive*, dan keterjangkauan (*affordability*), terhadap citra Taman Budaya Jawa Barat. Adapun untuk analisis verifikatif sebagai berikut:

1. *Method of Successive Interval* (MSI)

Penelitian ini menggunakan data ordinal seperti yang telah dijelaskan dalam operasionalisasi variabel sebelumnya, oleh karena itu, semua data ordinal yang terkumpul terlebih dahulu ditransformasikan menjadi skala interval dengan menggunakan MSI (*Method Of Successive Interval*) (Al Rasyid, 1994:131). Langkah-langkah untuk melakukan transformasi data tersebut adalah sebagai berikut:

- a) Menghitung frekuensi (f) setiap pilihan jawaban, berdasarkan hasil jawaban responden pada setiap pernyataan.
- b) Berdasarkan frekuensi yang diperoleh untuk setiap pernyataan, dilakukan penghitungan proporsi (p) setiap pilihan jawaban dengan cara membagi frekuensi (f) dengan jumlah responden.
- c) Berdasarkan proporsi tersebut untuk setiap pernyataan, dilakukan penghitungan proporsi kumulatif untuk setiap pilihan jawaban.

d) Menentukan nilai batas Z (tabel normal) untuk setiap pernyataan dan setiap pilihan jawaban.

e) Menentukan nilai interval rata-rata untuk setiap pilihan jawaban melalui persamaan berikut:

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

f) Hitungan skor (nilai hasil transformasi) untuk setiap pilihan jawaban persamaan berikut:

$$\text{Score} = \text{Scale Value} + 1 \text{ Scale Value}_{\text{minimum}} = 1$$

g) Selanjutnya akan ditentukan pasangan data variabel bebas dengan variabel terikat serta akan dilakukan persamaan yang berlaku untuk pasangan-pasangan tersebut.

2. Analisis Regresi Linier Berganda

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda. Analisis regresi linier berganda adalah suatu alat analisis peramalan nilai pengaruh dua atau lebih variabel bebas terhadap variabel terikat untuk membuktikan ada atau tidaknya hubungan kasual antara dua variabel bebas atau lebih. Adapun untuk pengolahan data dilakukan bantuan program SPSS (*Statistical Product for Service Solution*) 18 for windows, menurut Suliyanto (2005:8) dilakukan sebagai berikut:

- a. Masukkan data dalam SPSS pada *data view*, dan pada *variabel view* dalam kolom label berilah nama masing-masing variabel.
- b. Klik *analyze, regression, linier*. Lalu pindahkan variabel Y sebagai bergantung ke kolom *dependent* serta variabel X1, X2, X3, X4, X5

dan X6 sebagai variabel bebas ke kolom *independent*. Klik *method* pilih *enter*. Abaikan yang lain kemudian klik ok.

Sebelum mengolah data dengan menggunakan program SPSS (*Statistical Product for Service Solution*) 18 for windows. Peneliti harus menentukan terlebih dahulu teknik analisis yang digunakan. Teknik analisis regresi yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda. Menurut Asep Hermawan (2005:220) regresi linier berganda merupakan suatu model statistik yang sesuai jika masalah penelitian mencakup satu variabel terikat (*dependent*) yang berskala pengukuran metrik (interval atau rasio), yang diduga dapat diprediksi oleh variabel-variabel *independent* yang berskala pengukuran metrik (interval atau rasio).

Berdasarkan tujuan penelitian ini, maka variabel yang dianalisis adalah variabel *independent* yaitu strategi positioning yang terdiri dari derajat kepentingan (*importance*), keunikan (*distinctiveness*), *superioritas*, dapat dikomunikasikan (*communicability*), *preemptive*, dan keterjangkauan (*affordability*). Sedangkan variabel *dependent* adalah citra.

Dengan memperhatikan karakteristik variabel yang akan diuji, maka uji statistik yang digunakan adalah melalui perhitungan persamaan regresi berganda untuk enam prediktor yaitu:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + b_6X_6$$

(Sugiyono, 2008:284)

Keterangan:

Y = Citra

a = Intercep atau konstanta

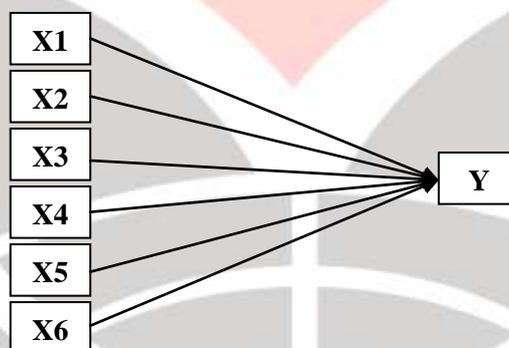
Yayan Ariyanto, 2013

Pengaruh Strategi Positioning Terhadap Peningkatan Citra Atraksi Wisata Taman Budaya Jawa Barat Sebagai Tempat Pelestarian, Pemeliharaan, Pengembangan dan Pemanfaatan Seni Budaya Jawa Barat (Survei pada Pengunjung Taman Budaya Jawa Barat)

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

- b = Koefisien regresi
 X_1 = Derajat kepentingan (*importance*)
 X_2 = Keunikan (*distinctiveness*)
 X_3 = *Superioritas*
 X_4 = Dapat dikomunikasikan (*communicability*)
 X_5 = *Preemptive*
 X_6 = Keterjangkauan (*affordability*)

Menurut Sugiyono (2008:277) analisis regresi berganda digunakan bila penelitian bermaksud meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen (kriterium), bila dua atau lebih variabel independent sebagai faktor prediktor dimanipulasi (dinaik-turunkan nilainya). Analisis regresi berganda akan dilakukan bila jumlah variabel independent minimal dua atau lebih. Menerjamaahkan ke dalam beberapa sub hipotesis yang menyatakan pengaruh sub variabel *independent* yang paling dominan terhadap variabel *dependent*, lebih jelasnya dapat dilihat pada Gambar 3.1 berikut:



GAMBAR 3.1
REGRESI BERGANDA

Keterangan :

- X_1 = Derajat kepentingan (*importance*)
 X_2 = Keunikan (*distinctiveness*)
 X_3 = *Superioritas*
 X_4 = Dapat dikomunikasikan (*communicability*)
 X_5 = *Preemptive*
 X_6 = Keterjangkauan (*affordability*)
 Y = Citra

Yayan Ariyanto, 2013

Pengaruh Strategi Positioning Terhadap Peningkatan Citra Atraksi Wisata Taman Budaya Jawa Barat Sebagai Tempat Pelestarian, Pemeliharaan, Pengembangan dan Pemanfaatan Seni Budaya Jawa Barat (Survei pada Pengunjung Taman Budaya Jawa Barat)

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

3.3.2.1 Uji Asumsi Regresi

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

1. Uji Asumsi Normalitas

Syarat pertama untuk melakukan analisis regresi adalah normalitas, sebagaimana yang diungkapkan oleh Triton (2005:76) “Data sampel hendaknya memenuhi persyaratan distribusi normal”. Data yang mengandung data ekstrim biasanya memenuhi asumsi normalitas. Suatu model regresi memiliki data berdistribusi normal apabila sebaran datanya terletak disekitar garis diagonal pada *normal probability plot* yaitu dari kiri bawah ke kanan atas. Adapun untuk pengolahan data dapat dilakukan dengan bantuan program SPSS (*Statistical Product for Service Solution*) 18 for windows, yang menurut Suliyanto (2005:67) dilakukan sebagai berikut:

- a. Masukkan data yang akan di uji normalitas di *data view*, sedangkan di *variabel view* beri nama data tersebut. Kemudian klik *analyze* lalu *regression*, kemudian klik *linier*. Masukkan variabel Y pada kotak *dependent* dan variabel X pada kotak *independent*.
- b. Klik *plots*, lalu pada Y pilih *dependent* sedangkan X diisi *zresid*. Pada *standardized residual plots* klik histrogram dan *normal probability plot*, lalu klik *continue*.

2. Uji Asumsi Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas adalah varian residual yang tidak konstan pada regresi sehingga akurasi hasil prediksi menjadi menyebar. Residu pada

heteroskedastisitas semakin besar apabila pengamatan semakin besar. Suatu regresi dikatakan tidak terdeteksi heteroskedastisitas apabila penyebaran terhadap harga-harga prediksi tidak membentuk suatu pola tertentu (meningkat atau menurun). Pada penelitian ini digunakan dengan melihat gambar setiap variabel pada gambar *partial regression plots*. Sebaran *partial regression plots* dimulai dari sebelah kiri bawah ke arah kanan jika dilihat sebaran data tersebut, maka dapat disimpulkan sebaran data sudah mengikuti persyaratan model keseluruhan tiap data menurut Suliyanto (2005:64).

3. Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas merupakan terdapat hubungan linier yang sempurna atau pasti diantara beberapa atau semua variabel yang menjelaskan dari model regresi, terdapatnya lebih dari satu hubungan linier pasti. Untuk mengetahui terjadinya multikolinieritas dalam penelitian digunakan nilai VIF dengan bantuan SPSS (*Statistical Product for Service Solution*) 18 for window yang menurut Suliyanto (2005:73) dilakukan sebagai berikut:

- a. Masukkan data yang akan di uji multikolinieritas di *data view*, sedangkan di *variabel view* beri nama data tersebut. Kemudian klik *analyze*, lalu klik *regression*, kemudian klik *linier*. Masukkan variabel *y* pada kotak *dependent*, dan variabel *x* pada kotak *independent*. Setelah itu klik *statistic* pada *regression coefficient*.
- b. Lalu aktifkan *covariance matrix* dan *collinearity*, nonaktifkan *estimates* dan model *fit* lalu klik *continue*.

- c. Pada *coefficients* model dikatakan tidak terjadi multikolinier apabila nilai $VIF < 5$ menurut Algifari dalam Suliyanto (2005:63).

Penelitian ini menggunakan data interval, yang sebelumnya data ordinal ditransformasikan menggunakan MSI menjadi data interval.

3.4 Pengujian Hipotesis

Berdasarkan tujuan dari penelitian ini, maka variabel yang dianalisis adalah variabel bebas (*independent*) yaitu strategi positioning (X) sedangkan variabel terikat (*dependent*) yaitu citra (Y). Dengan memperhatikan karakteristik variabel yang akan diuji, Adapun yang menjadi hipotesis dalam penelitian ini adalah terdapat pengaruh signifikan antara strategi positioning (X) terhadap citra (Y). Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi berganda.

Hipotesis yang akan di uji dalam rangka penerimaan dan penolakan hipotesis dapat ditulis sebagai berikut:

Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

$H_0 = 0$, tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara strategi positioning yang terdiri dari derajat kepentingan (*importance*), keunikan (*distinctiveness*), superioritas, dapat dikomunikasikan (*communicability*), *preemptive*, keterjangkauan (*affordability*) terhadap citra Taman Budaya Jawa Barat sebagai tempat pelestarian, pemeliharaan, pengembangan dan pemanfaatan seni budaya Jawa Barat

$H_a \neq 0$, terdapat pengaruh yang signifikan antara strategi positioning yang terdiri dari derajat kepentingan (*importance*), keunikan (*distinctiveness*), superioritas, dapat dikomunikasikan (*communicability*), *preemptive*, keterjangkauan (*affordability*) terhadap citra Taman Budaya Jawa Barat sebagai tempat pelestarian, pemeliharaan, pengembangan dan pemanfaatan seni budaya Jawa Barat

