

BAB III

METODE PENELITIAN

Dalam suatu penelitian penting sekali untuk menentukan terlebih dahulu jenis dan metode yang digunakan. Hal tersebut dilakukan agar tujuan dari penelitian dapat tercapai. Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu (Sugiyono, 2015:2). Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2013:8-9). Ahli lain yang bernama Arikunto (2006:12) menyatakan bahwa penelitian kuantitatif adalah pendekatan penelitian yang banyak dituntut menguakkan angka, mulai dari pengumpulan data, penafsiran terhadap data tersebut, serta penampilan hasilnya.

Penelitian ini mengukur perbandingan dari tingkat kepuasan wisatawan terhadap produk wisata yang di tawarkan oleh Farmhouse Lembang berdasarkan karakteristik wisatawan melalui beberapa aspek, yaitu aspek geografis, sosio-demografis, dan psikografis. Dimana penelitian ini berawal dari kenyataan atau realitas yang ada di Farmhouse Lembang.

3.1 Lokasi Penelitian



Sumber: Google Maps

Gambar 3.1 Peta Lokasi Farmhouse Lembang Kabupaten Bandung Barat

Penelitian dilakukan di Farmhouse yang berlokasi di Jalan Raya Lembang No. 108, Lembang, Kabupaten Bandung Barat, Jawa Barat (40391). Farmhouse memiliki luas lahan sebesar 2 hektar. Farmhouse juga termasuk kedalam wilayah Desa Gudangkahuripan. Desa Gudangkahuripan merupakan salah satu dari 16 Desa di Kecamatan Lembang Kabupaten Bandung Barat. Berikut merupakan batas wilayah dari Desa Gudangkahuripan:

- Sebelah Utara : Desa Jayagiri / Desa Lembang
- Sebelah Timur : Desa Wangunsari Kecamatan Lembang
- Sebelah Selatan : Kodya Bandung
- Sebelah Barat : Desa Cihideung Kecamatan Parongpong

3.2 Populasi

Pengertian dari populasi menurut Sugiyono (2015:80) yaitu wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. Jadi populasi bukan hanya orang, tetapi juga obyek dan benda-benda alam lain. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada obyek/subyek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik/sifat yang dimiliki oleh subyek atau obyek itu. Sedangkan

menurut Wardiyanta (2006:19) yang dimaksud dengan populasi adalah jumlah keseluruhan dari unit analisis yang ciri-cirinya akan diduga. Dalam penelitian ini yang akan dijadikan sebagai populasi adalah wisatawan yang berkunjung ke Farmhouse Lembang.

Populasi yang akan di ambil berasal dari rata-rata jumlah wisatawan yang datang pada *weekday* dan *weekend*. Hal tersebut juga dikarenakan Farmhouse Lembang merupakan tempat wisata yang terbilang masih sangat baru sekali namun wisatawan yang datang sangat membludak sehingga pihak pengelola masih belum memiliki data kunjungan secara spesifik. Dari hasil wawancara yang dilakukan peneliti dengan pihak *Center Public Relation* Farmhouse Lembang yang bernama Bapak Julian didapatkan jumlah wisatawan pada *weekday* sebanyak 8.000 wisatawan sedangkan pada *weekend* mencapai 10.000 wisatawan.

3.3 Sampel dan Teknik *Sampling*

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2015:81). Dari pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa sampel merupakan perwakilan dari suatu populasi. Dalam penelitian apabila suatu populasi yang diteliti terlalu besar maka peneliti dapat mengambil beberapa sampel yang tentunya harus dapat mewakili keseluruhan dari jumlah populasi. Menurut Sugiyono (2015: 91) bila sampel dibagi dalam kategori (misalnya: pria-wanita, pegawai negeri-swasta, dan lain-lain) maka jumlah anggota sampel setiap kategori minimal 30. Jumlah sampel yang ditentukan peneliti dalam penelitian ini adalah jumlah minimal sampel yaitu sebanyak 30 orang dari setiap kategori usia dari wisatawan yang datang. Terdapat enam kategori usia yang dijadikan sebagai pilihan bagi wisatawan Farmhouse Lembang yaitu sebagai berikut:

Tabel 3.1
Kategori Usia

NO	Kategori	Usia	Jumlah Sampel
1.	Masa remaja awal	< 16 tahun	30

NO	Kategori	Usia	Jumlah Sampel
2.	Masa remaja akhir	17 – 25 tahun	30
3.	Masa dewasa awal	26 – 35 tahun	30
4.	Masa dewasa akhir	36 – 45 tahun	30
5.	Masa lansia awal	46 – 55 tahun	30
6.	Masa lansia akhir	> 56 tahun	30

Sumber: Diolah oleh peneliti (2016)

Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *probability sampling*. *Probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel (Sugiyono, 2015:82). Jenis teknik sampling yang digunakan adalah *proportionate stratified random sampling*. Menurut Sugiyono (2015:82) teknik ini digunakan bila populasi mempunyai anggota/unsur yang tidak homogen dan berstrata secara proporsional.

3.4 Jenis dan Sumber Data

Sumber data merupakan segala bentuk informasi yang dibutuhkan peneliti untuk melengkapi data di dalam penelitian. Informasi tersebut dapat berasal dari berbagai sumber. Adapun jenis-jenis sumber data, yaitu:

1. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari subjek penelitian. Data primer bersifat asli dan berasal dari tangan pertama atau responden. Pengambilan data primer dilakukan secara langsung kepada responden dengan menggunakan alat pengukuran atau alat pengambilan data. Dalam pengumpulan data primer pada penelitian ini, penulis menggunakan metode kuisisioner dan juga observasi langsung dengan mengunjungi Farmhouse Lembang.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung dari subjek penelitian. Data sekunder sering juga disebut sebagai data

dari tangan ketiga. Biasanya data sekunder berasal dari studi dokumentasi atau studi kepustakaan yang sudah ada, namun peneliti masih harus menganalisis kembali dari data tersebut.

a. Studi Kepustakaan

Studi Kepustakaan dilakukan untuk mencari data yang dibutuhkan dengan cara membaca buku, literatur, artikel serta laporan dari dinas terkait yang berhubungan dengan permasalahan yang diteliti.

b. Studi Dokumentasi

Studi Dokumentasi diperoleh dengan cara melakukan kajian dengan menggunakan media gambar, peta, dan dokumen-dokumen.

Tabel 3.2
Jenis dan Sumber Data

No.	Data	Jenis Data	Sumber Data
1.	Karakteristik wisatawan Farmhouse Lembang berdasarkan aspek demografis, geografis, psikografis	Primer	Kuisisioner yang diberikan kepada wisatawan Farmhouse Lembang, 2016
2.	Kepuasan wisatawan terhadap produk wisata di Farmhouse Lembang	Primer	Kuisisioner yang diberikan kepada wisatawan Farmhouse Lembang, 2016
3.	Profil mengenai Farmhouse Tahun 2016	Primer	Pengelola Farmhouse Lembang, 2016
4.	Jumlah kunjungan wisatawan di Farmhouse Lembang Kabupaten Bandung Barat	Primer	Pengelola Farmhouse Lembang, 2016
5.	Jumlah kunjungan wisatawan tahun 2010-2014 di Kabupaten Bandung Barat	Sekunder	Disbudpar Provinsi Jawa Barat, 2016

Sumber: Hasil Olahan Peneliti (2016)

3.5 Definisi Operasional

1. Kepuasan

Kotler (dalam Tjiptono, 2007:350) menyebutkan kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dengan harapannya. Jika manfaat lebih kecil dari harapan maka pelanggan akan tidak puas dan tidak senang. Begitu juga ketika manfaat sesuai dengan harapan maka pelanggan akan merasa senang (Kotler dan Armstrong, 2009:169).

Kotler dan Keller (2008:137) mengemukakan pendapatnya bahwa, terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan yaitu harapan pelanggan, tujuan, *perceived performance*, *attribute satisfaction* dan *information satisfaction*.

a. Harapan Pelanggan

Harapan diyakini memiliki peranan yang besar dalam menentukan kualitas produk dan kepuasan pelanggan. Dalam mengevaluasi, pelanggan akan menggunakan harapannya sebagai standar atau acuan. Dalam kepuasan pelanggan, umumnya harapan merupakan perkiraan atau keyakinan pelanggan tentang apa yang diterimanya.

b. Tujuan (*objective*)

Dikaitkan dengan kebutuhan yang paling mendasar, tujuan hidup atau keinginan yang lebih konkrit menurut kepercayaan seseorang dalam pencapaian tujuan akhir. Jadi tingkat keinginan yang lebih rendah atau lebih tinggi dapat dihubungkan dengan cara untuk mencapai tujuan. Tingkat keinginan dan nilai yang lebih tinggi ditujukan untuk mendapatkan produk yang memiliki *benefit* tertentu yang akan menetapkan atribut dan level atribut yang diinginkan dari suatu produk. Pada tingkatan yang lebih konkrit, tujuan dapat secara langsung dibandingkan dengan *performance* yang dirasakan. *Expectations* akan dihubungkan dengan atribut, *benefit*, atau hasil tertentu. Sedangkan tujuan (*objective*) adalah evaluasi terhadap atribut atau *benefit* suatu produk menuju pencapaian nilai-nilai seseorang.

c. *Perceived Performance*

Perceived performance merupakan hasil evaluasi dari pengalaman konsumsi sekarang dan diharapkan memiliki pengaruh langsung dan positif terhadap *overall customer satisfaction*. Sedangkan komponen utama dari *consumption experience* adalah:

- 1) Kebiasaan, yakni di tingkat mana penawaran perusahaan dibiasakan untuk memenuhi/menemukan kebutuhan konsumen yang heterogen.
- 2) Reliabilitas, yakni tingkat penawaran perusahaan yang *reliable* (handal), terstandarisasi, dan bebas dari kekurangan.

d. *Attribute dan Information Satisfaction*

Didefinisikan sebagai pertimbangan kepuasan konsumen yang subyektif yang dihasilkan dari observasi mengenai kinerja produk. Dalam mengevaluasi kepuasan terhadap produk atau perusahaan tertentu, konsumen umumnya mengacu pada beberapa faktor atau dimensi.

2. Karakteristik Wisatawan

Karakteristik wisatawan menurut Smith (1989) diantaranya:

a. Karakteristik wisatawan berdasarkan sosio-demografis

Karakteristik sosio-demografis yaitu pembagian berdasarkan karakteristik yang paling sering dilakukan untuk kepentingan untuk kepentingan analisis, pariwisata, perencanaan dan pemasaran. Karakteristik sosio-demografis terdiri dari jenis kelamin, usia, tingkat pendidikan, pekerjaan, pendapatan, status perkawinan dan jumlah anggota keluarga.

b. Karakteristik wisatawan berdasarkan aspek geografis

Karakteristik geografis membagi wisatawan berdasarkan lokasi tempat tinggalnya.

c. Karakteristik wisatawan berdasarkan aspek psikografis

Karakteristik ini membagi wisatawan kedalam kelompok-kelompok berdasarkan kelas sosial, *life style* dan karakteristik personal.

3. Produk Wisata

Produk wisata terbagi menjadi dua yaitu *intangibile* (tidak nyata) seperti pelayanan atau *hospitality*, dan *tangible* (nyata) seperti atraksi, fasilitas dan aksesibilitas. (Pitana, Boud Bovy, Muljadi, Middleton, Yoeti). Menurut Oka A. Yoeti (2008:16), terdapat tiga unsur penting yang membentuk produk industri pariwisata, yaitu:

a. *Attractions of the destinations*

Atraksi wisata merupakan salah satu komponen yang terdapat dalam produk wisata yang menjadi daya tarik bagi wisatawan untuk mengunjungi suatu daerah tujuan wisata. semua objek dan atraksi yang tersedia menjadi daya tarik mengapa wisatawan mau datang ke Negara, Kota, atau daya tarik wisata tersebut. Termasuk dalam kelompok ini, yaitu *natural resources*, *cultural resources*, *theme parks*, *sport activities* dan *event*.

b. *Fasilities of the destinations*

Semua bentuk fasilitas yang memberikan pelayanan bagi wisatawan untuk segala kebutuhan selama tinggal atau berkunjung pada suatu daya tarik wisata seperti *hotel*, *motel*, *restaurant*, *bar*, *discotheques*, *café*, *shopping center* dan *souvenir shop*. Perusahaan-perusahaan inilah yang memberikan pelayanan ketika ketika mereka berkunjung pada suatu daya tarik wisata.

c. *Accessibilities of the destinations*

Yang termasuk kedalam kelompok ini adalah *airport*, *seaport*, dan *water supply*. Pada dasarnya semua prasarana yang memberikan kemudahan bagi wisatawan untuk datang berkunjung pada suatu daya tarik wisata, tanpa itu tidak mungkin pariwisata dikembangkan.

4. Farmhouse Lembang

Farmhouse Lembang merupakan salah satu tempat wisata yang masih terbilang sangat baru di kawasan Lembang. Berlokasi di pinggir jalan raya lembang, tepatnya beralamat di Jalan Raya Lembang No. 108 Desa Gudangkahuripan, Lembang, Kabupaten Bandung Barat, Jawa Barat (40391). Farmhouse Lembang mulai dibuka untuk umum pada tanggal 11 November 2015. Namun sejauh ini belum ada pembukaan secara resmi untuk kawasan wisata yang satu ini. Farmhouse Lembang dibangun dengan nuansa Eropa yang digabungkan dengan unsur Parahyangan. Hal tersebut dimaksudkan pengelola untuk menghidupkan kembali nuansa Eropa yang sangat kental dimiliki oleh Bandung, khususnya Belanda. Farmhouse Lembang merupakan salah satu tempat wisata di Lembang yang sedang ramai dikunjungi oleh wisatawan dengan Rumah Hobbitnya yang sangat terkenal. Ferry Trisianto merupakan pemilik Farmhouse di bawah manajemen The Big Price Cut yang juga pemilik dari tempat wisata Floating Market Lembang, de'Ranch Lembang, Rumah Sosis Lembang, dan beberapa *factory outlet* di Bandung.

3.6 Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Dalam penelitian ini yang dijadikan variabel adalah segmentasi pasar.

Tabel 3.3
Operasional Variabel Penelitian

Variabel	Subvariabel	Indikator	Skala	No Item
Karakteristik	Demografis	Jenis kelamin	Nominal	A1

Variabel	Subvariabel	Indikator	Skala	No Item
Wisatawan (Smith, 1989)		wisatawan yang datang ke Farmhouse Lembang		
		Usia wisatawan yang datang ke Farmhouse Lembang	Ratio	A2
		Status perkawinan wisatawan yang datang ke Farmhouse Lembang	Nominal	A3
		Tingkat pendidikan wisatawan yang datang ke Farmhouse Lembang	Nominal	A4
		Jenis pekerjaan wisatawan yang datang ke Farmhouse Lembang	Interval	A5
		Jumlah pendapatan wisatawan yang datang ke Farmhouse Lembang	Nominal	A6
		Jumlah anggota keluarga inti yang dimiliki oleh wisatawan yang datang ke Farmhouse Lembang	Nominal	A7

Variabel	Subvariabel	Indikator	Skala	No Item
	Geografis	Asal daerah tempat tinggal wisatawan yang datang ke Farmhouse Lembang	Ratio	A8
	Psikografis	Lama kunjungan yang dilakukan oleh wisatawan saat datang ke Farmhouse Lembang	Interval	A9
		Pilihan kegiatan yang dipilih oleh wisatawan saat datang ke Farmhouse Lembang	Nominal	A10
		Frekuensi berwisata yang dilakukan oleh wisatawan yang datang ke Farmhouse Lembang dalam satu periode tertentu	Nominal	A11
		Jumlah pengeluaran yang dikeluarkan oleh wisatawan yang datang ke Farmhouse Lembang dalam sekali melakukan perjalanan wisata	Interval	A12

Variabel	Subvariabel	Indikator	Skala	No Item
Kepuasan terhadap Produk Wisata [produk wisata terbagi menjadi dua yaitu <i>intangible</i> (tidak nyata) seperti pelayanan atau <i>hospitality</i> , dan <i>tangible</i> (nyata) seperti atraksi, fasilitas dan aksesibilitas. (Pitana, Boud Bovy, Muljadi, Middleton)]	<i>Intangible</i>	Tingkat kepuasan wisatawan terhadap kinerja pelayanan yang diberikan oleh karyawan Farmhouse Lembang	Ordinal	B1
	<i>Tangible</i> 1) Atraksi 2) Fasilitas 3) Aksesibilitas	Atraksi: 1. Tingkat kepuasan wisatawan terhadap atraksi wisata setelah mengunjungi Farmhouse Lembang 2. Tingkat kesesuaian atraksi wisata di Farmhouse Lembang dengan harapan wisatawan 3. Tingkat kesesuaian tujuan berkunjung dengan atraksi yang ada di Farmhouse Lembang	Ordinal	B2, B3, B4, B5, B6, C1, C2, C3, C4, C5, C6

Variabel	Subvariabel	Indikator	Skala	No Item
		Fasilitas: 1. Tingkat kepuasan wisatawan terhadap fasilitas wisata setelah mengunjungi Farmhouse Lembang 2. Tingkat kesesuaian kondisi dan kelengkapan fasilitas di Farmhouse Lembang dengan harapan wisatawan 3. Tingkat kesesuaian tujuan berkunjung dengan fasilitas yang ada di Farmhouse Lembang	Ordinal	B7, B8, B9, B10, B11, C7, C8, C9, C10, C11

Variabel	Subvariabel	Indikator	Skala	No Item
		Aksesibilitas: 1. Tingkat kepuasan wisatawan terhadap kemudahan dan kondisi jalan setelah mengunjungi Farmhouse Lembang 2. Tingkat kesesuaian kondisi jalan menuju Farmhouse Lembang dengan harapan wisatawan 3. Tingkat kesesuaian tujuan berkunjung dengan aksesibilitas yang ada di Farmhouse Lembang	Ordinal	B12, C12

Sumber: Hasil Olahan Peneliti (2016)

3.7 Teknik Pengumpulan Data

1. Observasi

Teknik pengumpulan data dengan observasi digunakan bila, penelitian berkenaan dengan perilaku manusia, proses kerja, gejala-gejala alam dan bila responden yang diamati tidak terlalu besar (Sugiyono, 2015:145). Teknik pengumpulan data dengan cara observasi memiliki perbedaan dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara ataupun kuisisioner. Dalam wawancara dan

kuisisioner peneliti hanya terfokus untuk mengumpulkan data yang bersumber dari setiap individu dengan cara berkomunikasi. Sedangkan dalam observasi peneliti tidak terfokus terhadap sumber yang berasal dari individu, namun peneliti juga mengamati obyek-obyek alam lainnya. Observasi yang dilakukan peneliti dalam penelitian ini adalah di Farmhouse Lembang.

2. Wawancara

Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit/kecil. Dalam penelitian ini wawancara dilakukan kepada pengelola Farmhouse Lembang untuk mengetahui informasi mengenai data jumlah kunjungan wisatawan, produk wisata yang disediakan, dan permasalahan yang ada.

3. Dokumentasi

Dokumentasi ditujukan untuk memperoleh data langsung dari tempat penelitian, meliputi foto-foto, buku-buku yang relevan, dan data-data yang relevan dengan penelitian ini.

4. Studi Literatur

Studi literature merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengumpulkan informasi yang berhubungan dengan teori-teori yang bersangkutan dengan penelitian.

5. Kuisisioner

Kuisisioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2015:142). Kuisisioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur

dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden. Selain itu, kuisisioner juga cocok digunakan bila jumlah responden cukup besar dan tersebar di wilayah yang luas. Dalam penelitian ini penggunaan kuisisioner ditujukan kepada para sampel dari wisatawan yang datang ke Farmhouse Lembang.

Penggunaan metode kuisisioner ditujukan untuk mengumpulkan data-data yang berisikan persepsi wisatawan, yang nantinya akan di olah ke dalam bentuk angka. Skala yang digunakan di dalam kuisisioner adalah skala *likert*. Skala *likert* digunakan di dalam penelitian untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiyono, 2015:93). Di setiap jawaban dari pertanyaan dalam kuisisioner tentunya akan menghasilkan sebuah nilai. Pembobotan nilai berdasarkan skala *likert* adalah sebagai berikut:

Tabel 3.4 Skor Penilaian Skala *Likert*

Pernyataan Positif	Nilai	Pernyataan Negatif	Nilai
Sangat Setuju	5	Sangat Setuju	1
Setuju	4	Setuju	2
Netral	3	Netral	3
Tidak Setuju	2	Tidak Setuju	4
Sangat Tidak Setuju	1	Sangat Tidak Setuju	5

3.8 Uji Validitas dan Reliabilitas

1. Uji Validitas

Untuk dapat mengungkap variabel-variabel yang akan diteliti, data-data yang didapat harus *valid* atau dapat diandalkan agar kesimpulan yang akan diambil tidak keliru dan memberikan gambaran baik terhadap keadaan yang sebenarnya.

Penelitian ini menggunakan uji validitas. Menurut Malhotra (2010: 32), validitas adalah keadaan yang menggambarkan tingkat instrument bersangkutan yang mampu mengukur apa yang akan diukur. Jadi, semakin tinggi validitas suatu intrumen, maka instrument tersebut semakin mampu menunjukkan apa yang seharusnya diukur.

Pengujian ini dilakukan untuk menguji kesahihan setiap item pernyataan dalam mengukur variabelnya. Pengujian validitas dalam penelitian ini dilakukan dengan cara mengkorelasikan skor masing-masing pernyataan item yang ditujukan kepada responden dengan total skor untuk seluruh item. Teknik korelasi yang digunakan untuk menguji validitas butir pernyataan dalam penelitian ini adalah korelasi *Pearson product moment* sebagai berikut:

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

Keterangan:

- r = Koefisien validitas item yang dicari
- x = Skor yang diperoleh subjek seluruh item
- y = Skor total
- $\sum x$ = Jumlah skor dalam distribusi x
- $\sum y$ = Jumlah skor dalam distribusi y
- $\sum x^2$ = Jumlah kuadrat dalam skor distribusi X
- $\sum y^2$ = Jumlah kuadrat dalam skor distribusi Y
- n = Banyaknya responden

Keputusan mengenai validitas item pernyataan dalam kuesioner, yaitu :

- a. Jika r positif serta $r \geq 0,30$ maka item pernyataan tersebut valid.
- b. Jika r tidak positif serta $r < 0,30$ maka item pernyataan tersebut tidak valid

Dengan demikian, apabila terdapat *item* yang memiliki korelasi kurang dari 0,30 dapat disisihkan dan *item* yang akan dimasukan dalam alat tes hanya *item* yang memiliki korelasi diatas 0,30. Dengan pengertian semakin tinggi korelasi itu mendekati satu (1,00) maka semakin baik pula konsistensinya atau validitasnya (Sugiyono, 2013: 178). Dalam mengolah data, peneliti menggunakan *Microsoft Excel 2007* untuk mengolahnya dengan menggunakan syntax dalam mengaplikasikan rumus perhitungan uji validitas instrumen penelitian tersebut. Lebih jelasnya peneliti membuat tabel 3.5 sebagai berikut.

Tabel 3.5
Hasil Pengukuran Uji Validitas Variabel Kepuasan

No. item	Koef. Validitas (r hitung)	r tabel	Keterangan
1	0,453	0,361	Valid
2	0,551	0,361	Valid
3	0,515	0,361	Valid
4	0,479	0,361	Valid
5	0,601	0,361	Valid
6	0,557	0,361	Valid
7	0,371	0,361	Valid
8	0,437	0,361	Valid
9	0,538	0,361	Valid
10	0,467	0,361	Valid
11	0,442	0,361	Valid
12	0,444	0,361	Valid
13	0,673	0,361	Valid

No. item	Koef. Validitas (r hitung)	r tabel	Keterangan
14	0,841	0,361	Valid
15	0,655	0,361	Valid
16	0,743	0,361	Valid
17	0,694	0,361	Valid
18	0,681	0,361	Valid
19	0,799	0,361	Valid
20	0,759	0,361	Valid
21	0,798	0,361	Valid
22	0,701	0,361	Valid
23	0,657	0,361	Valid
24	0,461	0,361	Valid
25	0,704	0,361	Valid
26	0,761	0,361	Valid
27	0,598	0,361	Valid
28	0,775	0,361	Valid
29	0,718	0,361	Valid
30	0,539	0,361	Valid
31	0,704	0,361	Valid
32	0,671	0,361	Valid
33	0,727	0,361	Valid
34	0,699	0,361	Valid
35	0,757	0,361	Valid
36	0,470	0,361	Valid

Sumber: Hasil Olahan Peneliti (2016)

MUTHIA AGUSTINAH SRI REZEKI, 2016

PERBANDINGAN KEPUASAN WISATAWAN TERHADAP PRODUK WISATA BERDASARKAN KARAKTERISTIK WISATAWAN DI FARMHOUSE LEMBANGTAHUN 1952-1961

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

Berdasarkan hasil uji validitas instrumen penelitian variabel X (Kepuasan) pada tabel 3.4 diatas dapat disimpulkan bahwa seluruh pertanyaan dari pertanyaan No. 1 sampai No. 36 dinyatakan valid karena $r_{hitung} > r_{tabel}$.

2. Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2015: 121) instrument yang reliabel adalah instrument yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur obyek yang sama, akan menghasilkan data yang sama. Instrumen yang reliabel belum tentu valid. Oleh karena itu walaupun instrument yang valid umumnya reliabel, tetapi pengujian reliabilitas intrumen perlu dilakukan (Sugiyono, 2015: 122). Pada penelitian ini reliabilitas dicari dengan rumus alpha atau cronbach's alpa (α) dikarenakan instrument pertanyaan kuisisioner yang dipakai merupakan rentangan antara beberapa nilai yang dalam penelitian ini menggunakan skala linkert 1 sampai dengan 5. Kuesioner dikatakan andal apabila koefisien *reliabilitas* bernilai positif dan lebih besar dari pada 0,60 (Sugiyono, 2013: 184). Rumus Cronbach's alpha sebagai berikut:

$$r_i = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum S_i^2}{S_t^2} \right]$$

Keterangan:

K = Mean kuadrat antara subyek

$\sum S_i^2$ = Mean kuadrat kesalahan

S_t^2 = Varians total

Sedangkan rumus untuk varians total dan varians item adalah sebagai berikut:

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

Keterangan:

σ^2 = Varians

$\sum X^2$ = Jumlah skor

N = Jumlah responden

Ketentuan uji reabilitas ditentukan dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka item pertanyaan dikatakan reliabel.
2. Jika $r_{hitung} \leq r_{tabel}$ maka item pertanyaan dikatakan tidak reliabel.

Secara teknis pengujian instrument dengan rumus-rumus diatas peneliti menggunakan fasilitas *software SPSS 17.0 for window*, dengan hasil yang tercantum pada tabel dibawah ini:

Tabel 3. 6

Reabilitas Kepuasan

Variabel	Reliabilitas			
	Total Item	R Kritis	Titik Kritis	Kesimpulan
Kepuasan	36	0,952	0,7	Reliabel

Sumber: Diolah oleh Peneliti (2016) dengan SPSS 17.0 for Window's

Berdasarkan jumlah kuesioner yang disebar kepada 100 responden dengan tingkat signifikan 5% dan derajat kebebasan (df) n-2 (100-5 = 95) maka bila dikonsultasikan dengan nilai r_{tabel} yaitu sebesar 0,600. Dari hasil uji reliabilitas pada tabel diatas menunjukkan bahwa kedua variabel yaitu Kepuasan dan Loyalitas

Pelanggan dinyatakan reliabel. Hal ini dikarenakan r_{hitung} variabel Kepuasan dan r_{hitung} Loyalitas Pelanggan lebih besar dari r_{tabel} .

Dari hasil uji validitas dan uji reliabilitas dapat disimpulkan bahwa instrument yang digunakan dalam penelitian ini dinyatakan valid dan reliabel. Dengan demikian penelitian ini dapat dilanjutkan tanpa adanya suatu kendala terjadinya kegagalan penelitian yang disebabkan oleh instrument penelitiannya yang belum teruji tingkat validitas dan reliabilitasnya serta layak digunakan untuk menguji permasalahan yang diteliti.

3.9 Teknik Analisis Data

Menurut Sugiyono (2015:147) kegiatan dalam analisis data adalah mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variable dari seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah, dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan. Namun untuk penelitian yang tidak merumuskan hipotesis, langkah terakhir tidak dilakukan. Berikut merupakan teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini:

1. Analisis Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi. Teknik analisis ini digunakan peneliti untuk menganalisis karakteristik-karakteristik wisatawan yang datang ke Farmhouse Lembang secara statistik yang kemudian diberikan penjelasan secara deskriptif berdasarkan data yang didapat.

2. *Customer Satisfaction Index (CSI)*

Customer Satisfaction Index (CSI) digunakan untuk mengetahui tingkat kepuasan pengunjung Farmhouse Lembang secara menyeluruh dengan pendekatan yang mempertimbangkan kepentingan dari produk-produk yang diukur. Pengukuran CSI dibutuhkan untuk acuan dalam menentukan sasaran terhadap peningkatan pelayanan kepada pengunjung. Untuk mengetahui besarnya CSI, maka dapat dilakukan tahapannya sebagai berikut (Aritonang, 2005):

- a. Menentukan *Mean Importance Score* (MIS). Nilai ini berasal dari rata-rata kepentingan setiap konsumen.

$$MIS = \frac{(\sum_{i=1}^n Yi)}{n}$$

Dimana:

n = Jumlah konsumen

Yi = Nilai kepentingan produk layanan Y ke-i

- b. Membuat *Weight Factors* (WF). Bobot ini merupakan persentase nilai MIS per produk layanan terhadap total MIS seluruh produk layanan.

$$WF = \frac{MISi}{\sum_{i=1}^p MISi} \times 100\%$$

Dimana:

p = Produk layanan kepentingan ke-p

- c. Menentukan *Mean Satisfaction Score* (MSS) tiap atribut.
- d. Membuat *Weight Score* (WS). Bobot ini merupakan perkalian antara WF dengan rata-rata tingkat kepuasan (X) (*Mean Satisfaction Score* = MSS).

$$WSi = WFi \times MSs$$

e. Menentukan *Customer Satisfaction Index* (CSI)

$$CSI = \frac{\sum_{i=1}^p WSi}{HS} \times 100\%$$

Dimana:

p = Produk layanan kepentingan ke-p

HS = *Highest Scale* (Skala maksimum yang digunakan)

Tingkat kepuasan responden secara menyeluruh dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 3.7

Kriteria Nilai *Customer Satisfaction Index* (Indeks Kepuasan)

Kriteria CSI	Nilai CSI
Sangat Puas	0,81 – 1,00
Puas	0,66 – 0,80
Cukup Puas	0,51 – 0,65
Kurang Puas	0,35 – 0,50
Tidak Puas	0,00 – 0,34

Sumber: Amalia dalam Habibie (2006)

3. Uji Hipotesis

Untuk menguji hipotesis dalam rumusan masalah ketiga pada penelitian ini yaitu menganalisis perbandingan kepuasan wisatawan terhadap produk wisata di Farmhouse Lembang, peneliti menggunakan metode uji statistik non-parametrik. Menurut Kurniawan dalam jurnal Teguh Sriwidadi yang berjudul ‘‘Penggunaan Uji Mann-Whitney pada Analisis Pengaruh Pelatihan Wiraniaga dalam Penjualan Produk Baru’’ menjelaskan bahwa statistika non-parametrik adalah statistika bebas sebaran (tidak mensyaratkan bentuk sebaran parameter populasi, baik normal atau tidak). Statistika non-

parametrik biasanya digunakan untuk melakukan analisis pada data berjenis nominal atau ordinal.

Metode yang digunakan dalam uji statistik non-parametrik untuk menjawab rumusan masalah ketiga yaitu menggunakan uji Mann-Whitney dan Kruskal-Wallis. Menurut Sugiyono (2015: 152) uji Mann-Whitney digunakan untuk menguji hipotesis komparatif dua sampel independen bila datanya berbentuk ordinal, sedangkan uji Kruskal-Wallis digunakan untuk menguji hipotesis komparatif k sampel independen bila datanya berbentuk ordinal.