

BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode pendekatan ilmu manajemen pemasaran pariwisata. Objek penelitian terdiri dari dua variabel yaitu variabel X dan variabel Y. Menurut Sekaran (2006, hlm. 115) variabel adalah apapun yang dapat membedakan atau membawa variasi pada nilai.

Hatch dan Farhady dalam Sugiyono (2014, hlm. 58) variabel dapat didefinisikan sebagai atribut seseorang, atau objek yang mempunyai variasi antara satu orang dengan yang lain atau satu objek dengan objek yang lain. Menurut Sugiyono (2014, hlm. 59) variabel bebas (*independent variable*) merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Variabel terikat (*dependent variable*) merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas. Menurut Maholtra (2009, hlm. 248) variabel bebas (*independent variable/predictor variable*) merupakan variabel atau alternatif yang dimanipulasi dan yang mempengaruhi diukur dan dibandingkan dan variabel terikat (*dependent variable/predictor variable*) merupakan variabel yang mengukur efek dari variabel *independent* pada unit tes.

Dalam objek penelitian ini yang menjadi variabel bebas atau *independent variable* adalah *tourist perceived value* dan yang menjadi variabel terikat atau *dependent variable* adalah *behavioral intentions*. Unit analisis dari penelitian ini adalah Wisatawan yang mengunjungi Destinasi Wisata Alam Cibulan Kabupaten Kuningan. Variabel bebas adalah *tourist perceived value* yang memiliki sub variabel *enjoyment value* (X_1), *convenience value* (X_2), *service value* (X_3), *perceived price* (X_4), dan *aesthetic value* (X_5), Variabel terikatnya adalah *behavioral intentions* (Y).

Responden dari penelitian ini adalah wisatawan yang berkunjung ke Destinasi Wisata Alam Cibulan. Penelitian ini dilakukan dalam kurun waktu kurang dari satu tahun, maka metode yang digunakan adalah *cross sectional methode*.

Malhotra (2009, hlm. 101) metode penelitian dengan cara mempelajari objek dalam kurun waktu atau tidak berkesinambungan dalam jangka waktu panjang. Dalam menggunakan metode ini diharapkan peneliti dapat mengungkapkan dan mengkaji seberapa besar pengaruh *tourist perceived value* terhadap *behavioral intentions* di Destinasi Wisata Alam Cibulan.

3.2 Metode Penelitian

3.2.1 Jenis Penelitian dan Metodologi yang Digunakan

Setiap penelitian yang akan dilakukan, terlebih dahulu harus ditentukan jenis penelitian dan metode yang akan digunakan sehingga tujuan dari penelitian dapat tercapai, selain itu juga dalam suatu penelitian diperlukan suatu metode untuk mempermudah penulis dalam membuat suatu kesimpulan. Berdasarkan jenis penelitian ini adalah deskriptif dan verifikatif yang dilaksanakan melalui pengumpulan data di lapangan, maka metode yang digunakan oleh penulis adalah metode *explanatory survey*, karena dengan penelitian ini dijelaskan hubungan kausal atau sebab akibat antara variabel-variabel melalui pengujian hipotesis.

Sugiyono (2014, hlm. 2) metode penelitian diartikan sebagai cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Berdasarkan variabel-variabel yang diteliti maka jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif dan verifikatif.

Sugiyono (2014, hlm. 53) Penelitian yang berkenaan dengan pertanyaan terhadap keberadaan variabel mandiri baik satu variabel atau lebih (variabel yang berdiri sendiri) tanpa membuat perbandingan dan mencari hubungan variabel satu sama lain. Sedangkan Ulber Silalahi (2009, hlm. 28) mendefinisikan bahwa metode deskriptif adalah metode yang digunakan untuk menggambarkan secara cermat karakteristik dari suatu gejala atau masalah yang diteliti. Sehingga temuannya lebih dalam, lebih luas, dan lebih terperinci.

Menurut pendapat Nazir (2007, hlm.55) metode deskriptif adalah metode penelitian untuk membuat gambaran mengenai situasi atau kejadian sehingga metode ini berkehendak mengadakan akumulasi data dasar belaka. Sedangkan pengertian dari penelitian verifikatif menurut Arikunto (2013, hlm.4) penilaian verifikatif pada dasarnya ingin menguji kebenaran dari suatu hipotesis yang dilakukan melalui pengumpulan data di lapangan.

Malhotra (2009, hlm. 96) memaparkan definisi metode *explanatory survey* (Penjelasan Penelitian) ialah penelitian yang dilakukan untuk mendapatkan ide-ide atau wawasan ke dalam masalah yang dihadapi manajemen atau para peneliti tersebut. Penjelasan penelitian dalam bentuk wawancara mendalam atau kelompok focus dapat memberikan wawasan berharga.

Adapun tujuan dari *Explanatory Survey* seperti mengeksplorasi situasi masalah seperti halnya yang di kemukakan oleh Malhotra (2009, hlm. 96), *Explanatory Survey* dilakukan untuk mengeksplorasi situasi masalah, yaitu untuk mendapatkan ide-ide atau wawasan ke dalam masalah yang dihadapi manajemen atau para peneliti tersebut. *Explanatory survey* ini bertujuan untuk mengeksplorasi atau meneliti melalui situasi untuk mendapatkan wawasan dan pemahaman.

3.2.2 Operasionalisasi Variabel

Hasan Musafa (2011, hlm. 1) mengungkapkan bahwa, operasionalisasi variabel merupakan proses penentuan ukuran suatu variabel. Sedangkan menurut Silalahi (2009, hlm. 201) mengungkapkan bahwa operasionalisasi variabel merupakan kegiatan mengurai variabel menjadi sejumlah variabel operasional atau variabel empiris (indikator, item) yang menunjuk langsung pada hal-hal yang dapat diamati atau diukur.

Dalam penelitian ini, variabel yang dioperasionalisasikan adalah *perceived value* untuk variabel bebas (X) dengan dimensi *Enjoyment value* (X_1), *Convenience value* (X_2), *Service value* (X_3), *Perceived price* (X_4) dan *Aesthetic Value* (X_5). *Behavioral Intentions* sebagai variabel terikat (Y) dengan tiga dimensi yaitu *Intention to Revisit*, *Word of Mouth* dan *Search for Alternative*. Pengoperasian variabel dari kedua variabel yang dijadikan objek pada penelitian ini menggunakan skala ordinal, yaitu data yang berjenjang atau berbentuk peringkat. Untuk lebih jelasnya dapat kita lihat pada tabel operasionalisasi variabel dibawah ini :

TABEL 3.1
OPERASIONAL VARIABEL

Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No
1	2	3	4	5	6
<p><i>Tourist Perceived Value</i></p> <p>Nilai yang dirasakan pelanggan adalah selisih antara evaluasi calon pelanggan terhadap total manfaat dan biaya dari penawaran serta alternative yang dirasakan. (Kotler & Keller, 2016, hlm. 151)</p>	<p><i>Enjoyment Value (X₁)</i></p> <p>nilai kesenangan melalui kesenangan, ketenangan, relaksasi dan antusiasme yang dirasakan oleh wisatawan pada saat berkunjung.</p>	<p>Kesenangan yang dirasakan oleh wisatawan</p>	<p>Tingkat kesenangan yang dirasakan wisatawan selama berwisata di Destinasi Wisata Alam Cibulan dibandingkan dengan pengorbanan yang dikeluarkan</p>	Ordinal	
		<p>Antusiasme yang dirasakan oleh wisatawan</p>	<p>Tingkat antusiasme yang dirasakan wisatawan selama berwisata di Destinasi Wisata Alam Cibulan dibandingkan dengan pengorbanan yang dikeluarkan</p>	Ordinal	
		<p>Ketenangan yang dirasakan oleh wisatawan</p>	<p>Tingkat ketenangan yang dirasakan wisatawan selama berwisata di Destinasi Wisata Alam Cibulan dibandingkan dengan pengorbanan yang dikeluarkan</p>	Ordinal	
		<p>Relaksasi yang dirasakan oleh wisatawan</p>	<p>Tingkat perasaan relaksasi yang dirasakan wisatawan selama berwisata di Destinasi Wisata Alam Cibulan dibandingkan</p>	Ordinal	

			dengan pengorbanan yang dikeluarkan			
	<i>Convenience Value (X₂)</i> nilai kenyamanan yang dirasakan oleh wisatawan pada saat pemesanan tiket masuk, mengkonsumsi makanan dan minuman, suasana pada saat berbelanja dan kemudahan akses menuju destinasi wisata.	Kemudahan yang dirasakan wisatawan pada saat membeli tiket masuk	Tingkat kemudahan yang dirasakan wisatawan saat membeli tiket masuk di Destinasi Wisata Alam Cibulan dibandingkan dengan pengorbanan yang dikeluarkan	Ordinal		
		Kenyamanan yang dirasakan wisatawan pada saat berbelanja dan kemudahan akses menuju destinasi wisata.	Kenyamanan yang dirasakan wisatawan pada saat berbelanja	Tingkat kenyamanan yang dirasakan wisatawan saat berbelanja di Destinasi Wisata Alam Cibulan dibandingkan dengan pengorbanan yang dikeluarkan	Ordinal	
				Tingkat kemudahan dalam berbelanja di Destinasi Wisata Alam Cibulan dibandingkan dengan pengorbanan yang dikeluarkan	Ordinal	
		Kenyamanan yang dirasakan wisatawan dalam mengkonsumsi makanan dan minuman	Tingkat kenyamanan dalam mengkonsumsi makanan dan minuman di Destinasi Wisata Alam Cibulan dibandingkan dengan pengorbanan yang dikeluarkan Tingkat	Ordinal		

			kemudahan dalam mendapatkan makanan dan minuman di Destinasi Wisata Alam Cibulan dibandingkan dengan pengorbanan yang dikeluarkan Tingkat	Ordinal	
		Kemudahan akses menuju tempat wisata	kemudahan akses menuju Destinasi Wisata Alam Cibulan dibandingkan dengan pengorbanan yang dikeluarkan	Ordinal	
	<i>Service Value</i> <i>(X₃)</i> nilai dari jasa yang diberikan di destinasi wisata yang berorientasi pada kesopanan, keramahan dan penampilan karyawan, keamanan dan perlindungan, pelayanan transportasi, kebersihan lingkungan dan ketersediaan informasi.	Kesopanan karyawan terhadap wisatawan	Tingkat kesopanan karyawan terhadap wisatawan di Destinasi Wisata Alam Cibulan dibandingkan dengan pengorbanan yang dikeluarkan	Ordinal	
		Keramahan karyawan terhadap wisatawan	Tingkat keramahan karyawan terhadap wisatawan di Destinasi Wisata Alam Cibulan dibandingkan dengan pengorbanan yang dikeluarkan	Ordinal	
		Keamanan di destinasi wisata	Tingkat keamanan yang didapatkan dan dirasakan wisatawan selama berkunjung ke Destinasi Wisata Alam Cibulan dibandingkan dengan pengorbanan yang dikeluarkan	Ordinal	

			Tingkat keamanan atraksi wisata yang dirasakan wisatawan di Destinasi Wisata Alam Cibulan dibandingkan dengan pengorbanan yang dikeluarkan	Ordinal	
		Kebersihan lingkungan	Tingkat Kebersihan di Destinasi Wisata Alam Cibulan dibandingkan dengan pengorbanan yang dikeluarkan	Ordinal	
	<p><i>Perceived Price (X₄)</i></p> <p>keseluruhan harga yang terdapat di destinasi wisata dan dirasakan oleh wisatawan berdasarkan kepada harga tiket masuk, harga makanan, harga minuman dan harga barang-barang yang dijual.</p>	Harga tiket masuk destinasi wisata	Tingkat harga tiket masuk yang dikeluarkan wisatawan untuk berkunjung ke Destinasi Wisata Alam Cibulan dibandingkan dengan pengorbanan yang dikeluarkan	Ordinal	
		Harga makanan dan minuman di destinasi wisata	Tingkat harga makanan dan minuman yang dikeluarkan wisatawan di Destinasi Wisata Alam Cibulan dibandingkan dengan pengorbanan yang dikeluarkan	Ordinal	
		Harga <i>souvenir</i> di	Tingkat harga <i>souvenir</i> yang dikeluarkan	Ordinal	

		destinasi wisata	wisatawan di Destinasi Wisata Alam Cibulan dibandingkan dengan pengorbanan yang dikeluarkan		
	<p><i>Aesthetic Value (X₅)</i></p> <p>nilai keindahan yang dirasakan oleh wisatawan pada saat berkunjung di destinasi wisata.</p>	Kemenarikan pada pondok terapi ikan	kemenarikan pada pondok terapi ikan di Destinasi wisata alam cibulan dibandingkan dengan pengorbanan yang dikeluarkan	Ordinal	
		Kemenarikan pada <i>shelter</i> wisatawan	kemenarikan shelter wisatawan di Destinasi Wisata Alam Cibulan dibandingkan dengan pengorbanan yang dikeluarkan	Ordinal	
Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No
1	2	3	4	5	6
<p><i>Behavioral Intentions</i> merupakan penilaian pengunjung tentang niat keinginan untuk berkunjung kembali ke suatu destinasi yang sama dan kesediaan untuk merekomendasikan destinasi kepada orang lain (Ching-Fu Chen dan Dung Chun</p>		<i>Inention to Revisit</i>	Tingkat keinginan wisatawan untuk berkunjung kembali ke Destinasi Wisata Alam Cibulan	Ordinal	
			Tingkat kesediaan wisatawan untuk menempatkan Destinasi Wisata Alam Cibulan sebagai pilihan utama untuk dikunjungi	Ordinal	

Tsai, 2007, hlm. 1116)					
		<i>Word of Mouth</i>	Tingkat kesediaan merekomendasikan Destinasi Wisata Alam Cibulan kepada orang lain	Ordinal	
			Tingkat kesediaan menyampaikan pengalaman baik di Destinasi Wisata Alam Cibulan kepada orang lain	Ordinal	
		<i>Search for Alternatives</i>	Tingkat usaha dalam mencari destinasi wisata alam alternatif di Kabupaten Kuningan	Ordinal	
			Tingkat kesediaan wisatawan menjadikan Destinasi Wisata Alam Cibulan sebagai alternatif destinasi wisata alam untuk dikunjungi	Ordinal	

Sumber : Hasil pengolahan data, 2016

3.2.3 Jenis dan Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini adalah subjek dari mana data diperoleh. Apabila penelitian menggunakan kuesioner atau wawancara, maka sumber data disebut responden, sedangkan jika penelitian menggunakan teknik observasi, maka sumber data bisa berupa benda, gerak atau proses sesuatu. Menurut Malhotra (2009, hlm. 120) data yang didapat dalam sebuah penelitian dapat dibedakan menjadi dua yaitu data primer dan data sekunder.

1. Data primer (*Primary Data Source*)

Data primer merupakan data yang dibuat oleh peneliti untuk maksud khusus menyelesaikan permasalahan yang sedang ditangani. menurut Ulber Silalahi (2009, hlm. 289) sumber data primer adalah suatu objek atau dokumen original-material mentah dari pelaku yang disebut *first-hand-information*. Dalam penelitian ini yang menjadi sumber data primer diperoleh secara langsung dari responden melalui penyebaran kuesioner yang ditujukan kepada responden yang berasal dari sampel yang telah terpilih sesuai dengan target sasaran dan dianggap dapat mewakili seluruh populasi data penelitian. Dalam penelitian ini yang menjadi sumber data primer adalah seluruh data diperoleh dari kuesioner yang disebar pada sejumlah responden yang sesuai dengan target sasaran dan dianggap mewakili seluruh populasi dan penelitian, yaitu wisatawan yang berkunjung ke Destinasi Wisata Alam Cibulan.

2. Data sekunder (*Secondary Data Source*)

Menurut Sanusi (2012, hlm. 103) Data sekunder yaitu, data yang sudah tersedia dan dikumpulkan oleh pihak lain. Ulber Silalahi (2009, hlm. 291) yaitu merupakan data yang dikumpulkan dari tangan kedua atau dari sumber-sumber lain yang telah tersedia sebelum penelitian dilakukan. Data sekunder merupakan data yang telah dikumpulkan untuk maksud selain untuk menyelesaikan masalah yang sedang dihadapi, data ini dapat ditunjukkan dengan cepat.

Berdasarkan jenis dan sumber data yang digunakan dalam penelitian, maka penulis mengumpulkan dan menyajikannya dalam Tabel 3.2.

TABEL 3.2
JENIS DAN SUMBER DATA

No	Data	Jenis Data	Sumber Data
1.	Data Kunjungan Destinasi Wisata Kabupaten Kuningan Tahun 2012-2015	Sekunder	Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kuningan 2016
2.	Data Kunjungan Detinasi Wisata Alam Cibulan	Sekunder	Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kuningan 2016
3.	Data Kunjungan Wisatawan ke Provinsi jabar	Sekunder	Neraca Satelit Pariwisata Daerah Jawa Barat Tahun 2013
4.	Perkembangan Pariwisata Internasional	Sekunder	United Nation World Tourism Organization 2016
5.	Tanggapan Wisatawan mengenai gambaran <i>Tourist Perceived Value</i>	Primer	Wisatawan yang berkunjung ke Destinasi Wisata Alam Cibulan
6.	Tanggapan Wisatawan mengenai gambaran <i>Behavioral Intentions</i>	Primer	Wisatawan yang berkunjung ke Destinasi Wisata Alam Cibulan
7.	Tanggapan Wisatawan mengenai gambaran <i>Tourist Perceived Value</i> terhadap <i>Behavioral Intentions</i>	Primer	Wisatawan yang berkunjung ke Destinasi Wisata Alam Cibulan

Sumber : Hasil dari berbagai sumber, 2016

3.2.4 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

3.2.4.1 Populasi

Definisi populasi dikemukakan oleh Sugiyono (2014, hlm. 115) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Burhan Bungin (2013, hlm. 101) menjelaskan bahwa populasi penelitian merupakan keseluruhan dari objek penelitian yang dapat berupa manusia, hewan, tumbuh-tumbuhan, udara, gejala, nilai, peristiwa, sikap hidup, dan sebagainya, sehingga objek-objek ini dapat menjadi sumber data penelitian. Berdasarkan pengertian pengertian tersebut populasi dalam penelitian ini adalah seluruh karakteristik yang mempengaruhi, dan anggota populasinya wisatawan nusantara yang berkunjung dan yang merasakan atraksi wisata kolam rendam dan terapi ikan di Destinasi Wisata Alam Cibulan namun karena pihak pengelola tidak memiliki data dan jumlah pastinya maka penulis menggunakan data wisatawan nusantara yang berkunjung ke

Destinasi Wisata Alam Cibulan selama tahun 2015 sebagai populasi penelitian yang berjumlah sebanyak 115.481 wisatawan.

3.2.4.2 Sampel

Menurut Sugiyono (2014, hlm. 116) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Istijanto (2009, hlm. 122) menjelaskan bahwa sampel adalah bagian dari populasi. Hal ini mencakup sejumlah anggota yang dipilih dari populasi. Dengan demikian, sebagian elemen dari populasi merupakan sampel. Dalam suatu penelitian tidak mungkin keseluruhan populasi diteliti. Hal ini disebabkan beberapa faktor diantaranya yaitu keterbatasan waktu, dan biaya. Oleh karena itu peneliti diperkenankan mengambil sebagian dari populasi yang ditentukan dengan catatan bagian yang diambil tersebut mampu mewakili populasi lain yang tidak diteliti. Melalui sampel peneliti tidak perlu meneliti semua anggota populasi tetapi cukup meneliti anggota-anggota yang terpilih sebagai sampel.

Adapun rumus yang digunakan dalam menentukan besarnya ukuran sampel yang akan diteliti. Tabachnick dan Fidell (2013, hlm. 123) mengemukakan pengukuran sampel tersebut dengan rumus:

$$n \geq 50 + 8m$$

atau

$$n \geq 104 + m$$

Keterangan :

n = jumlah sampel
m = jumlah variabel

Rumus yang pertama digunakan apabila variabel yang diteliti lebih dari dua variabel sedangkan rumus yang kedua dapat digunakan apabila variabel yang diteliti hanya berjumlah dua variabel saja. Dalam penelitian ini terdapat enam variabel yang diteliti yaitu *enjoyment value* (X_1), *convenience value* (X_2), *service value* (X_3), *perceived value* (X_4), *aesthetic value* (X_5) dan kemudian variabel terikat *behavioral intention* (Y).

Berdasarkan uraian rumus tersebut, maka ukuran sampel pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$n \geq 50 + 8m$$

$$n \geq 50 + 8(6)$$

$$n \geq 50 + 48$$

$$n \geq 98$$

Menurut perhitungan di atas, maka ukuran sampel minimal dalam penelitian ini adalah 98 orang responden yang sudah pernah berkunjung dan merasakan atraksi wisata kolam rendam dan kolam terapi ikan di Destinasi Wisata Alam Cibulan.

3.2.4.3 Teknik Sampling

Malhotra (2009, hlm. 373) teknik sampling secara luas dapat diklasifikasikan menjadi dua yaitu, *nonprobability* dan *probability*. Sampling *nonprobability* bergantung pada penilaian pribadi peneliti, sedangkan *probability* kesempatan yang sama untuk diberikan kepada sampel. Malhotra (2009, hlm. 373) juga menyebutkan jenis teknik *probability sampling* yang terdiri dari, *simple random sampling*, *systematic sampling*, *stratified sampling* dan *cluster sampling*.

Penarikan sampel ditujukan untuk memudahkan peneliti dalam melakukan penelitian. sampel merupakan perwakilan dari populasi penelitian. Dengan adanya sampel maka waktu, tenaga, dan biaya yang dikeluarkan oleh peneliti menjadi lebih efisien. Sedangkan menurut Ulber Silalahi (2009, hlm. 255) menyatakan bahwa teknik sampling adalah seperangkat prosedur untuk pemilihan unit-unit dari populasi yang dijadikan sampel.

Probability sampling dan *nonprobability sampling*. Rancangan sampel probabilitas, artinya penarikan sampel didasarkan atas pemikiran bahwa keseluruhan unit populasi memiliki kesempatan yang sama untuk dijadikan sampel. Pada rancangan sampel nonprobabilitas, penarikan sampel tidak penuh dilakukan dengan menggunakan hukum probabilitas, artinya bahwa tidak semua unit populasi memiliki kesempatan yang sama untuk dijadikan sampel penelitian.

Dalam penelitian ini digunakan teknik *systematic random sampling*. Sistematis sample acak adalah cara pengambilan *sample* atau contoh, dimana unsur yang pertama yang dipilih secara acak, sedang unsur-unsur berikutnya di pilih secara sistematis menurut pola tertentu.

Systematic random sampling digunakan pada penelitian ini karena cocok dengan sampel yang akan diteliti, yaitu sebanyak 98 orang wisatawan yang berkunjung dan merasakan kolam rendam dan kolam terapi ikan di Destinasi Wisata Alam Cibulan yang berasal dari wisatawan individu dan dianggap homogen. Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan cara membagikan kuisisioner kepada wisatawan yang sudah merasakan atraksi wisata kolam rendam dan kolam terapi ikan yang berisi pertanyaan mengenai tanggapan wisatawan terhadap *tourist perceived value* dan *behavioral intention* di Destinasi Wisata Alam Cibulan.

3.2.5 Teknik Pengumpulan Data

Malhotra (2009, hlm.120) menyatakan bahwa teknik pengumpulan data merupakan suatu proses pengadaan untuk keperluan dimana data yang terkumpul adalah suatu untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan. Teknik pengumpulan data yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Wawancara, Menurut Elvinaro Ardianto (2011, hlm.163), wawancara adalah sebuah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sampai bertatap muka antara pewawancara dan responden atau orang yang di wawancarainya. Wawancara dilakukan dengan berkomunikasi langsung kepada pihak dari pengelola Destinasi Wisata Alam Cibulan untuk memperoleh data mengenai profil perusahaan.
2. Observasi, menurut Sugiyono (2014, hlm. 203) teknik pengumpulan data mempunyai ciri yang spesifik bila dibandingkan dengan teknik yang lain, observasi tidak terbatas pada orang, tetapi juga objek-objek alam yang lain. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan melakukan pengamatan langsung terhadap objek yang diteliti yaitu Destinasi Wisata Alam Cibulan, khususnya mengenai *tourist perceived value*.
3. Kuesioner atau angket, merupakan teknik pengumpulan data melalui penyebaran seperangkat daftar pertanyaan tertulis. Kuesioner berisi pertanyaan dan pernyataan mengenai karakteristik responden, pengalaman responden di Destinasi Wisata Alam Cibulan, pelaksanaan *tourist perceived value*. Kuesioner ditujukan pada wisatawan yang berkunjung

dan wisatawan yang merasakan atraksi wisata kolam rendam dan kolam terapi ikan di Destinasi Wisata Alam Cibulan.

4. Studi kepustakaan atau *literature*, merupakan usaha pengumpulan informasi dan data yang berhubungan dengan teori-teori yang ada hubungannya dengan masalah dan variabel yang diteliti yaitu *tourist perceived value* (X) dan *behavioral intention* (Y). Studi kepustakaan dilakukan dengan cara mencari dari perpustakaan, referensi buku, jurnal, artikel yang dianggap relevan dan reliabel.

Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala *Likert* (*Likert Summated Ratings*). Merupakan teknik mengukur sikap dimana subjek diminta untuk mengindikasikan tingkat kesetujuan atau ketidaksetujuan mereka terhadap masing-masing pernyataan (Noor, 2015, hlm. 128). Skala ini berisi sejumlah pertanyaan dengan kategori repon dan kemudian nilai atau skor seseorang pada skala dihitung dengan menjumlahkan tanggapan yang diberikan (Silalahi, 2015, hlm. 348).

Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Bukan setuju pun tidak setuju	Setuju	Sangat Setuju
1	2	3	4	5

GAMBAR 3.1

MODEL SKALA LIKERT

3.2.6 Pengujian Validitas dan Reliabilitas

Pada suatu penelitian, data merupakan hal yang paling penting. Hal tersebut disebabkan karena data merupakan gambaran dari variabel yang diteliti serta berfungsi membentuk hipotesis. Benar atau tidaknya data tergantung mutu hasil penelitian dan tergantung dari baik tidaknya instrumen pengumpulan data. 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 *tourist perceived value* (X) terdapat pengaruh atau tidak terhadap variabel *behavioral intentions* (Y). Sebelum melakukan analisis data dan juga untuk menguji layak atau tidak kuesioner yang disebarkan kepada responden,

terlebih dahulu dilakukan uji validitas dan uji reliabilitas untuk melihat tingkat kebenaran serta kualitas data.

3.2.6.1 Pengujian Validitas

Ulber Silalahi (2015, hlm. 472) 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.

Juliansyah Noor (2015, 132) validitas atau kesahihan adalah suatu indeks yang menunjukkan alat ukur tersebut benar-benar mengukur apa yang diukur. Validitas ini menyangkut akurasi instrumen. Malhotra (2009, hlm. 36) mengemukakan validitas dapat didefinisikan sebagai sejauh mana perbedaan benar dalam apa yang sedang diukur bukan kesalahan sistematis atau acak.

Rumus yang digunakan untuk menguji validitas menggunakan nilai korelasi antara data pada masing-masing pernyataan dengan skor total memakai teknik korelasi *product moment* (dikemukakan oleh Pearson). Rumus Korelasi *product moment* sebagai berikut :

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

Sumber : Suharsimi Arikunto (2010, hlm. 213)

Dimana:

r_{xy} : Koefisien korelasi antara variabel X dan Y, dua variabel yang dikorelasikan.

X : Skor yang diperoleh subjek dari setiap item

Y : skor total yang diperoleh subjek dari seluruh item

ΣY^2 : Jumlah kuadrat dalam skor distribusi Y

ΣX^2 : Jumlah kuadrat dalam skor distribusi X

n : Banyaknya responden

Dimana r_{xy} adalah koefisien korelasi antara variabel X dan variabel Y, dua variabel dikorelasikan. Sedangkan pengujian keberartian koefisien korelasi (t)

dilakukan dengan taraf signifikansi 5%. Rumus Uji t yang digunakan sebagai berikut:

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

Keputusan pengujian validitas item instrumen, menggunakan taraf signifikansi adalah sebagai berikut :

1. Nilai r dibandingkan dengan nilai *r_{table}* dengan *dk*=*n*-2 dan taraf signifikansi $\alpha=0,05$
2. Item pertanyaan yang diteliti dikatakan valid, jika *r_{hitung}*>*r_{tabel}*
3. Item pertanyaan yang diteliti dikatakan tidak valid, jika *r_{hitung}*<*r_{tabel}*

Berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan SPSS 20 for windows diperoleh hasil pengujian validitas dari item pertanyaan yang diajukan oleh peneliti.

TABEL 3.3

HASIL PENGUJIAN VALIDITAS *TOURIST PERCEIVED VALUE* DAN *BEHAVIORAL INTENTION*

Pertanyaan	r hitung	r tabel	Keterangan
<i>Tourist Perceived Value</i>			
Kesenangan yang dirasakan wisatawan selama berwisata di Destinasi Wisata Alam Cibulan dibandingkan dengan pengorbanan yang dikeluarkan	0.4891	0.351	VALID
Antusiasme yang dirasakan wisatawan selama berwisata di Destinasi Wisata Alam Cibulan dibandingkan dengan pengorbanan yang dikeluarkan	0.5640	0.351	VALID
Ketenangan yang dirasakan wisatawan selama berwisata di Destinasi Wisata Alam Cibulan dibandingkan dengan pengorbanan yang dikeluarkan	0.4479	0.351	VALID
Perasaan relaksasi yang dirasakan wisatawan selama berwisata di Destinasi Wisata Alam Cibulan dibandingkan dengan pengorbanan yang dikeluarkan	0.6075	0.351	VALID
Kemudahan yang dirasakan	0.7293	0.351	VALID

wisatawan saat membeli tiket masuk di Destinasi Wisata Alam Cibulan dibandingkan dengan pengorbanan yang dikeluarkan			
Kenyamanan yang dirasakan wisatawan saat berbelanja di Destinasi Wisata Alam Cibulan dibandingkan dengan pengorbanan yang dikeluarkan	0.6121	0.351	VALID
Kemudahan dalam berbelanja di Destinasi Wisata Alam Cibulan dibandingkan dengan pengorbanan yang dikeluarkan	0.6583	0.351	VALID
Kenyamanan dalam mengkonsumsi makanan dan minuman di Destinasi Wisata Alam Cibulan dibandingkan dengan pengorbanan yang dikeluarkan	0.4319	0.351	VALID
Kemudahan akses menuju Destinasi Wisata Alam Cibulan dibandingkan dengan pengorbanan yang dikeluarkan	0.7659	0.351	VALID
Kesopanan karyawan terhadap wisatawan di Destinasi Wisata Alam Cibulan dibandingkan dengan pengorbanan yang dikeluarkan	0.5298	0.351	VALID
Keramahan karyawan terhadap wisatawan di Destinasi Wisata Alam Cibulan dibandingkan dengan pengorbanan yang dikeluarkan	0.4338	0.351	VALID
Keamanan yang didapatkan dan dirasakan wisatawan selama berkunjung ke Destinasi Wisata Alam Cibulan dibandingkan dengan pengorbanan yang dikeluarkan	0.5922	0.351	VALID
Keamanan atraksi wisata yang dirasakan wisatawan di Destinasi Wisata Alam Cibulan dibandingkan dengan pengorbanan yang dikeluarkan	0.7336	0.351	VALID
Kebersihan di Destinasi Wisata Alam Cibulan dibandingkan dengan pengorbanan yang dikeluarkan	0.6391	0.351	VALID
Harga tiket masuk yang dikeluarkan wisatawan untuk berkunjung ke Destinasi Wisata Alam Cibulan dibandingkan dengan pengorbanan yang dikeluarkan	0.4192	0.351	VALID

Harga makanan dan minuman yang dikeluarkan wisatawan di Destinasi Wisata Alam Cibulan dibandingkan dengan pengorbanan yang dikeluarkan	0.7488	0.351	VALID
Harga <i>souvenir</i> yang dikeluarkan wisatawan di Destinasi Wisata Alam Cibulan dibandingkan dengan pengorbanan yang dikeluarkan	0.6910	0.351	VALID
Kemenaarikan pondok terapi ikan di Destinasi wisata alam cibulan dibandingkan dengan pengorbanan yang dikeluarkan	0.5137	0.351	VALID
Kemenaarikan shelter wisatawan di Destinasi Wisata Alam Cibulan dibandingkan dengan pengorbanan yang dikeluarkan	0.3804	0.351	VALID
<i>Behavioral Intention</i>			
Keinginan wisatawan untuk berkunjung kembali di Destinasi Wisata Alam Cibulan	0.6558	0.351	VALID
Kesediaan wisatawan untuk menempatkan Destinasi Wisata Alam Cibulan sebagai pilihan utama untuk dikunjungi	0.7667	0.351	VALID
Kesediaan merekomendasikan Destinasi Wisata Alam Cibulan kepada orang lain	0.8663	0.351	VALID
Kesediaan menyampaikan pengalaman baik di Destinasi Wisata Alam Cibulan kepada orang lain	0.7587	0.351	VALID
Usaha dalam mencari objek wisata alternatif di Kabupaten Kuningan	0.7167	0.351	VALID
Kesediaan wisatawan menjadikan Destinasi Wisata Alam Cibulan sebagai alternatif destinasi wisata untuk dikunjungi	0.8573	0.351	VALID

Sumber: Diolah dari berbagai sumber, 2016

3.2.6.2 Pengujian Reliabilitas

Reliabilitas adalah suatu nilai yang menunjukkan konsistensi suatu alat pengukur dalam mengukur gejala yang sama. Reliabilitas menunjuk pada suatu

pengertian bahwa suatu instrument memiliki akurasi nilai untuk dapat dipercaya dan digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut sudah baik.

Ulber silalahi (2015, hlm. 462) menjelaskan bahwa reliabilitas adalah satu ukuran dari variabilitas jawaban lewat pengulangan percobaan konseptual dan menurut Sugiono (2014:173) menyatakan bahwa instrumen yang reliabel adalah instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama. Pengujian reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan rumus Pengujian reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan rumus *Cronbach alpha* yaitu :

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

Sumber: Suharsimi Arikunto, (2013, hlm. 239)

Keterangan:

- r_1 = reliabilitas instrumen
 k = banyak butir pertanyaan
 $\sum \sigma_1^2$ = jumlah varians butir
 σ_1^2 = varians total

Menghitung variasi butir dengan rumus:

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

Sumber: Suharsimi Arikunto (2013, hlm. 240)

Keterangan :

- σ^2 = Nilai varians
 $\sum x^2$ = Jumlah Skor
 n = Jumlah responden

Keputusan pengujian relibilitas item instrument adalah sebagai berikut:

1. Item pertanyaan yang diteliti dilakukan reliable jika nilai cronbach's alpha (α) $\geq 0,700$

2. Item pertanyaan yang diteliti dilakukan tidak reliable jika nilai cronbach's alpha (α) \leq 0,700

Berdasarkan hasil perhitungan dengan SPSS 20 *for windows* diperoleh hasil pengujian reliabilitas sebagai berikut.

TABEL 3.4
HASIL PENGUJIAN RELIABILITAS

Variabel	α	
<i>Tourist Perceived Value</i>	0.888	0.700
<i>Behavioral Intention</i>	0.855	0.700

Sumber : Hasil pengolahan data, 2016

3.2.7 Rancangan Analisis Data

3.2.7.1 Rancangan Analisis Data Deskriptif

Penelitian ini menggunakan dua jenis analisis yaitu analisis deskriptif dan analisis kuantitatif. Analisis deskriptif digunakan khususnya bagi variabel yang bersifat kualitatif sedangkan analisis kuantitatif yang berupa hipotesis dengan menggunakan uji statistik. Analisis deskriptif digunakan untuk melihat faktor penyebab sedangkan analisis kuantitatif lebih menitik beratkan dalam pengungkapan perilaku variabel penelitian. Analisis deskriptif yaitu menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul yang berasal dari jawaban responden atas item-item dalam kuesioner.

Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif untuk mendeskripsikan variabel-variabel penelitian, anatar lain:

1. Analisis deskriptif tentang *tourist perceived value* di Destinasi Wisata Alam Cibulan yang terdiri dari *enjoyment value* (X_1), *convenience value* (X_2), *service value* (X_3), dan *perceived price* (X_4).

2. Analisis deskriptif tentang *behavioral intentions* di Destinasi Wisata Alam Cibulan yang terdiri dari *intention to revisit*, *word of mouth* dan *search for alternatives*.

3.2.7.2 Rancangan Analisis Data Verifikatif

Analisis verifikatif merupakan analisis data yang dilakukan setelah data seluruh responden terkumpul. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda. Regresi linier berganda digunakan untuk melihat hubungan atau pengaruh fungsional ataupun kausal $(X_1), (X_2), (X_3), (X_4)$ terhadap *Behavioral Intentions* di Destinasi Wisata Alam Cibulan.

Skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah *ordinal scale* yang berbentuk peringkat yang menunjukkan suatu urutan preferensi atau penilaian. Skala ordinal ini perlu ditransformasi menjadi skala interval dengan menggunakan *Method Successive Interval*.

1. *Method Successive Interval*

Merupakan metode untuk merubah data ordinal menjadi skala interval berurutan. Berikut adalah langkah-langkah untuk melakukan transformasi data tersebut :

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

$$\text{Skala value} = \frac{(\text{density lower limit}) - (\text{density upper limit})}{(\text{area below upper limit}) - (\text{area below lower limit})}$$

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

Nilai hasil transformasi : $\text{score} = \text{scale value minimum} + 1$

Keterangan :

- Dencity at lower limit = Kepadatan batas bawah
- Dencity at uper limit = Kepadatan batas atas
- Area below lower limit = Daerah dibawah batas bawah
- Area below uper limit = Daerah dibawah batas atas

Data penelitian yang telah berskala interval selanjutnya akan ditemukan pasangan data *variable independent* dengan *variable dependent* serta akan ditentukan persamaan yang berlaku untuk pasangan-pasangan tersebut. Untuk mendapatkan keempat variabel mempunyai hubungan kausal atau tidak, maka harus didasarkan pada teori atau konsep-konsep tentang variabel-variabel berikut.

Menurut Riduwan (2010, hlm. 88) analisis regresi berganda adalah suatu alat analisis peramalan nilai pengaruh dua variabel bebas atau lebih terhadap variabel terikat untuk membuktikan ada atau tidaknya hubungan fungsi atau hubungan kausal antara dua variabel bebas atau lebih dengan satu variabel terikat.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linear berganda (*multiple linear regression*). Analisis regresi linear berganda adalah suatu alat analisis peramalan nilai pengaruh dua atau lebih variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) untuk membuktikan ada atau tidaknya hubungan kausal antara dua variabel bebas atau lebih. Adapun untuk pengolahan data dilakukan bantuan program SPSS 20 *for windows*.

Dampak dari penggunaan analisis regresi dapat digunakan untuk memutuskan apakah naik atau menurunnya variabel dependen dapat dilakukan melalui menaikkan dan menurunkan keadaan variabel independen atau untuk meningkatkan keadaan variabel dependen dapat dilakukan dengan meningkatkan variabel independen dan sebaliknya .

Maka variabel yang dianalisis adalah variabel independen yaitu *tourist p erceived value* yang terdiri *enjoyment value*, *convenience value*, *service value*, *perceived price*, dan *aesthetic value*. Sedangkan variabel dependen adalah *behavioral intention*. Untuk bisa membuat ramalan melalui regresi, maka data setiap variabel harus tersedia. Berdasarkan data tersebut peneliti harus menemukan persamaan regresi berganda melalui perhitungan sebagai berikut:

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

Keterangan :

Y = Subjek dalam variabel dependen yang diprediksikan (*behavioral intentions*)

a = Harga Y bila X=0

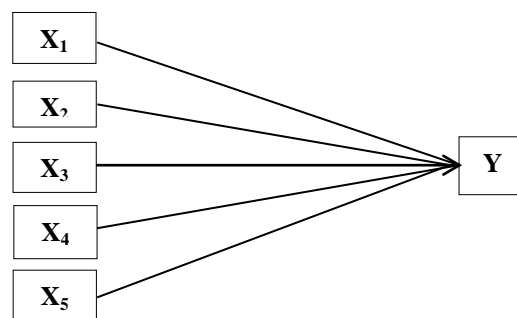
b = Angka arah atau koefisien regresi, yang menunjukkan angka peningkatan ataupun penurunan variabel dependen yang didasarkan pada variabel independen. Bila b (+) maka naik, dan bila (-) maka terjadi penurunan.

X = Subjek pada variabel independen yang mempunyai nilai tertentu

X₁, X₂, X₃, X₄ dan X₅ = variabel penyebab *Enjoyment Value* (X₁), *Convenience Value* (X₂), *Service Value* (X₃), *Perceived Price* (X₄) dan *Aesthetic Value* (X₅)

Menurut Sugiyono (2014, hlm. 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 (dinaik 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 berikut:



GAMBAR 3.2

REGRESI LINIER BERGANDA

Keterangan:

X₁ = *Enjoyment Value*

X₂ = *Convenience Value*

X₃ = *Service Value*

X_4 = *Perceived Value*

X_5 = *Aesthetic Value*

Y = *Behavioral Intentions*

Langkah asumsi-asumsi dalam analisis regresi linear berganda perlu dideteksi. Adapun cara untuk mendeteksi agar langkah-langkah dalam analisis regresi linear berganda tidak terjadi itu dengan cara uji asumsi klasik yang secara sistematis harus dipenuhi. Asumsi klasik yang sering digunakan adalah sebagai berikut :

a. Uji Asumsi Normalitas

Syarat pertama untuk melakukan analisis regresi adalah normalitas, sebagaimana yang diungkapkan oleh Triton P. Budi (2005, hlm. 76) data sampel hendaknya memenuhi persyaratan distribusi normal. Menurut Wahid (2004, hlm. 88) untuk mendeteksi normalitas digunakan *normal probability plot*. Melalui *plot* ini, masing-masing nilai pengamatan dipasangkan dengan nilai harapan dari distribusi normal apabila sebaran data terletak disekitar garis lurus yang melalui titik nol dan tidak mempunyai pola.

b. Uji Asumsi Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas adalah varian residual yang tidak konstan pada regresi sehingga akurasi hasil prediksi menjadi meragukan. Suatu regresi dikatakan tidak terdeteksi heteroskedastisitas apabila penyebaran terhadap harga-harga prediksi tidak membentuk suatu pola tertentu (meningkat atau menurun).

c. Uji Asumsi Multikolinearitas

Multikolinearitas adalah situasi adanya korelasi yang kuat antara variabel bebas yang satu dengan variabel bebas yang lainnya dalam analisis regresi. Apabila dalam analisis terdeteksi multikolinearitas maka angka estimasi koefisien regresi yang didapatkan mempunyai nilai yang tidak sesuai dengan substansi, sehingga dapat menyesatkan interpretasi. Selain itu juga nilai standar error setiap koefisien regresi dapat menjadi tidak terhingga.

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 *variable independent* dan *variable dependent*.

Data yang diperoleh dari penelitian ini adalah data ordinal yang merupakan skala yang mengandung unsur kategori atau penamaan menunjukkan peringkat atau urutan. Hipotesis yang diuji dalam rangka penerimaan atau penolakan hipotesis dapat ditulis sebagai berikut:

Jika $t \text{ hitung} \geq t \text{ tabel}$, maka H_a diterima, dan H_0 ditolak

Jika $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$, maka H_0 diterima, dan H_a ditolak

Secara statistik hipotesis yang akan diuji berada pada taraf kesalahan 0,05 dengan derajat kebebasan $dk (n-2)$ serta pada uji satu pihak, yaitu pihak kanan.

2. Analisis Korelasi (R)

Analisis ini digunakan untuk mengetahui hubungan antara dua atau lebih variabel independen terhadap variabel dependen secara serentak. Koefesien ini menunjukkan seberapa besar hubungan yang terjadi antara variabel independen secara serentak terhadap variabel independen. Menurut Ulber Silalahi (2009, hlm) jika koefisien korelasi sama dengan atau mendekati +1, ini mengindikasikan satu korelasi atau searah (direct) sempurna (perfect positive correlation) dalam variabel lain tanpa kecuali.

Nilai R berkisar antara 0 sampai 1. Nilai semakin mendekati berarti hubungan yang terjadi semakin kuat, sebaliknya jika semakin mendekati 0 maka hubungan yang terjadi semakin lemah. Menurut Sugiyono (2014, hlm. 250) untuk memberi intepretasi terhadap kuatnya hubungan maka dibuat pedoman yang tertera pada Tabel 3.3 sebagai berikut:

TABEL 3.5
INTERPRETASI BESARNYA KOEFISIEN KORELASI

Besarnya Nilai	Interpretasi
0,80 sampai dengan 1,00	Sangat Kuat
0,60 sampai dengan 0,799	Kuat
0,40 sampai dengan 0,599	Sedang
0,20 sampai dengan 0,399	Rendah

0,00 sampai dengan 0,199	Sangat rendah
--------------------------	---------------

Sumber: Sugiyono (2014, hlm. 250)

3. Analisis Determinasi

Analisis determinasi dalam regresi berganda digunakan untuk mengetahui persentase sumbangan pengaruh variabel independen secara serentak terhadap variabel independen. Ulber Silalahi (2009, hlm) mengungkapkan koefisien ini dimaksudkan untuk mengetahui seberapa besar presentase variasi perubahan dalam variabel lain (independen). $R^2 = 0$, maka tidak ada sedikitpun presentase sumbangan pengaruh yang diberikan variabel independen terhadap variabel dependen, atau variasi variabel independen yang digunakan dalam model tidak menjelaskan sedikitpun variasi variabel dependen.

3.2.7.3 Pengujian Hipotesis Secara Simultan

Menurut Sugiyono (2014, hlm. 93), hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, oleh karena itu rumusan masalah penelitian biasanya disusun dalam bentuk kalimat pertanyaan. Dikatakan sementara karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data.

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

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

H_0 : $F_{hitung} < F_{tabel}$, Tidak terdapat pengaruh yang signifikan *tourist perceived value* terhadap *behavioral intentions*.

H_a : $F_{hitung} > F_{tabel}$, Terdapat pengaruh signifikan *tourist perceived value* terhadap *behavioral intentions*.

3.2.7.4 Pengujian Hipotesis Secara Parsial

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

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

H_0 : $t_{hitung} < t_{tabel}$, Tidak terdapat pengaruh yang signifikan *enjoyment value* terhadap *behavioral intentions*.

$H_a : t_{hitung} > t_{tabel}$, Terdapat pengaruh signifikan *enjoyment value* terhadap *behavioral intentions*.

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

$H_0 : t_{hitung} < t_{tabel}$, Tidak terdapat pengaruh yang signifikan *convenience value* terhadap *behavioral intentions*.

$H_a : t_{hitung} > t_{tabel}$, Terdapat pengaruh signifikan *convenience value* terhadap *behavioral intentions*.

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

$H_0 : t_{hitung} < t_{tabel}$, Tidak terdapat pengaruh yang signifikan *service value* terhadap *behavioral intentions*.

$H_a : t_{hitung} > t_{tabel}$, Terdapat pengaruh signifikan *service value* terhadap *behavioral intentions*.

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

$H_0 : t_{hitung} < t_{tabel}$, Tidak terdapat pengaruh yang signifikan *perceived price* terhadap *behavioral intentions*.

$H_a : t_{hitung} > t_{tabel}$, Terdapat pengaruh signifikan *perceived price* terhadap *behavioral intentions*.

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

$H_0 : t_{hitung} < t_{tabel}$, Tidak terdapat pengaruh yang signifikan *aesthetic value* terhadap *behavioral intentions*.

$H_a : t_{hitung} > t_{tabel}$, Terdapat pengaruh signifikan *aesthetic value* terhadap *behavioral intentions*.