

BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1. Objek Penelitian.

Objek yang diteliti adalah Museum Jawa Tengah Ranggawarsita, yang dilakukan oleh peneliti, di Kota Semarang pada tanggal 25 febuari.

Penelitian ini menganalisis variabel bebas yaitu, Bauran produk Museum (X) Sedangkan keputusan berkunjung wisatawan (Y) sebagai variabel terikat memiliki indikator berdasarkan pilihan produk, merek, penyalur, jumlah berkunjung, dan waktu berkunjung. Berdasarkan objek diatas, maka akan di analisis mengenai pengaruh bauran produk Museum terhadap keputusan berkunjung wisatawan di Museum Jawa Tengah Ranggawarsita.

3.2. Metode Penelitian.

3.2.1 Jenis Penelitian dan Metode yang digunakan.

Jenis penelitian terbagi menjadi 2 jenis penelitian yaitu Penelitian *descriptive* dan *verifikatif*. menurut (Sukmadinata 2007), penelitian *kuantitatif* merupakan “penelitian yang mengambil jarak antara peneliti dengan objek yang diteliti dan menggunakan instrumen-instrumen formal standar, dan bersifat mengukur”. Jadi penelitian ini dimaksudkan untuk memperoleh pengaruh tentang bauran produk Museum (X). Sedangkan keputusan berkunjung wisatawan (Y) sebagai variabel terikat memiliki indikator berdasarkan pilihan produk, merek, penyalur, jumlah berkunjung, dan waktu berkunjung.

Berdasarkan jenis penelitian di atas, maka metode penelitian yang digunakan adalah metode *Descriptive Survey* dan *Explanatory Survey*. Menurut Kerlinger dalam Sugiyono (2008:7) bahwa metode *Descriptive Survey* dan *Explanatory Survey* merupakan metode penelitian yang 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. Biasanya metode penelitian ini, menggunakan informasi dari populasi langsung di tempat kejadian dengan tujuan mengetahui pendapat wisatawan dari sebagian populasi terhadap objek yang diteliti.

Penelitian ini dilakukan dalam kurun waktu kurang dari 1 tahun, maka pendekatan yang digunakan menurut Husein Umar (2002:45) adalah *Cross Sectional*, yaitu “metode penelitian dengan cara mempelajari objek, dalam kurun waktu tertentu atau tidak berkesinambungan dalam waktu jangka panjang”

3.3. Operasionalisasi variabel.

Variabel yang dikaji dalam penelitian ini, merupakan variabel terikat yang besarnya tergantung dari besaran variabel independen (bebas), bauran produk Museum (X) sebagai sub variabel. Sedangkan keputusan berkunjung wisatawan (Y) sebagai variabel terikat memiliki indikator berdasarkan pilihan produk, merek, penyalur, jumlah berkunjung, dan waktu berkunjung. Pengoperasi dari kedua variabel yang dijadikan objek penelitian ini menggunakan skala *ordinal*, secara lebih rinci dapat digambarkan oleh Tabel 3.1.

Tabel 3.1. Operasionalisasi Variabel

Sub variabel/ Variabel	Konsep	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
Bauran produk Museum (X)	Kumpulan semua produk dan barang yang ditawarkan untuk dijual oleh penjual tertentu. (Kotler and Keller, 2012)				
<i>Core product</i>	Manfaat yang sebenarnya dibutuhkan dan akan di konsumsi oleh pelanggan dari setiap produk. (Kotler2000: 428)	Manfaat adanya kegiatan pameran di berbagai daerah	Tingkat manfaat adanya kegiatan pameran di berbagai daerah.	<i>Ordinal</i>	B.1.1
		Manfaat menyaksikan barang koleksi perhiasan emas di Museum Jawa Tengah Ranggawarsita	Tingkat manfaat dalam menyaksikan barang Koleksi perhiasan emas di Museum Jawa Tengah Ranggawarsita	<i>Ordinal</i>	B 1.2
<i>Facilitating product</i>	Segala sesuatu yang dapat mempermudah upaya dan memperlancar kerja dalam rangka memberikan suatu kenyamanan serta nilai	Kemenarikan adanya ruang apresiasi	Tingkat Kemenarikan adanya ruang apresiasi	<i>Ordinal</i>	B 2.1

Sub variabel/ Variabel	Konsep	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
	kepada pengunjung. (Zakiah drajat, 2008).				
		Kemenarikan ruang audiovisual di Museum Jawa Tengah Ranggawarsita	Tingkat Kemenarikan ruang audiovisual di Museum Jawa Tengah Ranggawarsita	<i>Ordinal</i>	B 2.2
		Kemenarikan adanya ruang istirahat	Tingkat Kemenarikan adanya ruang istirahat	<i>Ordinal</i>	B 2.3
		Kemenarikan adanya taman bermain di Museum Jawa Tengah Ranggawarsita	Tingkat Kemenarikan adanya taman bermain di Museum Jawa Tengah Ranggawarsita	<i>Ordinal</i>	B 2.4
		Kesesuaian lahan Parkir yang luas	Tingkat Kesesuaian lahan Parkir yang luas	<i>Ordinal</i>	B 2.5
		Kemenarikan menggunakan audioturium untuk seminar maupun rapat	Tingkat Kemenarikan menggunakan audioturium untuk seminar maupun rapat	<i>Ordinal</i>	B 2.6

Sub variabel/ Variabel	Konsep	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
<i>Supporting product</i>	kumpulan dari elemen-elemen yang berinteraksi untuk mencapai suatu tujuan tertentu. (Jogianto, 2005)	Kesesuaian penataan koleksi Museum Jawa Tengah Ranggawarsita	Tingkat Kesesuaian Penataan koleksi Museum Jawa Tengah Ranggawarsita	<i>Ordinal</i>	B 3.1
		Kesesuaian papan informasi yang diberikan di Museum Jawa Tengah Ranggawarsita.	Tingkat Kesesuaian papan informasi yang diberikan di Museum Jawa Tengah Ranggawarsita.	<i>Ordinal</i>	B 3.2
		Kemenarikan souvenir berupa buku tentang koleksi Museum Jawa Tengah Ranggawarsita	Tingkat Kemenarikan souvenir berupa buku tentang koleksi Museum Jawa Tengah Ranggawarsita	<i>Ordinal</i>	B 3.3
		Kesesuaian pencahayaan koleksi Museum Jawa Tengah Ranggawarsita sesuai harapan	Tingkat Kesesuaian pencahayaan koleksi Museum Jawa Tengah Ranggawarsita sesuai harapan	<i>Ordinal</i>	B 3.4
<i>Physical environment</i>	Salah satu unsur yang harus didaya gunakan oleh organisasi,	Pelayanan keamanan tempat penyimpanan barang.	Tingkat Pelayanan keamanan tempat penyimpanan	<i>Ordinal</i>	B 4.1

Sub variabel/ Variabel	Konsep	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
	sehingga menimbulkan rasa nyaman, tentram, dan dan dapat meningkatkan yang baik untuk meningkatkan kinerja organisasi tersebut. (Sihombing, 2004)		barang.		
		Kenyamanan AC pendingin di ruang koleksi dan ruang tamu	Tingkat Kenyamanan AC pendingin di ruang koleksi dan ruang tamu	<i>Ordinal</i>	B 4.2
		Kebersihan ruangan koleksi Museum Jawa Tengah Ranggawarsita	Tingkat Kebersihan ruangan koleksi Museum Jawa Tengah Ranggawarsita	<i>Ordinal</i>	B 4.3
		Kesesuaian pelayanan informasi yang diberikan Museum Jawa Tengah Ranggawarsita	Tingkat Kesesuaian pelayanan informasi yang diberikan Museum Jawa Tengah Ranggawarsita	<i>Ordinal</i>	B 4.4
<i>Customer Interaction with Service delivery system</i>	Interaksi dinamis mempengaruhi kognisi, perilaku, dan lingkungan dimana manusia melakukan	Ketertarikan pengunjung dalam menyewa ruang audioturium	Tingkat Ketertarikan pengunjung dalam menyewa ruang audioturium	<i>Ordinal</i>	B 5.1

Sub variabel/ Variabel	Konsep	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
	aspek pertukaran kehidupan mereka (<i>Peter & Olson, 2010</i>)				
		Ketertarikan adanya kegiatan pameran mahasiswa seni rupa di Museum Jawa Tengah Ranggawarsita	Tingkat Ketertarikan adanya kegiatan pameran mahasiswa seni rupa di Museum Jawa Tengah Ranggawarsita	<i>Ordinal</i>	B 5.2
		Ketertarikan pengunjung menggunakan ruang apresiasi untuk kegiatan kesenian	Tingkat Ketertarikan pengunjung menggunakan ruang apresiasi untuk kegiatan kesenian	<i>Ordinal</i>	B 5.3
		Ketertarikan pengunjung dalam menggunakan ruang audiovisual	Tingkat Ketertarikan pengunjung dalam menggunakan ruang audiovisual	<i>Ordinal</i>	B 5.4
<i>Customer Interaction With Others customers</i>	Semua kegiatan konsumen yang berhubungan dengan pembelian, penggunaan, pembuangan, barang dan jasa termasuk emosi konsumen,	Ketertarikan pelanggan dalam mengetahui koleksi ruang pengkajian dan pelestarian	Tingkat Ketertarikan pelanggan dalam mengetahui koleksi ruang pengkajian dan pelestarian	<i>Ordinal</i>	B 6.1

Sub variabel/ Variabel	Konsep	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
	mental, dan respon perilaku yang mendahului, menentukan atau mengikuti kegiatan ini. (Kardes, Maria L Cronley, 2011)				
		Ketertarikan pelanggan dalam mengetahui cerita maupun sejarah dari koleksi benda bersejarah	Tingkat Ketertarikan pelanggan dalam mengetahui cerita maupun sejarah dari koleksi benda bersejarah	<i>Ordinal</i>	B 6.2
<i>Customer coproduction</i>	suatu proses bahwa pelanggan tidak hanya membeli dan menggunakan jasa, mereka memainkan peran aktif dalam pengan- taran jasa itu pada setiap langkah. (Kotler & Keller, 2013:47)	Kesesuaian penataan dan informasi benda koleksi Museum sesuai dengan harapan	Tingkat Kesesuaian penataan dan informasi benda koleksi Museum sesuai dengan harapan	<i>Ordinal</i>	B 7.1
		Kualitas penyampaian koleksi benda	Tingkat kualitas penyampaian koleksi benda	<i>Ordinal</i>	B 7.2

Sub variabel/ Variabel	Konsep	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
		Museum sesuai dengan harapan	Museum sesuai dengan harapan		
		Kualitas diberikannya buku Souvenir tentang Koleksi benda bersejarah	Tingkat kualitas diberikannya buku Souvenir tentang Koleksi benda bersejarah	<i>Ordinal</i>	B 7.3
Keputusan berkunjung (Y)	Tahap keputusan di mana wisatawan secara aktual melakukan pembelian produk wisata (diadopsi dari <i>Kotler & Amstrong, 2008:199</i>)				
Pilihan produk	Pemilihan produk adalah pengunjung dapat mengambil keputusan membeli sebuah produk wisata atau menggunakan uangnya untuk tujuan lain. (<i>Kotler & Amstrong, 2008:199</i>)	Kualitas pelayanan yang diberikan oleh staf Museum Jawa Tengah Ranggawarsita.	Tingkat kualitas pelayanan yang diberikan oleh staf Museum Jawa Tengah Ranggawarsita	<i>Ordinal</i>	C1.1
		Kenyamanan pengunjung dalam menggunakan	Tingkat kenyamanan pengunjung dalam	<i>Ordinal</i>	C1.2

Sub variabel/ Variabel	Konsep	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
		ruang istirahat	menggunakan ruang istirahat		
		Keamanan pengunjung dalam menggunakan perpustakaan untuk mengetahui sejarah	Tingkat keamanan pengunjung dalam menggunakan perpustakaan untuk mengetahui sejarah.	<i>Ordinal</i>	C1.3
		Kenyamanan pengunjung dalam menggunakan taman bermain	Tingkat kenyamanan pengunjung dalam menggunakan taman bermain	<i>Ordinal</i>	C1.4
		Kelengkapan fasilitas berupa masjid dan toilet	Tingkat kelengkapan fasilitas berupa masjid dan toilet	<i>Ordinal</i>	C1.5
Pilihan merek	Pengunjung harus Mengambil keputusan tentang merek tentang akan dibeli. (Kotler & Amstrong, 2008:199)	Kemudahan pengunjung mengenali logo Museum Jawa Tengah Ranggawarsita	Tingkat kemudahan Pengunjung Mengenali logo Museum Jawa Tengah Ranggawarsita	<i>Ordinal</i>	C2.1
		Pengalaman pengunjung yang diberikan oleh staf Museum Jawa Tengah Ranggawarsita	Tingkat pengalaman pengunjung yang diberikan oleh staf Museum Jawa Tengah Ranggawarsita	<i>Ordinal</i>	C2.2
		Citra Museum Jawa Tengah Ranggawarsita yang dipopulerkan	Tingkat Citra Museum Jawa Tengah Ranggawarsita yang	<i>Ordinal</i>	C.2.3

Sub variabel/ Variabel	Konsep	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
		oleh pengunjung	dipopulerkan oleh pengunjung		
		Kemudahan Meningat merek Museum Jawa Tengah Ranggawarsita	Tingkat kemudahan dalam mengingat merek Museum Jawa Tengah Ranggawarsita	<i>Ordinal</i>	C2.2
Pilihan penyalur	Pengunjung harus mengambil keputusan berkunjung ke daya tarik wisata melalui agen atau <i>travel</i> . (Kotler & Amstrong, 2008:199)	Kemudahan mengunjungi Museum Jawa Tengah Ranggawarsita melalui <i>travel</i>	Tingkat kemudahan mengunjungi Museum Jawa Tengah Ranggawarsita melalui agen atau <i>travel</i>	<i>Ordinal</i>	C3.1
		Kenyamanan berwisata ke Museum Jawa Tengah Ranggawarsita melalui <i>travel</i>	Tingkat kenyamanan berwisata Museum Jawa Tengah Ranggawarsita melalui agen atau <i>travel</i>	<i>Ordinal</i>	C3.2
		Keamanan berwisata ke Museum Jawa Tengah Ranggawarsita melalui <i>travel</i>	Tingkat keamanan berwisata Museum Jawa Tengah Ranggawarsita Melalui agen atau <i>Travel</i>	<i>Ordinal</i>	C3.3
		Kemudahan lokasi yang strategis	Tingkat kemudahan Lokasi yang Strategis	<i>Ordinal</i>	C3.4
		Kemudahan	Tingkat	<i>Ordinal</i>	C3.5

Sub variabel/ Variabel	Konsep	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
		transportasi yang digunakan	kemudahan transportasi yang digunakan		
Pilihan Jumlah berkunjung	Seberapa banyak pengunjung mengunjungi sebuah destinasi wisata. (Kotler & Amstrong, 2008:199)	Kesesuaian pengunjung yang berkunjung ke Museum Jawa Tengah Ranggawarsita sesuai dengan kebutuhannya	Tingkat kesesuaian pengunjung yang berkunjung ke Museum Jawa Tengah Ranggawarsita sesuai dengan kebutuhannya	<i>Ordinal</i>	C4.1
		Frekuensi berwisata di Museum Jawa Tengah Ranggawarsita	Tingkat berwisata di Museum Jawa Tengah Ranggawarsita	<i>Ordinal</i>	C4.2
Pemilihan Waktu berkunjung	Pengunjung dapat memilih waktu yang tepat untuk melakukan kunjungan. (Kotler & Amstrong, 2008:199)	Berkunjung pada saat <i>weekkend</i> (sabtu-minggu)	Tingkat kesukaan berkunjung pada <i>weekkend</i>	<i>Ordinal</i>	C5.1
		Berkunjung pada saat libur nasional	Tingkat kesukaan berkunjung pada saat libur nasional	<i>Ordinal</i>	C5.2
		Berkunjung pada waktu-waktu khusus (misalnya merayakan ulang tahun sekolah)	Tingkat kesukaan berkunjung pada saat merayakan ulang tahun.	<i>Ordinal</i>	C5.3

Sumber : Hasil Pengolahan Data, 2013

3.4. Sumber Data Dan Cara Penentuan Data.

Dalam suatu penelitian, data apa saja yang akan dikumpulkan sudah tentu sesuai dengan tujuannya. Dimana tujuan penelitian pada umumnya dirumuskan atas dasar permasalahan yang hendak dicarikan solusinya. Banyak cara yang dilakukan untuk mendapatkan suatu data, bisa melakukan dengan pengukuran langsung pada objek pengamatan baik dilakukan oleh peneliti atau menggunakan jasa pihak lain. Data pada umumnya dibedakan menjadi 2 macam :

1) Data Primer.

Data primer merupakan data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh peneliti sendiri baik perorangan maupun organisasi, baik dari publikasi seperti laporan maupun dari lembaga-lembaga yang terkait. (Sumber: Sugiyono, 2012). Dalam penelitian ini yang menjadi data primer adalah seluruh data yang diperoleh dari lembaga-lembaga yang terkait atau berhubungan dengan objek yang diteliti.

2) Data Sekunder.

Data sekunder merupakan data yang diperoleh dalam bentuk yang sudah jadi berupa publikasi atau data penelitian di mana subjeknya tidak berhubungan langsung dengan objek penelitian tetapi membantu dalam memberikan informasi untuk bahan penelitian. (Sumber: Sugiyono, 2012). Di dalam penelitian ini yang menjadi sumber data sekunder adalah artikel, jurnal, serta situs internet yang berkenaan dengan penelitian yang dilakukan.

Tabel 3.2. Jenis dan Sumber Data

Jenis Data	Kategori Data	Sumber Data
1. Profil Museum Jawa Tengah Ranggawarsita	Sekunder	Buku Museum Jawa Tengah Ranggawarsita..

Muhamad Guntar, 2013

Pengaruh Bauran Produk Museum Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Di Museum Jawa Tengah Ranggawarsita

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

2. Struktur organisasi dan fasilitas	Sekunder	Buku Museum Jawa Tengah Ranggawarsita.
3. Tingkat kunjungan wisatawan ke Museum Jawa Tengah Ranggawarsita.	Sekunder	Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Provinsi Jawa Tengah.
4. Tingkat kunjungan wisatawan ke Kota Semarang.	Sekunder	Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Provinsi Jawa Tengah.
5. Tingkat kunjungan wisatawan ke Provinsi Jawa Tengah	Sekunder	Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Provinsi Jawa Tengah.
6. Data kunjungan wisatawan Ke Indonesia	Sekunder	www.bps.com
7. Karakteristik Pengunjung	Primer	Pengunjung
8. Tanggapan pengunjung Mengenai bauran produk Museum Yang dilakukan di Museum Jawa Tengah Ranggawarsita	Primer	Pengunjung
9. Tanggapan pengunjung Mengenai keputusan berkunjung di Museum Jawa Tengah Ranggawarsita.	Primer	Pengunjung

Sumber : Hasil Pengolahan Data, 2013

3.5. Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling.

A. Populasi

merupakan suatu wilayah generalisasi yang terdiri dari objek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan atau keseluruhan objek yang akan diamati. Objek yang diamati dapat berupa benda hidup maupun benda mati, dimana sifat-sifat yang ada dalam objek

tersebut dapat diukur atau diamati. Populasi terdapat dua bagian yaitu ada populasi yang tak terbatas dan populasi yang dapat diketahui jumlahnya. Hasil pengukuran atau karakteristik dari populasi disebut “parameter” yaitu harga rata-rata hitung (*mean*) dan simpangan baku (*standard deviasi*). (Sumber: Sugiyono. 2012. *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R & D*. Alfabeta, Bandung.

Penjelasan di atas, menyimpulkan bahwa populasi diteliti harus didefinisikan secara jelas dan nyata, serta didalamnya terdapat ciri-ciri dimensi waktu dan tempat, salah satunya adalah wisatawan Museum Jawa Tengah Ranggawarsita tahun 2012 sebesar 38.562.

B. Sampel

Dalam populasi tidak semua anggota populasi harus diukur, tetapi sebagian saja. Oleh karena adanya keterbatasan kemampuan yang dimiliki penulis serta keterbatasan dana dan waktu yang diperlukan seperti seperti apa yang dikemukakan oleh Sugiyono (2008:73), yaitu:

Dalam populasi besar peneliti tidak mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga, dan waktu, maka peneliti, dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi tersebut.

Apa yang dipelajari dari sampel itu kesimpulannya akan diberlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus benar-benar representatif (mewakili). Sedangkan menurut Sugiyono (2008:73) yang dimaksud dengan sampel adalah “bagian dari wilayah, jumlah, dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi atau bagian dari populasi yang

menjadi objek penelitian”. Setiap sampel diteliti, kesimpulan dari hasil tersebut akan diberlakukan untuk daerah sampel. Untuk itu sampel yang diambil harus benar-benar representatif. Dalam menentukan hasil pengukuran dalam penelitian ini digunakan rumus Taro Yamane (Riduwan, 2008:65) sebagai berikut:

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

dimana :
 n = ukuran sampel
 N = ukuran populasi
 d = tingkat presisi yang ditetapkan (10%)

Berdasarkan rumus dan asumsi di atas, diperoleh sampel minimal sebagai berikut:

$$n = \frac{38.562}{1+(38.562) (0,1)^2}$$

$$= 99,99 \text{ dibulatkan jadi } 100 \text{ orang}$$

C. Teknik sampling

Teknik sampling adalah suatu teknik pengambilan sampel, yang digunakan dalam penelitian atau teknik yang akan dipakai dalam pengambilan sampel yang diungkapkan oleh Sugiyono (2008:77) mengemukakan bahwa “ Teknik sampling merupakan teknik pengambilan sampel”. Menurut Sugiyono *Sampling sistematis* merupakan teknik pengambilan sampel berdasarkan urutan dari anggota populasi yang telah

diberi nomor urut. Langkah-langkah dalam mendapatkan data, yaitu sebagai berikut:

1. Menentukan populasi, dalam penelitian ini yang menjadi tempat populasi adalah Pengunjung umum Museum Jawa Tengah Ranggawarsita.
2. Menentukan ukuran sampel, rumus yang digunakan untuk mencari sampel dalam penelitian ini adalah rumus Taro Yamane.

3.6. Teknik pengumpulan data.

Data merupakan pekerjaan yang penting dalam meneliti. Ada empat jenis teknik pengumpulan data.

a. Kuesioner

Data yang diungkap dalam penelitian dapat dibedakan menjadi tiga jenis, yaitu: fakta, pendapat, dan kemampuan. Untuk mengukur ada atau tidaknya serta besarnya kemampuan objek yang diteliti, digunakan tes.

b. Wawancara

Dalam teknik komunikasi langsung dengan Ibu Supriyatin selaku Staff Museum Jawa Tengah Ranggawarsita. Wawancara ini dilakukan untuk memperoleh data mengenai kegiatan yang ada di Museum Jawa Tengah Ranggawarsita.

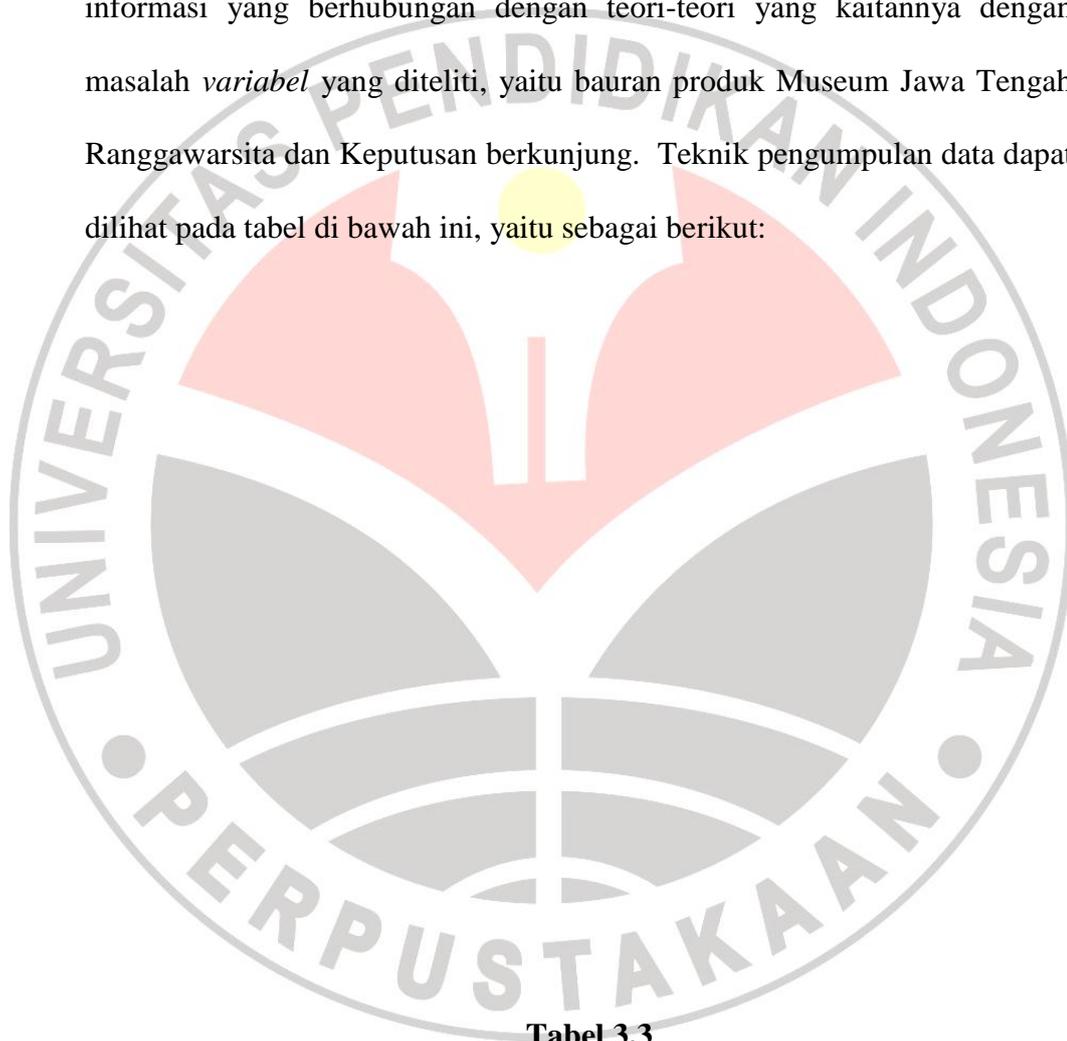
c. Observasi

Observasi di lakukan dengan meninjau serta melakukan pengamatan langsung terhadap destinasi yang diteliti, yaitu Museum Jawa Tengah

Ranggawarsita, khususnya mengenai bauran produk Museum Jawa Tengah Ranggawarsita.

d. Studiliteratur

Studi literatur merupakan suatu cara maupun usaha pengumpulan berbagai informasi yang berhubungan dengan teori-teori yang kaitannya dengan masalah *variabel* yang diteliti, yaitu bauran produk Museum Jawa Tengah Ranggawarsita dan Keputusan berkunjung. Teknik pengumpulan data dapat dilihat pada tabel di bawah ini, yaitu sebagai berikut:



Tabel 3.3

Teknik Pengumpulan Data

No	Teknik Pengumpulan Data	Sumber Data
1.	Kuesioner	Wisatawan Museum Jawa Tengah Ranggawarsita
2.	Wawancara	Staff Museum Jawa Tengah

Muhamad Guntar, 2013

Pengaruh Bauran Produk Museum Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Di Museum Jawa Tengah Ranggawarsita

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

		Ranggawarsita
3.	Observasi	Pengamatan Kegiatan Museum Jawa Tengah Ranggawarsita
4.	Studi Literatur	Teori mengenai bauran produk Museum Jawa Tengah Ranggawarsita

Sumber: Moditifikasi dari berbagai literatur, 2012

3.7 Pengujian Validitas Dan Reliabilitas.

Setelah data yang didapat dari responden melalui kuesioner terkumpul, yang selanjutnya adalah mengolah data dan menafsirkan data, sehingga dari hasil tersebut dapat dilihat apakah antara variabel Bauran produk Museum (X) ada pengaruhnya atau tidak terhadap variabel keputusan berkunjung (Y). Sebelum melakukan analisis data, juga untuk menguji layak atau tidaknya kuesioner yang disebarakan kepada responden, terlebih dahulu dilakukan uji validitas dan uji reliabilitas untuk melihat tingkat kebenaran serta kualitas data yang diperoleh.

3.7.1 Pengujian Instrumen Penelitian Validitas

Uji validitas merupakan suatu ukuran yang menunjukkan kevalidan dari suatu instrumen pertanyaan per variabel untuk menunjukkan sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur untuk melakukan fungsinya. Semakin tinggi validitas alat ukur maka semakin kecil varian kesalahannya. Dengan

Muhamad Guntar, 2013
 Pengaruh Bauran Produk Museum Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Di
 Museum Jawa Tengah Ranggawarsita
 Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

demikian uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Untuk menguji validitas kuesioner digunakan rumus kolerasi *Product Moment Pearson*, yaitu : (Arikunto, 2009:146)

$$r_{xy} = \frac{n (\Sigma xy) - \Sigma x \cdot \Sigma y}{\sqrt{\{n \Sigma x^2 - (\Sigma x)^2\} \{n \Sigma y^2 - (\Sigma y)^2\}}}$$

Keterangan :

r_{xy} = koefisien korelasi *Product Moment Pearson*
 y = skor item total
 x = skor pertanyaan
 n = jumlah pertanyaan

Dengan kriteria, jika diperoleh r hitung $> r$ tabel, butir pertanyaan tersebut valid, tetapi jika r hitung $\leq r$ tabel, maka butir pertanyaan tersebut tidak valid. Pengujian validitas dilakukan dengan cara mengkorelasikan masing-masing skor item dengan skor total. Skor total adalah penjumlahan dari keseluruhan item. Item-item pertanyaan yang berkorelasi signifikan dengan skor total menunjukkan item-item tersebut mampu memberikan dukungan dalam mengungkap apa yang ingin diungkap. Selanjutnya uji validitas dalam penelitian ini dilakukan dengan Program *SPSS ver 15 for windows*.

Tabel 3.4
Hasil Pengujian Validitas

No. Item	Pertanyaan	r hitung	r tabel	Keterangan

	<i>Core Product</i>			
1.	Manfaat adanya kegiatan pameran di berbagai daerah	0,446	0,3	Valid
2.	Manfaat menyaksikan barang koleksi perhiasan emas di Museum Jawa Tengah Ranggawarsita	0,399	0,3	Valid
	<i>Facilitating product</i>			
1.	Kemenarikan adanya ruang apresiasi	0,668	0,3	Valid
2.	Kemenarikan ruang audiovisual di Museum Jawa Tengah Ranggawarsita	0,563	0,3	Valid
3.	Kemenarikan adanya ruang istirahat	0,539	0,3	Valid
4.	Kemenarikan adanya taman bermain di Museum Jawa Tengah Ranggawarsita	0,563	0,3	Valid
5.	Kesesuaian lahan Parkir yang luas	0,679	0,3	Valid
6.	Kemenarikan menggunakan audioturium untuk seminar maupun rapat	0,581	0,3	Valid
	<i>Supporting product</i>			
1.	Kesesuaian penataan koleksi Museum Jawa	0,537	0,3	Valid

	Tengah Ranggawarsita			
2.	Kesesuaian papan informasi yang diberikan di Museum Jawa Tengah Ranggawarsita.	0,598	0,3	Valid
3.	Kemenarikan souvenir berupa buku tentang koleksi Museum Jawa Tengah Ranggawarsita	0,636	0,3	Valid
4.	Kesesuaian pencahayaan koleksi Museum Jawa Tengah Ranggawarsita sesuai harapan	0,654	0,3	Valid
	<i>Physical environment</i>			
1.	Pelayanan keamanan tempat penyimpanan barang.	0,654	0,3	Valid
2.	Kenyamanan AC pendingin di ruang koleksi dan ruang tamu	0,669	0,3	Valid
3.	Kebersihan ruangan koleksi Museum Jawa Tengah Ranggawarsita	0,738	0,3	Valid
4.	Kesesuaian pelayanan informasi yang diberikan Museum Jawa Tengah Ranggawarsita	0,713	0,3	Valid
	<i>Customer interaction With service delivery System</i>			

1.	Ketertarikan pengunjung dalam menyewa ruang audioturium	0,623	0,3	Valid
2.	Ketertarikan adanya kegiatan pameran mahasiswa seni rupa di Museum Jawa Tengah Ranggawarsita	0,794	0,3	Valid
3.	Ketertarikan pengunjung menggunakan ruang apresiasi untuk kegiatan kesenian	0,673	0,3	Valid
4.	Ketertarikan pengunjung dalam menggunakan ruang audiovisual	0,640	0,3	Valid
	<i>Customer interaction With others customer</i>			
1.	Ketertarikan pelanggan dalam mengetahui koleksi ruang pengkajian dan pelestarian	0,586	0,3	Valid
2.	Ketertarikan pelanggan dalam mengetahui cerita maupun sejarah dari koleksi benda bersejarah	0,637	0,3	Valid
	<i>Customer coproduction</i>			
1.	Kesesuaian penataan dan informasi benda koleksi Museum sesuai dengan harapan	0,794	0,3	Valid

2.	Kualitas penyampaian koleksi benda Museum sesuai dengan harapan	0,646	0,3	Valid
3.	Kualitas diberikannya buku Souvenir tentang Koleksi benda Bersejarah	0,639	0,3	Valid
	Keputusan Berkunjung			
	Pilihan Produk			
1.	Kualitas pelayanan yang diberikan oleh staf Museum Jawa Tengah Ranggawarsita.	0,691	0,3	Valid
2.	Kenyamanan pengunjung dalam menggunakan ruang istirahat	0,748	0,3	Valid
3.	Keamanan pengunjung dalam menggunakan perpustakaan untuk mengetahui sejarah	0,756	0,3	Valid
4.	Kenyamanan pengunjung dalam menggunakan taman bermain	0,769	0,3	Valid
5.	Kelengkapan fasilitas berupa masjid dan toilet	0,632	0,3	Valid
	Pilihan Merek			
1.	Kemudahan pengunjung mengenali logo Museum Jawa Tengah Ranggawarsita	0,706	0,3	Valid

2.	Pengalaman pengunjung yang diberikan oleh staf Museum Jawa Tengah Ranggawarsita	0,746	0,3	Valid
3.	Citra Museum Jawa Tengah Ranggawarsita yang dipopulerkan oleh pengunjung	0,638	0,3	Valid
4.	Kemudahan Mengingat merek Museum Jawa Tengah Ranggawarsita	0,690	0,3	Valid
Pilihan Penyalur				
1.	Kemudahan mengunjungi Museum Jawa Tengah Ranggawarsita melalui <i>travel</i>	0,732	0,3	Valid
2.	Kenyamanan berwisata ke Museum Jawa Tengah Ranggawarsita melalui <i>travel</i>	0,668	0,3	Valid
3.	Keamanan berwisata ke Museum Jawa Tengah Ranggawarsita melalui <i>travel</i>	0,747	0,3	Valid
4.	Kemudahan lokasi yang strategis	0,688	0,3	Valid
5.	Kemudahan transportasi yang	0,736	0,3	Valid

	digunakan			
	Pilihan Jumlah Berkunjung			
1.	Kesesuaian pengunjung yang berkunjung ke Museum Jawa Tengah Ranggawarsita sesuai dengan kebutuhannya	0,770	0,3	Valid
2.	Frekuensi berwisata di Museum Jawa Tengah Ranggawarsita	0,632	0,3	Valid
	Pilihan Waktu Berkunjung			
1.	Berkunjung pada saat <i>weekkend</i> (sabtu-minggu)	0,562	0,3	Valid
2.	Berkunjung pada saat libur nasional	0,744	0,3	Valid
3.	Berkunjung pada waktu-waktu khusus (misalnya merayakan ulang tahun sekolah)	0,601	0,3	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data 2013.

Berdasarkan tabel 4.2 di atas terlihat bahwa indikator mempunyai $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan demikian seluruh indikator tersebut dapat dinyatakan valid semua.

3.7.2 Pengujian Reliabilitas

Reliabilitas menunjukkan sejauh mana pengukuran itu dapat membawa hasil yang relatif tidak berbeda bila dilakukan pengukuran kembali terhadap subyek yang sama. Jadi, reliabilitas dilakukan untuk mengetahui adanya konsistensi alat ukur dalam penggunaannya atau dengan kata lain alat ukur tersebut mempunyai hasil yang konsisten apabila dilakukan berkali-kali pada waktu yang

berbeda. Dengan demikian, uji reliabilitas merupakan kriteria tingkat kemandapan atau konsistensi suatu alat ukur (kuesioner). Suatu kuesioner dapat dikatakan mantap bila dalam pengukurannya secara berulang-ulang dapat memberikan hasil yang sama (dengan catatan semua kondisi tidak berubah). Jadi, suatu kuesioner disebut reliabel atau handal apabila jawaban seseorang atas pertanyaan adalah konsisten dari waktu ke waktu. Untuk mengukur reabilitas digunakan alat ukur dengan teknik *Alpha Cronbach* dengan rumus sebagai berikut:

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

Keterangan:

r_n = Reabilitas instrumen
 k = Banyaknya butir pertanyaan

$\sum \sigma_b^2$ = Jumlah varian butir

σ_t^2 = Varian total

Keputusan realibel tidaknya kuesioner dinyatakan apabila diperoleh nilai r hitung $>$ r tabel dengan taraf signifikan 5% maka butir pertanyaan tersebut realibel. Cara pengujian reliabilitas ialah dengan menguji item-item pertanyaan dalam instrumen penelitian. Selanjutnya koefisien realibilitas dapat langsung diketahui bersama dengan output pada pengujian realibilitas yang berupa

Muhamad Guntar, 2013

Pengaruh Bauran Produk Museum Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Di Museum Jawa Tengah Ranggawarsita

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

koefisien alpha atau koefisien *Cronbach Alpha*. Realibilitas dapat dilihat dari nilai koefisien alpha dengan kriteria sebagai berikut:

- a. $< 0,6$ secara umum reliabilitasnya dikatakan lemah.
- b. $0,6 - 0,79$ realibilitasnya dapat diterima.
- c. $> 0,8$ reliabilitasnya dapat dikatakan baik.

Selanjutnya dikatakan nilai koefisien alpha semakin mendekati angka 1 maka reliabilitasnya akan semakin baik. Instrumen penelitian yang handal atau reliabel apabila hasil pengujian reliabilitas menghasilkan nilai koefisien alpha yang lebih besar dari 0,7.

Tabel 3.5
Hasil Uji Reabilitas Variabel X dan Y

No	Aspek Variabel	Cronbach's Alpha	Standard	Reliabilitas
1.	Bauran Produk (X)	0,935	$>0,6$	Reliabel
2.	Keputusan Berkunjung (Y)	0,940	$>0,6$	Reliabel

Sumber : Hasil Pengolahan Data 2013.

Berdasarkan tabel 4.7 tersebut di atas menunjukkan bahwa variabel bauran produk dan keputusan berkunjung pada seluruh aspek variabel memiliki nilai *Cronbach's Alpha* yang signifikan atau lebih besar dari 0,6. Pada variabel bauran produk memiliki nilai *Cronbach's Alpha* sebesar sedangkan variabel keputusan berkunjung mempunyai nilai *Cronbach's Alpha* sebesar Menurut kriteria Nunally dalam Ghozali (2005) hal tersebut dapat dikatakan reliabel.

3.8. Rancangan Analisis Data.

3.8.1. Rancangan Analisis Deskriptif

Rancangan analisis deskriptif dapat digunakan untuk mencari kuatnya hubungan antar variabel melalui korelasi dan membuat perbandingan dengan

membandingkan rata-rata data sampel atau populasi tanpa perlu diuji signifikansinya (Sugiyono, 2004).

Jenis data yang terkumpul dalam penelitian ini adalah data ordinal dan interval, sejalan dengan tujuan penelitian yaitu mengetahui bauran produk (yang terdiri dari *core product, facilitating product, supporting product, physical environment, customer interaction with service delivery system, customer interaction with others customer, and customer coproduction*) yang dilaksanakan oleh Museum Jawa Tengah Ranggawarsita Semarang (Survei Pada Pengunjung Umum Museum Jawa Tengah Ranggawarsita) dengan bantuan statistik untuk mengolah data yang terkumpul dari sejumlah kuesioner.

3.8.2. Rancangan Analisis Regresi

Rancangan analisis data terdiri dari analisis deskriptif dan analisis regresi. Analisa deskriptif akan memberikan gambaran bauran produk Museum dan Keputusan Berkunjung Wisatawan. Pada tahap analisis, data diolah dan diproses menjadi kelompok-kelompok, diklasifikasikan, dikategorikan dan dimanfaatkan untuk memperoleh kebenaran sebagai jawaban dari masalah dalam hipotesis yang diajukan dalam penelitian. Penelitian yang dilakukan ini bermaksud untuk mengungkapkan adanya hubungan atau pengaruh antara variabel bebas atau *independent variable* dengan variabel terikat atau *dependent variable*. Analisis data yang digunakan dalam penelitian adalah metode analisis regresi. Dalam analisis regresi akan dikembangkan sebuah *estimating equation* (persamaan regresi) yaitu formula matematika yang mencari nilai variabel dependent dari nilai independent yang diketahui.

Analisis regresi digunakan terutama untuk peramalan, dimana dalam model tersebut terdapat sebuah variabel dependent dan variabel independent. Dalam prakteknya, metode analisis regresi sering dibedakan antara *simple regression* dan *multiple regression*. Disebut *simple regression* jika hanya ada satu variabel independent, sedangkan disebut *multiple regression*, jika ada lebih dari satu variabel independent. Dalam penelitian ini terdapat satu variabel independent, yaitu bauran produk serta satu variabel *dependent*, yaitu keputusan berkunjung wisatawan. Berdasarkan hal tersebut maka metode analisis yang digunakan adalah *simple regression*, yang persamaannya dapat dikemukakan sebagai berikut:

$$Y = A + BX_1 + e$$

Keterangan:

Y = Keputusan Berkunjung Wisatawan

X₁ = Bauran Produk Museum

A = konstanta regresi

B = koefisien regresi

e = random *error*

Ketepatan fungsi regresi sample dalam menaksir nilai *actual* dapat diukur dari *goodness of fit*-nya. Secara statistik, ini dapat diukur dari nilai koefisien determinasi, nilai statistik F dan nilai statistik t. Perhitungan statistik disebut signifikan secara statistik apabila nilai uji statistiknya berada dalam daerah kritis (daerah dimana H₀ ditolak). Sebaliknya disebut tidak signifikan bila nilai uji statistiknya berada dalam daerah dimana H₀ diterima.

Muhamad Guntar, 2013

Pengaruh Bauran Produk Museum Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Di Museum Jawa Tengah Ranggawarsita

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

