

BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan ilmu manajemen pemasaran jasa. Adapun objek penelitian terdiri dari dua variabel yaitu variabel X (variabel bebas) dan variabel Y (variabel terikat). Menurut Noor (2013, hlm. 47) “variabel penelitian merupakan kegiatan menguji hipotesis, yaitu menguji kecocokan antara teori dan fakta empiris di dunia nyata”.

Penelitian ini menganalisis mengenai bagaimana pengaruh *museum experience* untuk meningkatkan *behavioral intention* wisatawan di Museum Konferensi Asia Afrika. Terdapat dua variabel dalam penelitian ini yaitu variabel bebas (*independent variable*) adalah *museum experience* dan variabel terikat (*dependent variable*) adalah *behavioral intention*.

Menurut Noor (2013, hlm. 48), “variabel bebas (*independent variable*) adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahan atau timbulnya variabel terikat (*dependent variable*)”, Variabel bebas (*independent variable*) dalam penelitian ini adalah *museum experience* yang terdiri dari *sociability (X₁)*, *recreation (X₂)*, *learning experience (X₃)*, *aesthetic experience (X₄)*, *celebrative experience (X₅)*, terhadap *behavioral intention (Y)* yang terdiri dari. Sedangkan variabel terikat (*dependent variable*) menurut Noor (2013, hlm. 49) merupakan faktor utama yang ingin dijelaskan atau diprediksi dan dipengaruhi oleh beberapa faktor lain. Variabel terikat (*dependent variable*) dalam penelitian ini adalah *Behavioral Intention (Y)* yang terdiri dari *revisit the same destination* dan *willingness to recommend the destination to other*.

Penelitian ini dilakukan di lokasi objek penelitian yaitu Museum Konferensi Asia Afrika dan dalam penelitian ini semua wisatawan nusantara yang berkunjung ke Museum Konferensi Asia tersebut akan dijadikan sebagai responden penelitian karena mereka merupakan pihak yang akan ditanyakan seputar *behavioral intention* di Museum Konferensi Asia Afrika.

3.2 Metode Penelitian

3.2.1 Jenis Penelitian dan Metode yang Digunakan

3.2.1.1 Jenis Penelitian

Berdasarkan pertimbangan tujuan penelitian, maka jenis penelitian yang digunakan bersifat verifikatif. Menurut Arikunto (2013, hlm. 4), “penelitian verifikatif pada dasarnya ingin menguji kebenaran dari suatu hipotesis melalui pengumpulan data di lapangan”. Melalui penelitian ini data-data dikumpulkan dari sumber data primer dan sekunder, yang dimana data primer ini diperoleh dengan menyebarkan kuesioner kepada wisatawan nusantara yang berkunjung ke Museum konperensi Asia Afrika yang dijadikan sampel agar memperoleh data yang relevan dan *up to date*. Sifat verifikatif pada dasarnya ingin menguji kebenaran dari suatu hipotesis yang dilaksanakan melalui pengumpulan data di lapangan, dalam hal ini penelitian verifikatif bertujuan untuk mengetahui pengaruh *museum experience* terhadap *behavioral intention* wisatawan di Museum Konperensi Asia Afrika.

3.2.1.2 Metodologi Penelitian

Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan memecahkan suatu masalah. Noor (2013, hlm. 22) mengemukakan, “metode penelitian adalah suatu proses atau prosedur yang sistematis berdasarkan prinsip dan teknik ilmiah yang dipakai oleh disiplin (ilmu) untuk mencapai satu tujuan”.

Berdasarkan jenis penelitiannya yaitu verifikatif yang dilaksanakan melalui pengumpulan data dilapangan, maka metode penelitian ini adalah metode *explanatory survei*. Sugiyono (2013, hlm. 6) memaparkan bahwa, “*explanatory survei* adalah metode penelitian yang bermaksud menjelaskan kedudukan variabel-variabel yang diteliti serta pengaruh antara satu variabel dengan variabel lain”.

Pada penelitian yang menggunakan metode ini informasi dari seluruh populasi dikumpulkan langsung di tempat kejadian dengan tujuan untuk mengetahui pendapat dari seluruh populasi terhadap objek yang sedang di teliti.

3.2.2 Operasionalisasi Variabel

Menurut Noor (2013, hlm. 97) yang dimaksud dengan operasionalisasi variabel adalah bagian yang mendefinisikan sebuah konsep atau variabel agar dapat diukur, dengan cara melihat pada dimensi (indikator). Penelitian ini mengkaji dua variabel yaitu variabel *museum experience* sebagai variabel bebas (*independent*) dan *behavioral intention* sebagai variabel terikat (*dependent*).

Noor (2013, hlm. 49) mendefinisikan, “variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (variabel terikat)”. Sedangkan variabel terikat adalah “variabel terikat merupakan faktor utama yang ingin dijelaskan atau diprediksi dan dipengaruhi oleh beberapa faktor lain”.

Penelitian ini terdapat variabel yang diteliti yang diantaranya *museum experience* sebagai variabel bebas (X) dengan sub variabel *sociability* (X₁), *recreation* (X₂), *learning experience* (X₃), *aesthetic experience* (X₄), *celebrative experience* (X₅), serta *behavioral intention* (Y) yang terdiri dari *revisit the same destination* dan *willingness to recommend the destination to other*. Secara lengkap dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

TABEL 3.1
OPERASIONALISASI VARIABEL

Variabel	Sub Variabel	Konsep	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
1	2	3	4	5	6	7
Museum Experience (X)	<i>Museum increasingly recognize the importance of creating a context for experiences that meet visitor needs and expectations. Museum experience</i> dapat menghubungkan dan menerapkan apa yang mereka lihat di museum sebagai pembelajaran dan juga pengalaman. Kotler dan Neil (2008, hlm. 302).					
Variabel	Sub Variabel	Konsep	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
	Recreation (X₁)	Kesenangan akan kebebasan, rekreasi, dan aktivitas yang	Kesenangan akan kebebasan	Tingkat kesenangan saat mengunjungi museum.	Ordinal	III.a.1

		bisa menyegarkan kembali jiwa dan raga. Kotler dan Neil (2008, hlm. 303)				
				Tingkat kebebasan menggunakan alat pencari informasi mengenai Negara yang terlibat dalam KAA	Ordinal	III.a.2
			Relaksasi	Tingkat kenyamanan di museum	Ordinal	III.a.3
			Aktivitas yang dapat menyegarkan kembali jiwa dan raga	Tingkat kesegaran kembali jiwa dan raga yang didapatkan (seperti berkeliling, bermain dan bersantai di sekitar kawasan Museum KAA)	Ordinal	III.a.4
	Sociabilty (X₂)	Interaksi atau bergabung dengan orang lain, memperhatikan dan berbaur dengan orang lain, berperan dalam aktivitas public seperti	Interaksi pengunjung dengan orang lain ketika di museum	Tingkat interaksi dengan pengunjung lain	Ordinal	III.b.5
				Tingkat interaksi pengunjung dengan pegawai museum (<i>guide</i> dan karyawan)	Ordinal	III.b.6

		mengunjungi pameran dengan kelompok, bertemu seseorang untuk makan siang, dan memperhatikan pengunjung lainnya. Neil, et.al (2008, hlm. 303)	Keterlibatan pengunjung untuk mengikuti kegiatan pameran, pemutaran film, seminar dan event.	Tingkat kesediaan pengunjung untuk mengikuti kegiatan pameran, pemutaran film, seminar dan event.	Ordinal	III.b.7
Variabel	Sub Variabel	Konsep	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
	<i>Learning Experience</i> (X ₃)	Mendapatkan dan mengumpulkan informasi baru, melatih keingintahuan dan merasakan hasil penemuan, memahami konsep dan ide, kontemplasi dan refleksi, melatih kemampuan teori seperti melakukan eksperimen ilmiah. Neil, et.al (2008, hlm. 03)	Mendapatkan dan mengumpulkan informasi mengenai Konferensi Asia Afrika	Tingkat perolehan informasi mengenai sejarah Konferensi Asia Afrika.	Ordinal	III.c.8
			Memahami konsep dan ide mengenai Konferensi Asia Afrika	Tingkat pemahaman mengenai latar belakang, Pelaksanaan Konferensi, dan pasca Konferensi Asia Afrika berlangsung.	Ordinal	III.c.9

Variabel	Sub Variabel	Konsep	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
			Mendapatkan gambaran mengenai peristiwa Konferensi Asia Afrika lewat pemutaran film.	Tingkat pemahaman mengenai peristiwa Konferensi Asia Afrika melalui pemutaran film.	Ordinal	III.c. 10
			Mengenali benda-benda bersejarah yang digunakan ketika Konferensi Asia Afrika berlangsung.	Tingkat pengetahuan mengenai benda-benda bersejarah yang digunakan ketika Konferensi Asia Afrika berlangsung.		III.c. 11
	<i>Aesthetic Experience</i> (X ₄)	Terikat pada kualitas pengalaman yang melekat dengan pengalaman itu sendiri yang direspon melalui pikiran, terikat dengan aktivitas yang bersifat intensif seperti sensori terhadap warna, bentuk, tekstur,	Tata letak koleksi museum	Tingkat kemenarikan tata letak koleksi museum	Ordinal	III.d. 12
Tata cahaya museum			Tingkat kenyamanan tata cahaya museum	Ordinal	III.d. 13	
Kebersihan museum KAA			Tingkat kebersihan museum	Ordinal	III.d. 14	

		kesenangan dan euporia. Neil, et.al (2008, hlm. 303)				
Variabel	Sub Variabel	Konsep	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
			Desain Interior KAA	Tingkat kemenarikan desain Interior	Ordinal	III.d.15
			Desain Exterior KAA	Tingkat Kemenarikan Desain Exterior	Ordinal	III.d.16
	<i>Celebrative Experience</i> (X ₅)	Pengunjung mencari pengalaman <i>celebrative</i> atau perayaan dimana mereka terhubung dengan masa lalu, menemukan contoh inspiratif dan kebanggaan mengungkapkan warisan mereka.	Hubungan dengan masa lalu	Tingkat keterlibatan pengunjung dengan masa lalu melalui koleksi museum.	Ordinal	III.E.17
			Mengikuti perayaan dan peringatan HUT KAA yang dilakukan museum setiap tahun.	Tingkat keinginan untuk mengikuti peringatan KAA setiap tahun	Ordinal	III.E.18

Variabel	Sub Variabel	Konsep	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
Behavioral Intention (Y)	<i>Behavioral intentions are manifested by a willingness to revisit or by a willingness to recommend the experience to others.</i> Niatperilakuyangdimanifestasikan olehkemauanuntuk meninjau kembaliatau dengankesediaanuntuk merekomendasikanpengalamankepada orang lain. Ching-Fu Chen dan Dung Chun Tsai (2007, hlm. 1116)					
	Revisit the same destination (Y₁)	Niat untuk berkunjung kembali ke destinasi yang sama	Mengunjungi museum di masa yang akan datang	Tingkat kesedian untuk kembali berkunjung ke museum	Ordinal	IV.a.1
				Tingkat kesedian untuk mempertimbangka n Museum KAA sebagai pilihan destinasi	Ordinal	IV.a.2
				Tingkat kemungkinan untuk kembali dimasa yang akan datang	Ordinal	IV.a.3
	Willingness to recommend the destination to other. (Y₂)	Keinginan untuk merekomendasi kan destinasi kepada orang lain	Merekomend asikan museum kepada orang lain	Tingkat keinginan merekomendasika n museum kepada orang lain	Ordinal	IV.a.4
				Tingkat kesediaan memberikan tanggapan positif kepada orang lain.	Ordinal	IV.a.5

3.2.3 JENIS DAN SUMBER DATA

Untuk kepentingan penelitian ini, jenis dan sumber data diperlukan dikelompokkan ke dalam 2 golongan yaitu:

1. Data Primer

Menurut Silalahi (2010, hlm. 289) Data primer merupakan data yang dikumpulkan secara langsung oleh peneliti untuk menjawab masalah atau tujuan penelitian yang dilakukan dalam penelitian eksploratif, deskriptif, maupun kausal dengan menggunakan metode pengumpulan data berupa survey ataupun observasi. Dari penelitian ini data yang akan diambil yaitu data berupa tanggapan langsung dari pengunjung mengenai pelaksanaan pengaruh *recreation, sociability, learning experience, aesthetic experiencedancelebrative experience* untuk meningkatkan *behavioral intention*.

2. Data Sekunder

Menurut Silalahi (2010, hlm. 291) data sekunder merupakan data yang dikumpulkan dari tangan kedua atau lebih sumber-sumber lain yang telah tersedia sebelum penelitian dilakukan. Data sekunder merupakan struktur dan historis mengenai variabel-variabel yang telah dikumpulkan dan dihimpun sebelumnya oleh pihak lain.

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

TABEL 3.2
JENIS DAN SUMBER DATA

No.	Jenis Data	Sumber Data	Kategori Data
1.	Jumlah Kunjungan Wisatawan ke Indonesia Tahun 2011-2015	Badan Pusat Statistik Indonesia	Data Sekunder
2.	Jumlah Kunjungan Wisatawan ke Jawa Barat Tahun 2010-2015	Dinas Pariwisata dan kebudayaan Jawa Barat	Data Sekunder
3.	Jumlah Kunjungan Wisatawan ke Kota Bandung Tahun 2010-2015	Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung	Data Sekunder
4.	Daftar Museum Di Kota Bandung	Dinas Kebudayaan dan Pariwisata	Data Sekunder

No.	Jenis Data	Sumber Data	Kategori Data
5.	Kegiatan yang bias dilakukan wisatawan di Museum Konperensi Asia Afrika	Museum Konperensi Asia Afrika	Data Sekunder
6.	Jumlah Kunjungan Wisatawan ke Museum Konperensi Asia Afrika 2011-2015	Museum Konperensi Asia Afrika	Data Sekunder
7.	Data <i>Behavioral Intention</i> Museum Konperensi Asia Afrika	Penyebaran Kuesioner	Data Primer

Sumber: Pengolahan berbagai sumber

3.2.4 Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling

3.2.4.1 Populasi

Dalam melakukan penelitian, kegiatan, pengumpulan data merupakan langkah penting guna mengetahui karakteristik dari populasi yang merupakan elemen-elemen dalam objek penelitian. Data popuasi digunakan untuk pengambilan keputusan atau digunakan untuk pengujian hipotesis.

Dalam pengumpulan data akan selalu dihadapkan selalu dihadapkan dengan objek yang akan diteliti baik berupa benda manusia, dan aktivitasnya ata peristiwa yang terjadi. Indrawan (2014, hlm. 930) mengemukakan bahwa populasi adalah kumpulan dari keseluruhan elemen yang akan ditarik kesimpulannya. Sugiyono (2014, hlm. 61) juga mengemukakan bahwa “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”. Populasi yang diteliti dalam penelitian ini adalah wisatawan nusantara Museum Konperensi Asia Afrika. Jumlah pengunjung wisatawan nusantara dari tahun 2014-2015 rata-rata pertahun mencapai 179829 orang.

3.2.4.2. Sampel

Masalah pokok dari sampel adalah menjawab pertanyaan, apakah sampel yang diambil benar-benar mewakili populasi. Indikator penting dalam pengujian

desain sampel adalah seberapa baik sampel tersebut mewakili karakteristik populasi. Dalam istilah pengukuran, hal itu dinamai validitas. Validitas sebuah sampel bergantung pada dua hal yakni akurasi adalah tingkat ketiadaan bias dalam sampel, bias sampel terjadi bila sampel diambil dari elemen populasi kurang dari ukuran variabel-variabel yang sama yang diambil dari populasi, dan presisi adalah perkiraan bahwa peneliti menyadari tidak ada sampel yang dapat mewakili populasi. Indrawan (2014, hlm. 94).

Untuk menghitung sampel dilakukan dengan menggunakan rumus Slovin (Husein Umar 2010, hlm. 146) yaitu sebagai berikut:

Rumus:

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

Keterangan:

n = Ukuran Sampel

N = 173,369(Ukuran Populasi)

e = 10% (Kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan sampel yang dapat ditolelir adalah 0,1 atau 10%)

$$\begin{aligned} &= \frac{173,369}{1 + 173,369(0,1)^2} \\ &= \frac{173,369}{1733,68} \\ &= 100 \end{aligned}$$

Sampel yang akan diambil dalam penelitian ini adalah sampel yang akan dijadikan responden yaitu para wisatawan nusantara yang mengunjungi Museum konperensi Asia Afrika, jadi dalam penelitian ini sampel yang akan diambil berjumlah 100 orang.

3.2.4.2 Teknik Sampling

Teknik Sampling merupakan teknik pengambilan sampel untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian, sehingga dapat diperoleh nilai karakteristik perkiraan (*estimate value*). Noor (2013, hlm. 148) mendefinisikan teknik pengambilan sampel sebagai berikut:

Fajar Siddiq Iskandar, 2016

PENGARUH MUSEUM EXPERIENCE TERHADAP BEHAVIORAL INTENTION WISATAWAN DI MUSEUM KONPERENSI ASIA AFRIKA

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

Teknik pengambilan sampel adalah proses memilih sejumlah elemen secukupnya dari populasi, sehingga penelitian terhadap sampel dan pemahaman tentang sifat atau karakteristiknya akan membuat kita dapat menggeneralisasikan sifat atau karakteristik tersebut pada elemen populasi.

Teknik Sampling adalah merupakan teknik pengambilan sample, untuk menentukan sampel dalam penelitian menurut Sugiyono (2014, hlm. 63).

Menurut Malhotra (2009, hlm. 379) “Sebuah teknik sampling dapat diklasifikasikan sebagai *non probability* dan *probability*”. Sampel *probability* merupakan sampel dimana setiap elemen atau anggota populasi memiliki peluang yang sama untuk terpilih sebagai sampel. Sedangkan sampel *non probability* kebalikan dari sampel *probability* dimana setiap elemen atau populasi tidak memiliki peluang yang sama dan pemilihan sampel bersifat objektif.

Teknik sampling pada dasarnya dikelompokkan menjadi dua yaitu *probability sampling* yang meliputi *systematic random sampling*, *proportionate stratified random*, *disproportionate stratified random*, dan *area random*. Sedangkan *nonprobability sampling* meliputi sampling sistematis, sampling kuota, sampling aksidental, *purposive sampling*, sampling jenuh, dan *snowball sampling*. Adapun teknik sampling yang digunakan dalam penelitian adalah teknik *systematic random sampling*. Sistematis sampling acak (*random sampling*) adalah cara pengambilan sampel, dimana hanya unsur pertama yang dipilih secara acak, sedang unsur-unsur berikutnya dipilih secara sistematis menurut suatu pola tertentu.

3.2.5 Teknik Pengumpulan Data

Menurut Noor (2013, hlm. 138), “Teknik pengumpulan data merupakan cara mengumpulkan data yang dibutuhkan untuk menjawab rumusan masalah penelitian”. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah:

1. Studi literatur, yaitu pengumpulan data dengan cara mempelajari buku, makalah, jurnal maupun *homepage/website* guna memperoleh informasi yang berhubungan dengan teori-teori dan konsep-konsep yang berkaitan dengan masalah penelitian.

Fajar Siddiq Iskandar, 2016

PENGARUH MUSEUM EXPERIENCE TERHADAP BEHAVIORAL INTENTION WISATAWAN DI MUSEUM KONPERENSI ASIA AFRIKA

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

2. Observasi, atau dengan pengamatan langsung terhadap kegiatan dan keadaan Museum Konperensi Asia Afrika
3. Wawancara, dengan pihak Museum Konperensi Asia Afrika dengan mengadakan tanya jawab langsung tentang *museum experience* untuk meningkatkan *behavioral intention* wisatawan.
4. Kuesioner, berisi pertanyaan dan pernyataan mengenai karakteristik responden, pengalaman responden setelah berkunjung dan akan berkunjung kembali. Kuisisioner akan ditujukan kepada semua pengunjung wisatawan nusantara Museum Konperensi Asia Afrika.

3.2.6. Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas

Setelah data yang diperoleh dari responden melalui kuesioner terkumpul, yang selanjutnya adalah mengolah dan menafsirkan data sehingga dari hasil tersebut dapat dilihat apakah antara variabel *museum experience*(X) ada pengaruhnya atau tidak terhadap variabel *behavioral intention* (Y). Sebelum melakukan analisis data, dan 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.

3.2.6.1 Hasil Pengujian Validitas

Menurut Silalahi (2010, hlm. 244) menjelaskan bahwa Validitas adalah sejauh mana perbedaan dalam skor pada suatu instrumen (item-item dan kategori respon yang diberikan kepada satu variabel khusus) mencerminkan kebenaran perbedaan antara individu-individu, kelompok-kelompok atau situasi-situasi dalam karakteristik (variabel) yang diketemukan untuk ukuran.

Menurut Sugiyono, (2013, hlm. 123) “instrumen yang valid harus mempunyai validitas internal dan eksternal”. Validitas internal atau rasional yaitu bila kriteria yang ada dalam instrumen secara rasional (teoritis) telah mencerminkan apa yang diukur. Sedangkan “validitas eksternal, bila kriteria di dalam instrumen disusun berdasarkan fakta-fakta empiris yang telah ada”.

Rumus yang digunakan untuk menguji validitas adalah rumus Korelasi *Product Moment* 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, 2010, hlm. 213)

Keterangan:

- r_{xy} = koefisien korelasi *product moment*
 n = Jumlah sampel atau banyaknya responden
 X = Skor yang diperoleh subjek dalam setiap item
 Y = Skor total yang diperoleh subjek dari seluruh item
 $\sum X^2$ = Kuadrat faktor variabel X
 $\sum Y^2$ = Kuadrat faktor variabel Y
 $\sum XY$ = Jumlah perkalian faktor korelasi variabel X dan Y

Dimana: r_{xy} = koefisien korelasi antara variabel X dan variabel Y, dua variabel yang dikorelasikan

Untuk mengadakan interpretasi mengenai besarnya koefisien korelasi dapat dilihat pada Tabel 3.3 berikut:

TABEL 3.3
INTERPRETASI BESARNYA KOEFESIEN KORELASI

Besarnya Nilai	Interpretasi
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 (2013:250)

Perhitungan validitas item instrument dilakukan dengan bantuan program SPSS 20 *for windows*. Hasil perhitungan dengan menggunakan SPSS 20 *for windows* diperoleh hasil pengujian validitas dari item pertanyaan yang diajukan peneliti. Hasil uji validitas yang diajukan peneliti kepada 30 responden dapat dilihat pada Tabel 3.4 sebagai berikut:

TABEL 3.4
HASIL PENGUJIAN VALIDITAS

No	Pertanyaan	<i>r</i> Hitung <i>Museum Experience</i>	Sig.	Taraf Sig.	Keterangan
<i>Museum Experience</i>					
A.	<i>Recreation</i>				
1.	Kesenangan saat mengunjungi museum	0,910	0,000	0,05	Valid
2.	Kebebasan menggunakan alat pencari informasi mengenai Negara yang terlibat dalam KAA	0,774	0,000	0,05	Valid
3.	Kenyamanan saat berada di Museum KAA.	0,910	0,000	0,05	Valid
4.	Kesegaran kembali jiwa dan raga yang didapatkan (seperti berkeliling, bermain dan bersantai di sekitar kawasan Museum KAA).	0,673	0,000	0,05	Valid
No	Pertanyaan	<i>r</i> Hitung <i>Museum Experience</i>	Sig.	Taraf Sig.	Keterangan
<i>Museum Experience</i>					
B.	<i>Sociability</i>				
1.	Interaksi dengan pengunjung lain	0,650	0,000	0,05	Valid

2.	Interaksi pengunjung dengan pegawai museum (<i>guide</i> dan karyawan)	0,658	0,000	0,05	Valid
3.	Kesediaan pengunjung untuk mengikuti kegiatan pameran, pemutaran film, seminar dan event	0,823	0,000	0,05	Valid
C	<i>Learning experience</i>				
1	Perolehan informasi mengenai sejarah Konperensi Asia Afrika.	0,558	0,001	0,05	Valid
2	Pemahaman mengenai latar belakang, Pelaksanaan Konperensi, dan pasca Konperensi Asia Afrika berlangsung..	0,761	0,000	0,05	Valid
3	Pemahaman mengenai peristiwa Konperensi Asia Afrika melalui pemutaran film.	0,664	0,000	0,05	Valid
4	Perolehan informasi mengenai benda-benda bersejarah yang digunakan ketika Konperensi Asia Afrika berlangsung	0,657	0,000	0,05	Valid
No	Pertanyaan	<i>r</i>Hitung <i>Museum Experience</i>	Sig.	Taraf Sig.	Keterangan
<i>Museum Experience</i>					
D	<i>Aesthetic experience</i>				
1	Kemenarikan tata letak koleksi	0,928	0,000	0,05	Valid

	museum				
2	Kenyamanan tata cahaya ketika berada di museum.	0,615	0,000	0,05	Valid
3	Kebersihan museum KAA	0,928	0,000	0,05	Valid
4	Kemenarikan Desain Interior KAA	0,928	0,000	0,05	Valid
5	Kemenarikan Desain Exterior KAA	0,605	0,000	0,05	Valid
E	<i>Celebrative experience</i>				
1	Keterlibatan pengunjung dengan masa lalu melalui koleksi museum.	0,745	0,000	0,05	Valid
2	Keinginan untuk mengikuti peringatan KAA setiap tahun.	0,745	0,000	0,05	Valid
<i>Behavioral Intention</i>					
A.	<i>Revisit the same destination</i>				
1.	Kesedian untuk kembali berkunjung ke museum.	0,913	0,000	0,05	Valid
2.	Kesedian untuk mempertimbangkan Museum KAA sebagai pilihan destinasi.	0,908	0,000	0,05	Valid
3.	Kemungkinan untuk kembali dimasa yang akan datang	0,656	0,000	0,05	Valid
B.	<i>Willingness to recommend the destination to other</i>				
1.	Kesediaan merekomendasikan museum kepada orang lain	0,514	0,004	0,05	Valid
2.	Kesediaan memberikan tanggapan positif kepada orang lain.	0,526	0,003	0,05	Valid

Berdasarkan hasil pengolahan data kuesioner pada tabel 3.3 di atas, pengukuran validitas untuk variabel *museum experience* dan *behavioral intention* menunjukkan bahwa item-item pertanyaan tersebut valid karena nilai signifikansi lebih besar jika dibandingkan dengan taraf signifikansi yang bernilai 0,05. Sedangkan kolom nilai r_{hitung} dipergunakan apabila nilai tersebut dibandingkan dengan nilai r_{tabel} sebesar 0,361.

3.2.6.2 Hasil Pengujian Reliabilitas

Silalahi (2010:237) menjelaskan bahwa “Reliabilitas adalah ketepatan atau akurasi instrumen pengukur”.

Sedangkan menurut Sugiyono (2013:121) menyatakan bahwa “Instrumen yang reliabel adalah instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur obyek yang sama, akan menghasilkan data yang sama”.

Pengujian reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan rumus *Cronbach alpha*, yaitu:

$$r_{11} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma b^2}{\sigma t^2} \right]$$

Sumber : Husein Umar (2008, hlm. 125) dan Suharsimi Arikunto (2008, hlm. 171)

Keterangan:

r_{11} = Reliabilitas instrument

k = Banyaknya butir pertanyaan

σt^2 = Varians total

$\sum \sigma b^2$ = Jumlah varian butir tiap pertanyaan

Jumlah varian butir dapat dicari dengan cara mencari varians tiap butir, kemudian jumlahkan seperti berikut ini :

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

Husein Umar (2008, hlm. 125) dan Suharsimi (2008, hlm. 171)

Keterangan:

σ^2 = Nilai Varians

$\sum x^2$ = Jumlah Skor

N = Jumlah responden

Keputusan pengujian reliabilitas item instrumen adalah sebagai berikut :

1. Item pertanyaan yang diteliti dikatakan *reliable* jika nilai *cronbach's alpha* (α) $\geq 0,700$
2. Item pertanyaan yang diteliti dikatakan tidak *reliable* jika nilai *cronbach's alpha* (α) $\leq 0,700$

Perhitungan reliabilitas pertanyaan dilakukan dengan bantuan SPSS *Statistics 20* dapat diketahui jika koefisien internal seluruh item $C_{hitung} \geq C_{minimal}$ dengan tingkat signifikansi 5% maka item pertanyaan dikatakan reliabel karena $C_{hitung} \geq 0,700$. Berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan SPSS *Statistics 20 for windows* diperoleh hasil pengujian reliabilitas sebagai berikut:

TABEL 3.5
HASIL UJI RELIABILITAS CRONBACH ALPHA

No.	Variabel	r_{hitung} (Cronbach's Alpha)	Koefisien (Cronbach's Alpha)	Keterangan
1.	<i>Museum Experience</i>	0,737	0,700	Reliabel
2.	<i>Behavioral Intention</i>	0,754	0,700	Reliabel

Berdasarkan Tabel 3.4, hasil pengolahan data kuesioner di atas pengukuran reliabilitas untuk variabel *museum experience* dan *behavioral intention* dinyatakan reliabel karena skor r_{hitung} lebih besar dibandingkan dengan r_{tabel} yang bernilai 0,700. Dengan nilai r_{hitung} Variabel *museum experience* sebesar 0,737 sedangkan variabel *behavioral intention* memiliki nilai r_{hitung} sebesar 0,754.

3.2.7 Rancangan Analisis Data dan Uji Hipotesis

3.2.7.1 Rancangan Analisis Data Verifikatif

Proses untuk menguji hipotesis dimana metode analisis yang dilakukan dalam penelitian ini adalah metode analisis verifikatif, maka dilakukan analisis regresi berganda. Dalam hal ini, regresi berganda adalah nilai dua pengaruh variabel bebas (X) *museum experience* yang terdiri dari *recreation*, *sociability*, *learning experience*, *aesthetic experience* dan *celebrative experience* terhadap

variabel terikat (Y) *behavioral intention* yang terdiri dari *revisit the same destination* dan *willingness to recommend the destination to other* untuk membuktikan ada atau tidak adanya hubungan kasual antara dua variabel bebas atau lebih.

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

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

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

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

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

Keterangan :

- *Density at lower limit* = Kepadatan batas bawah
- *Density at upper limit* = Kepadatan batas atas
- *Area below upper limit* = Daerah dibawah batas atas
- *Area below lower limit* = Daerah dibawah batas bawah

Data penelitian yang telah berskala interval selanjutnya akan ditentukan pasangan data *variable independent* dengan *variable dependent* serta akan ditentukan persamaan yang berlaku untuk pasangan-pasangan tersebut.

Untuk menetapkan keempat variabel mempunyai hubungan kausal atau tidak, maka harus didasarkan pada teori atau konsep-konsep tentang empat variabel tersebut.

3.2.7.2 Pengujian Hipotesis

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda. Regresi berganda digunakan untuk melihat hubungan atau pengaruh simultan ataupun parsial (X_1), (X_2), (X_3), (X_4), (X_5) terhadap *behavioral intention* wisatawan Museum Konperensi Asia Afrika.

Teknik Analisis Linear Regresi Berganda

Analisis regresi berganda merupakan satu analisis peramalan nilai pengaruh dua variabel bebas (X) atau lebih terhadap variabel terikat (Y) untuk membuktikan ada atau tidaknya hubungan kausal antara dua variabel bebas atau lebih. Bentuk persamaan regresi berganda untuk dua prediktor sebagai berikut:

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

(Sugiyono, 2012:277)

Keterangan :

a = konstanta

b = koefisien regresi

Y = variabel dependen (variabel terikat)

X = variabel independen (variabel bebas)

Menurut Sugiyono (2012:277) analisis regresi linier berganda digunakan bila penelitian bermaksud meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen (kriterium), bila dua atau lebih variabel independent sebagai faktor prediktor dimanipulasi (dinaikan-turunkan nilainya). Analisis regresi linier berganda akan dilakukan bila jumlah variabel independen minimal dua atau lebih. Menerjemahkan ke dalam beberapa sub hipotesis yang menyatakan pengaruh sub variabel independen yang paling dominan terhadap variabel dependen, lebih jelasnya dapat dilihat pada Gambar 3.1 berikut:



Keterangan:

X1 = *Recreation*

X2 = *Sociability*

X3 = *Learning Experience*

X4 = *Aesthetic Experience*

X5 = *Celebrative Experience*

Y = *Behavioral Intention*

GAMBAR 3.1
REGRESI BERGANDA

Larangan asumsi-asumsi dalam analisis regresi linear berganda perlu dideteksi. Adapun cara untuk mendeteksi agar larangan-larangan dalam analisis regresi linear berganda tidak terjadi yaitu dengan cara uji asumsi klasik yang secara statistik harus dipenuhi. Asumsi klasik yang sering digunakan adalah asumsi normalitas, multikolinearitas, autokorelasi, dan heteroskedastisitas.

1. **Uji asumsi normalitas**, Pengujian asumsi normalitas untuk menguji data variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y) pada persamaan regresi yang dihasilkan, apakah berdistribusi normal atau berdistribusi tidak normal. Jika distribusi data normal, maka analisis data dan pengujian hipotesis digunakan statistik parametrik. Untuk mendeteksi apakah data yang digunakan berdistribusi normal atau tidak dilakukan dengan menggunakan *normal probability plot*. 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 berarti berdistribusi normal. Data berdistribusi normal, jika nilai sig (signifikansi) > 0,05. Sedangkan data berdistribusi tidak normal, jika nilai sig (signifikansi) < 0,05.
2. **Uji asumsi multikolinearitas**, Uji multikolinearitas adalah untuk melihat ada atau tidaknya korelasi koefisien (r) yang tinggi antara

variabel-variabel bebas dalam suatu model regresi linear berganda. Dua parameter yang paling sering digunakan untuk mendeteksi multikolinearitas adalah nilai tolerance dan nilai VIF (*variance inflation factor*).Melihat nilai tolerance, tidak terjadi multikolinearitas, jika nilai *Tolerance* lebih besar 0,10. Terjadi multikolineritas, jikan nilai *Tolerance* lebih kecil atau sama dengan 0.10. Melihat nilai VIF, tidak terjadi multikolinearitas, jikan nilai VIF lebih kecil 10,00. Terjadi multikolinearitas, jika nilai VIF lebih besar atau sama dengan 10,00.

3. **Uji asumsi autokorelasi**, Uji autokorelasi adalah untuk melihat apakah terjadi korelasi antara suatu periode t dengan periode sebelumnya (t -1). Uji autokorelasi hanya dilakukan pada data *time series* (runtut waktu) dan tidak perlu dilakukan pada data *cross section* seperti pada kuesioner dimana pengukuran semua variabel dilakukan secara serempak pada saat yang bersamaan. Persamaan regresi yang baik adalah tidak memiliki masalah autokorelasi. Jika terjadi autokorelasi maka perasamaan tersebut menjadi tidak baik atau tidak layak dipakai prediksi. Gejala autokorelasi dideteksi dengan melakukan uji *Durbin-Watson* (DW). Hasil perhitungan *Durbin-Watson* (DW) dibandingkan dengan nilai nilai d_{tabel} pada $\alpha = 0,05$.
4. **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 di mana terdapat kesamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap atau disebut homoskedastisitas. dan jika variansnya tidak sama disebut terjadi heteroskedastisitas. Persamaan regresi yang baik jika tidak terjadi heteroskedastisitas.Suatu regresi dikatakan tidak terdeteksi Heteroskedastisitas, jika nila t hitung lebih kecil dari t tabel dan nilai signifikansi lebih besar dari 0,05. Dikatakan heterokedastisitas, jika t hitung lebih besar dari t tabel dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05.

Proses untuk menguji hipotesis dimana metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode regresi berganda. Dalam hal ini analisis regresi

berganda digunakan mengukur pengaruh antara lebih dari satu variabel *independent* (variabel bebas) terhadap variabel *dependent* (variabel terikat).

Data yang diperoleh dari penelitian ini adalah data ordinal yang merupakan skala yang mengandung unsur kategori atau penamaan juga menunjukkan peringkat atau urutan. Rancangan hipotesis dalam penelitian ini adalah:

A. Secara Simultan

1. $H_0 : b_i = 0$ artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara *museum experience* yang terdiri dari *recreation, sociability, learning experience, aesthetic experience* dan *celebrative experience* terhadap *behavioral intention* wisatawan di Museum Konferensi Asia Afrika.
2. $H_1 : b_i \neq 0$ artinya terdapat terdapat pengaruh yang signifikan antara *museum experience* yang terdiri dari *recreation, sociability, learning experience, aesthetic experience* dan *celebrative experience* terhadap *behavioral intention* wisatawan di Museum Konferensi Asia Afrika.

Pengujian hipotesis ini dengan menggunakan uji f 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 $f_{hitung} > f_{tabel}$, maka H_0 ditolak artinya X berpengaruh terhadap Y

Jika $f_{hitung} < f_{tabel}$, 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 *recreation* terhadap *behavioral intention*.
 $H_1 : b_1 \neq 0$, artinya terdapat pengaruh yang signifikan *recreation* terhadap *behavioral intention*.

Fajar Siddiq Iskandar, 2016

PENGARUH MUSEUM EXPERIENCE TERHADAP BEHAVIORAL INTENTION WISATAWAN DI MUSEUM KONPERENSI ASIA AFRIKA

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

2. $H_0 : b_2 = 0$, artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan *sociability* terhadap *behavioral intention*.
 $H_1 : b_2 \neq 0$, artinya terdapat terdapat pengaruh yang signifikan *sociability* terhadap *behavioral intention*.
3. $H_0 : b_2 = 0$, artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan *learning experience* terhadap *behavioral intention*.
 $H_1 : b_2 \neq 0$, artinya terdapat terdapat pengaruh yang signifikan *learning experience* terhadap *behavioral intention*.
4. $H_0 : b_2 = 0$, artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan *aesthetic experience* terhadap *behavioral intention*.
 $H_1 : b_2 \neq 0$, artinya terdapat terdapat pengaruh yang signifikan *aesthetic experience* terhadap *behavioral intention*.
5. $H_0 : b_2 = 0$, artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan *celebrative experience* terhadap *behavioral intention*.
 $H_1 : b_2 \neq 0$, artinya terdapat terdapat pengaruh yang signifikan *celebrative experience* terhadap *behavioral intention*.

Pengujian hipotesis ini dengan menggunakan uji t 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 $t_{hitung} \geq t$ (mendekati 100%) (n-k-1)

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