

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah Little Farmers yang merupakan bagian dari Unit Usaha Tani Koperasi Karyawan PT. Bio Farma. Little Farmers terletak di Desa Kertawangi, RT 03/RW 02, Kecamatan Cisarua – Lembang, Kabupaten Bandung Barat, Jawa Barat. Tepatnya berada di jalan Kolonel Matsuri No. 339 Cisarua – Lembang.



Gambar 3.1.

Denah lokasi Little Farmers Tanpa Skala

Unit Usaha Tani Koperasi PT. Bio Farma mempunyai luas lahan 20 ha yang berbatasan langsung dengan beberapa desa, diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Sebelah utara berbatasan dengan kehutanan RPH Cisarua.
2. Sebelah selatan berbatasan dengan Desa Padaasih dan Desa Jambu Dipa.
3. Sebelah timur berbatasan dengan Desa Cihanjuang Rahayu.
4. Sebelah barat berbatasan dengan Desa Tugu Mukti.

B. Metode dan Desain Penelitian

Metode merupakan kerangka teoritis yang digunakan untuk menganalisis, mengerjakan dan mengatasi permasalahan yang dihadapi. Dengan demikian,

metode penelitian adalah cara dan prosedur ilmiah yang diterapkan untuk melaksanakan penelitian, mulai dari menentukan variabel, menentukan populasi, menentukan sampel, mengumpulkan data, mengolah data, dan menyusunnya dalam laporan tertulis, wardiyanta (2006).

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian survey dengan teknik analisis deskriptif dan pendekatan kuantitatif. Menurut Morissan (2012) penelitian survey merupakan salah satu metode terbaik yang tersedia bagi para peneliti sosial yang tertarik untuk mengumpulkan data guna menjelaskan suatu populasi yang terlalu besar untuk diamati secara langsung. Penelitian survey dibagi menjadi dua kategori, yaitu survey deskriptif (*descriptive survey*) yang berusaha menjelaskan atau mencatat apa yang ada saat ini, survey analitis (*analytical survey*) yang berupaya menggambarkan dan menjelaskan mengapa situasi itu ada. Survey analitis mempelajari dua atau lebih variabel dalam upaya menjawab pertanyaan penelitian atau menguji hipotesis penelitian. Hasil survey memungkinkan peneliti untuk menguji hubungan antara variabel dan menarik kesimpulan dari hubungan tersebut. Metode survey menunjuk pada teknik kuesioner, yakni mengumpulkan data dengan mengajukan pertanyaan kepada responden baik secara lisan maupun tulisan, Wardiyanta (2006).

Teknik analisis deskriptif digunakan ketika menyajikan data tentang responden, penyajian data tentang faktor pembelian sesuai dengan data pengunjung. Disajikan dengan cara deskriptif agar memudahkan dalam membaca dan menganalisis secara statistik. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang berusaha mendeskripsikan atau menggambarkan fenomena atau hubungan antar fenomena yang diteliti dengan sistematis, faktual, dan akurat, Kusmayadi & Sugiarto, (2000).

Menurut Sugiyono (2011) metode kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

C. Operasional Variabel

Variabel penelitian pada dasarnya adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya. Menurut Hatch dan Ferhady (1981) dalam Sugiyono (2011) variabel merupakan atribut seseorang, atau objek yang mempunyai “variasi” antara satu dengan yang lain atau satu objek dengan objek yang lain.

Variabel yang akan peneliti bahas adalah faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian paket wisata. berdasarkan objek penelitian tersebut diketahui variabel yang akan dikaji adalah variabel keputusan pembelian diantaranya adalah Pilihan produk, pilihan merk, pilihan penyalur, jumlah pembelian, waktu pembelian, dan metode pembayaran.

Tabel 3.1.
Operasional Variabel

Variabel	Sub Variabel	Konsep	Indikator	Skala	No. item
Keputusan Pembelian Kotler dan Keller (2008)	Produk (Product)	Pengunjung membeli paket wisata berdasarkan keunggulan, manfaat, serta jenis produk yang ditawarkan	• Tingkat variasi produk yang ditawarkan	Ordinal	1
			• Tingkat variasi paket wisata yang di tawarkan	Ordinal	2
			• Tingkat manfaat yang yang di dapat	Ordinal	3
			• Tingkat pelayanan yang diberikan	Ordinal	4
			• Tingkat fasilitas yang diberikan	Ordinal	5
			• Tingkat kenyamanan suasana yang diberikan	Ordinal	6
			• Tingkat keunikan jenis atraksi yang ditawarkan	Ordinal	7
	Merk (Brand)	Pengunjung membeli paket wisata berdasarkan merek (<i>brand</i>)	• Tingkat ketertarikan pada nama Little Farmers	Ordinal	8
			• Tingkat kepopuleran Little Farmers	Ordinal	9
			• Tingkat kepercayaan pada Little Farmers	Ordinal	10

Saluran Pembelian	Pengunjung membeli paket wisata berdasarkan cara distribusi	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat kestrategian lokasi • Tingkat kemudahan aksesibilitas • Kesesuaian harga 	Ordinal	11
			Ordinal	12
			Ordinal	13
Waktu Kunjungan	Pengunjung membeli paket wisata berdasarkan waktu kunjungan	<ul style="list-style-type: none"> • Mengunjungi Litte Farmers saat Weekday • Mengunjungi Little Farmers saat Weekend 	Ordinal	14
			Ordinal	15
Jumlah Pembelian	Pengunjung membeli paket wisata berdasarkan jumlah kunjungan	<ul style="list-style-type: none"> • Pertama kali berkunjung • Sudah pernah berkunjung sebelumnya • Mendapat rekomendasi dari rekan 	Ordinal	16
			Ordinal	17
			Ordinal	18
Metode pembayaran	Pengunjung membeli paket wisata berdasarkan metode pembayaran	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat kemudahan pembayaran secara tunai • Tingkat kemudahan pembayaran melalui debit, kartu kredit atau sistem pembayaran lainnya 	Ordinal	19
			Ordinal	20

Sumber : olahan penulis (2016)

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Dalam penelitian, objek penelitian merupakan satuan unsur – unsur populasi. Sugiyono (2011), mengemukakan definisi tentang populasi, yaitu: Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri dari atas objek atau subjek yang mempunyai kuantitas dan karekteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Populasi yang diambil dalam penelitian ini adalah wisatawan yang berkunjung ke Little Farmers pada tahun 2010 - 2014 dengan jumlah 12.337 orang.

Tabel 3.2.

Data Kunjungan Little Farmers Tahun 2010 - 2014

Tahun	Jumlah
2010	14.012
2011	10.578
2012	10.153
2013	16.505
2014	10.439
Jumlah	61.687
Rata-rata	12.337

Sumber: Diolah dari Little Farmers (2016)

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2011). Pada penelitian ini, sampel diambil dengan menggunakan teknik *probability sampling* dengan menggunakan *simple random sampling*. *Probability sampling* yaitu teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota populasi) untuk dipilih menjadi anggota sampel. *simple random sampling* merupakan pengambilan anggota sampel dari populasi yang dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu. Untuk menentukan ukuran sampel, pada penelitian ini digunakan rumus Slovin yaitu sebagai berikut:

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

Keterangan:

- n = Merupakan ukuran sampel minimal
- N = Merupakan populasi, dan
- e = Merupakan taraf signifikansi tertentu

$$n = \frac{12.337}{1 + 12.337(0,1)^2} = 99,19$$

Berdasarkan rumus di atas, jadi dapat diambil kesimpulan jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 100 orang responden.

E. Jenis dan Sumber Data

Data adalah catatan mengenai fakta dari fenomena/keadaan yang diamati (Wardiyanta, 2006). Sumber data diperoleh dari dua metode yaitu data primer dan data sekunder. Untuk mendapatkan informasi yang akurat diperlukan sumber data yang terpercaya. Jenis dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh dengan cara dikumpulkan sendiri oleh peneliti dan langsung dari objek atau lokasi yang diteliti, Kusmayadi dan Sugiarto, (2000). Sedangkan menurut Wardiyanta (2006) data primer adalah informasi yang diperoleh dari sumber-sumber primer, yakni yang asli, informasi dari tangan pertama atau responden. Data primer yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah data tentang faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian paket wisata di Little Farmers melalui wawancara dengan wisatawan secara langsung dan data perkembangan Little Farmers melalui wawancara dengan pihak pengelola. Metode pengumpulan data primer yang digunakan oleh penulis adalah kuesioner yang disebarakan langsung kepada pengunjung. Selain itu juga juga melakukan observasi secara langsung untuk melihat kondisi fisik di Little Farmers dan melakukan dokumentasi untuk keperluan penelitian.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah informasi yang diperoleh tidak secara langsung dari responden, tetapi dari pihak ketiga (Wardiyanta, 2006). Data – data ini diperoleh untuk melengkapi informasi yang berhubungan dengan penelitian yang berasal dari buku – buku ilmiah, tulisan atau karangan ilmiah yang berkaitan dengan penelitian.

F. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah:

1. Studi Literatur

Mencari dan mengumpulkan data - data baik *soft copy* maupun *hardcopy* yaitu seperti; jurnal, internet, literatur maupun bacaan yang berkaitan dengan topik penelitian.

2. Observasi

Merupakan cara mengumpulkan data dengan cara melakukan pengamatan langsung pada lokasi penelitian. Dalam hal ini, peneliti melakukan observasi dengan cara datang langsung ke Little Farmers dan melihat kondisi yang terjadi di sana.

3. Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2011). Sedangkan skala pengukuran yang akan dipakai adalah skala Likert yang merupakan alat untuk mengukur sikap dari keadaan yang sangat positif ke jenjang yang sangat negatif sehingga akan menunjukkan sejauh mana tingkat persetujuan atau ketidaksetujuan terhadap pernyataan yang diajukan oleh peneliti (Kusmayadi dan Sugiarto, 2000). Dalam hal ini, kuesioner dibagikan kepada para pengunjung atau wisatawan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian paket wisata Little Farmers.

4. Alat Dokumentasi

Untuk mendokumentasikan gambar-gambar yang diperlukan dalam proses penelitian, dalam hal ini, kamera digunakan untuk mengambil gambar-gambar yang berkaitan dengan fasilitas, aktivitas, atau atraksi wisata di Little Farmers .

G. Instrumen penelitian

Instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan untuk mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati, Sugiyono (2012). Instrumen

penelitian digunakan untuk mengukur nilai variabel yang diteliti. Menurut Sugiyono (2012) instrumen dalam penelitian yang bersifat kuantitatif dapat berupa test, pedoman wawancara, pedoman observasi dan kuesioner. Kuesioner dijadikan sebagai instrumen penelitian dalam penelitian ini. Kuesioner adalah bentuk instrumen pengumpulan data yang sangat fleksibel dan relatif mudah untuk digunakan, Azwar (2012). Untuk penelitian ini penulis menyebar 100 kuesioner. Sementara pengukuran dalam kuesioner ini menggunakan skala likert untuk memudahkan responden dalam menjawab kuesioner penelitian yang diberikan. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial, Sugiyono (2011). Dengan skala likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Setiap jawaban pernyataan akan diberikan skor sesuai bobot nilai dari skala likert. Skor dari bobot skala likert adalah:

Tabel 3.3.

Alternatif Jawaban Responden dalam Skala Likert

Keterangan	Bobot Nilai
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Cukup saja	3
Kurang Setuju	2
Tidak Setuju	1

Sumber: Sugiyono (2011)

Kuesioner digunakan untuk alat pengumpulan data keputusan pembelian paket wisata dengan wisatawan sebagai responden pada penelitian ini. Jawaban dari setiap variabel yang dijawab responden tersebut kemudian diolah dalam bentuk angka. Selanjutnya dilakukan pengujian keabsahan instrumen penelitian melalui uji validitas dan realibilitas terkait variabel yang diuji yaitu pilihan produk, pilihan merek (*brand*), pilihan penyalur (*dealer*), waktu pembelian, jumlah pembelian serta metode pembayaran.

H. Teknik Pengujian Operasional Variabel

1. Uji Validitas

Kusmayadi dan Sugiarto (2000) dalam bukunya “*Metodologi Penelitian dalam Bidang Kepariwisata*”, berpendapat bahwa validitas instrumen penelitian adalah suatu hasil penilaian yang menggambarkan bahwa suatu instrumen benar-benar mampu mengukur variabel-variabel yang akan diukur dalam penelitian yang bersangkutan. Dikatakan pula bahwa suatu instrumen dikatakan valid jika instrumen tersebut:

- a) Dapat mengukur gejala/konsep yang memang hendak diukur;
- b) Menunjukkan tingkat kesesuaian antara konsep dan hasil pengukuran; dan
- c) Tepat dipakai untuk mengukur konsep atau variabel yang hendak diukur.

Menurut Wardiyanta (2006), validitas data perlu diuji untuk menjamin bahwa informasi yang diperoleh memiliki tingkat kesahihan yang tinggi. Pengujian validitas dilakukan dengan rumus Product Moment Pearson, yaitu:

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

Dimana	r	= Koefisien korelasi antara variabel X dan Y
	x	= Skor untuk pernyataan yang dipilih
	y	= Skor total
	n	= Jumlah responden
	$\sum x$	= Jumlah skor dalam distribusi X
	$\sum y$	= Jumlah skor dalam distribusi Y
	$\sum x^2$	= Jumlah kuadrat dalam distribusi X
	$\sum y^2$	= Jumlah kuadrat dalam distribusi Y

Dalam penelitian ini, uji coba instrumen dilakukan terhadap 1/3 dari total jumlah kuesioner yaitu 30 kuesioner yang sudah diisi oleh responden dan responden yang mengisi kuesioner adalah mereka yang sudah pernah dan

sedang berkunjung. Uji validitas ini dimaksudkan untuk mengukur valid tidaknya pernyataan yang diberikan kepada responden. Suatu pernyataan dikatakan valid apabila memiliki koefisien validitas yang lebih besar dari nilai kritis yaitu 0,30, Ghozali (2011). Uji validitas ini dilakukan dengan menggunakan bantuan aplikasi *Microsoft Office Excel* dan *SPSS* versi 16.0

a) Uji Validitas Faktor Produk

Tabel 3.4 berikut ini merupakan hasil uji validitas tiap butir pernyataan mengenai faktor produk.

Tabel 3.4.
Validitas Faktor Produk

Faktor	Koefisien validitas	Nilai Kritis	Keterangan
Produk yang ditawarkan oleh Little Farmers sangat beragam	0,739	0,3	Valid
Paket wisata yang ditawarkan oleh Little Farmers sangat beragam	0,694	0,3	Valid
Saya mendapat manfaat setelah berkunjung ke Little Farmers	0,705	0,3	Valid
Pelayanan yang diberikan sangat baik dan memuaskan	0,846	0,3	Valid
Fasilitas yang ada di Little Farmers lengkap dan kondisinya bagus	0,875	0,3	Valid
Saya merasa nyaman saat berada di Little Farmers	0,668	0,3	Valid
Jenis atraksi yang di tawarkan di Little Farmers sangat unik	0,740	0,3	Valid

Sumber: Pengolahan Data Menggunakan SPSS versi 16.0

Berdasarkan tabel 3.4 diatas, dapat diketahui bahwa hasil validitas dari faktor produk sudah memenuhi kriteria dimana koefisien validitas > nilai kritis (0,3). Maka seluruh pernyataan dinyatakan valid dan dapat digunakan dalam proses penelitian selanjutnya.

b) Uji Validitas Faktor Merk

Tabel 3.5 berikut ini merupakan hasil uji validitas tiap butir pernyataan mengenai faktor merk.

Tabel 3.5.
Validitas Faktor Merk

Faktor	Koefisien validitas	Nilai Kritis	Keterangan
Saya membeli paket wisata karena tertarik pada nama Little Farmers	0,624	0,3	Valid
Saya membeli paket wisata karena kepopuleran Little Farmers	0,430	0,3	Valid
Saya membeli paket wisata karena kepercayaan terhadap Little Farmers	0,564	0,3	Valid

Sumber: Pengolahan Data Menggunakan SPSS versi 16.0

Berdasarkan tabel 3.5 diatas, dapat diketahui bahwa hasil validitas dari faktor merk sudah memenuhi kriteria dimana koefisien validitas $>$ nilai kritis (0,3). Maka seluruh pernyataan pada faktor merk dinyatakan valid dan dapat digunakan dalam proses penelitian selanjutnya.

c) Uji Validitas Faktor Saluran Pembelian

Tabel dibawah ini merupakan hasil uji validitas tiap butir pernyataan mengenai faktor saluran pembelian.

Tabel 3.6.
Faktor Saluran Pembelian

Indikator	Koefisien validitas	Nilai Kritis	Keterangan
Lokasi Little Farmers sangat strategis	0,539	0,3	Valid
Aksesibilitas menuju Little Farmers sangat mudah dijangkau	0,427	0,3	Valid
Harga yang diberikan sesuai dengan fasilitas yang didapatkan	0,319	0,3	Valid

Sumber: Pengolahan Data Menggunakan SPSS versi 16.0

Berdasarkan tabel 3.6 diatas, dapat diketahui bahwa hasil validitas dari faktor saluran pembelian sudah memenuhi kriteria dimana koefisien validitas $>$ nilai kritis (0,3). Maka seluruh pernyataan pada faktor saluran pembelian dinyatakan valid dan dapat digunakan dalam proses penelitian selanjutnya.

d) Uji Validitas Faktor Waktu Pembelian

Tabel berikut ini merupakan hasil uji validitas tiap butir pernyataan mengenai faktor waktu Pembelian.

Tabel 3.7.
Faktor Waktu Kunjungan

Indikator	Koefisien validitas	Nilai Kritis	Keterangan
Saya Berkunjung ke Little Farmers saat <i>Weekday</i>	0,791	0,3	Valid
Saya berkunjung ke Little Farmers saat <i>Weekend</i>	0,859	0,3	Valid

Sumber: Pengolahan Data Menggunakan SPSS versi 16.0

Berdasarkan tabel 3.7 diatas, dapat diketahui bahwa hasil validitas dari faktor waktu kunjungan sudah memenuhi kriteria dimana koefisien validitas > nilai kritis (0,3). Maka seluruh pernyataan pada faktor waktu kunjungan dinyatakan valid dan dapat digunakan dalam proses penelitian selanjutnya.

e) Uji Validitas Faktor Jumlah Pembelian

Tabel dibawah ini merupakan hasil uji validitas tiap butir pernyataan mengenai faktor jumlah kunjungan.

Tabel 3.8.
Faktor Jumlah Pembelian

Indikator	Koefisien validitas	Nilai Kritis	Keterangan
Saya pertama kali berkunjung ke Little Farmers	0,698	0,3	Valid
Saya sudah pernah berkunjung ke Little Farmers sebelumnya	0,718	0,3	Valid
Saya membeli paket wisata di Little Farmers karena mendapat rekomendasi dari teman	0,702	0,3	Valid

Sumber: Pengolahan Data Menggunakan SPSS versi 16.0

Berdasarkan tabel 3.8 diatas, dapat diketahui bahwa hasil validitas dari faktor jumlah kunjungan sudah memenuhi kriteria dimana koefisien validitas

> nilai kritis (0,3). Maka seluruh pernyataan dinyatakan valid dan dapat digunakan dalam proses penelitian selanjutnya.

f) Uji Validitas Faktor Metode Pembayaran

Tabel dibawah ini merupakan hasil uji validitas tiap butir pernyataan mengenai faktor metode pembayaran.

Tabel 3.9.
Faktor Metode Pembayaran

Indikator	Koefisien validitas	Nilai Kritis	Keterangan
Pembayaran di Little Farmers sangat mudah dilakukan secara tunai	0,747	0,3	Valid
Pembayaran dapat dilakukan melalui debit, kartu kredit atau sistem pembayaran lainnya	0,739	0,3	Valid

Sumber: Pengolahan Data Menggunakan SPSS versi 16.0

Berdasarkan tabel 3.9 diatas, dapat diketahui bahwa hasil validitas dari faktor metode pembayaran sudah memenuhi kriteria dimana koefisien validitas > nilai kritis (0,3). Maka seluruh pernyataan dinyatakan valid dan dapat digunakan dalam proses penelitian selanjutnya.

2. Uji Realibilitas

Reliabilitas adalah ketepatan atau keakuratan (*accuracy*) dan kemantapan (*consistency*) suatu instrumen (Kusmayadi dan Sugiarto, 2000). Ketepatan dapat ditunjukkan dengan bagaimana kemampuan instrumen dapat mengukur dengan tepat. Sedangkan kemantapan akan dapat memberikan hasil yang sama apabila dipenuhi syarat kondisi saat pengukuran tidak berubah. Reliabilitas juga dapat diartikan sebagai istilah yang dipakai untuk menunjukkan sejauh mana suatu hasil pengukuran relatif konsisten apabila pengukuran dilakukan secara berulang atau lebih dari satu kali. Alat pengukur yang baik akan dapat memberikan hasil pengukuran yang konsisten (Wardiyanta, 2006). Pengujian realibilitas kuesioner penelitian dilakukan dengan teknik *Cronbach Alpha Coeficient*, sebagai berikut:

$$r_{11} \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum S_i}{S_t} \right]$$

Dimana :

- r_{11} = Nilai realibilitas
 $\sum S_i$ = Jumlah varians skor tiap item pertanyaan
 S_t = Varian total
 k = Jumlah item

Uji realibilitas dilakukan setelah uji validitas dan semua butir pernyataan dinyatakan valid. Seluruh pernyataan yang sudah diuji dan dinyatakan valid berjumlah 20 butir pernyataan. Hasil uji realibilitas dinyatakan reliabel apabila telah memenuhi kriteria nilai *Cronbach Alpha* yaitu $> 0,60$. Uji realibilitas akan dilakukan pada seluruh butir pernyataan secara bersamaan. Berikut ini adalah hasil uji realibilitas dengan menggunakan SPSS 16.0.

Tabel 3.10.

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0
a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.			

Sumber: Pengolahan Data Menggunakan SPSS versi 16.0

Tabel 3.11

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.936	20

Sumber: Pengolahan Data Menggunakan SPSS versi 16.0

Berdasarkan tabel 3.10 *Case Processing Summary* pada 30 pernyataan yang di uji, dapat diketahui bahwa tingkat validitasi seluruh pernyataan adalah 100%. Sedangkan tabel 3.11 *Reliability Statistic* pada 30 pernyataan

menunjukkan nilai alpha yang positif, yaitu 0,936 yang artinya adalah lebih besar dari standar nilai alpha yaitu $> 0,60$ sehingga penelitian ini dinyatakan reliabel dan setiap pernyataan dalam instrumen penelitian ini dapat dilanjutkan ke proses selanjutnya.

I. Analisis Data

Analisis data pada dasarnya merupakan proses penyederhanaan data ke dalam bentuk yang lebih mudah dibaca dan diinterpretasikan dan umumnya menggunakan metode statistik. Setelah data dianalisis dan informasi yang lebih sederhana diperoleh, hasilnya diinterpretasi untuk mencari makna dan implikasi yang lebih luas dari hasil penelitian (Wardiyanta, 2006). Selanjutnya menurut Nasehudin, T dan Gozali, N (2012) analisis data adalah proses pemberian makna terhadap sebuah data yang telah terkumpul dan diolah sesuai dengan metode atau pendekatan yang digunakan dalam penelitian untuk memecahkan masalah penelitian. Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis faktor.

Dalam penelitian ini, proses analisis data akan dimulai setelah seluruh data responden terkumpul. Adapun tahapan dalam analisis data adalah sebagai berikut:

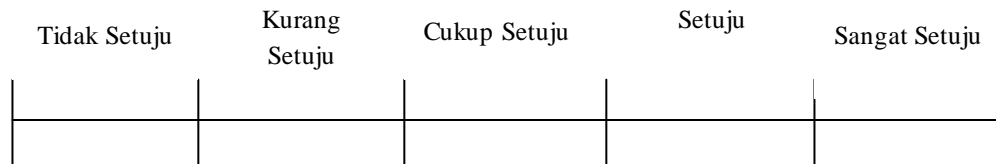
1. Menyusun data

Kegiatan ini dilakukan untuk mengecek kelengkapan data yang akan mendukung proses penelitian.

2. Tabulasi data

Dalam penelitian ini, ada beberapa tahapan yang dilakukan dalam tabulasi data, yaitu:

- a) Memberi skor pada setiap variabel.
- b) Menjumlahkan skor pada setiap item variabel yang diteliti.
- c) Menyusun rangking pada setiap variabel berdasarkan nilai tertinggi dan nilai terendah. Biasanya penyusunan rangking ini digambarkan melalui garis kontinum seperti pada gambar 3.2 berikut ini:



Gambar 3.2.

Contoh Garis Kontinum

Langkah- langkah perhitungan dalam garis kontinum menurut panuju (1995) dalam Rifa'i (2015) adalah sebagai berikut:

- Mencari nilai indeks minimum

$$\text{Nilai indeks minimum} = \text{skor minimum} \times \text{jumlah pernyataan} \times \text{jumlah responden}$$
- Mencari nilai indeks maksimum

$$\text{Nilai indeks maksimum} = \text{skor maksimum} \times \text{jumlah pernyataan} \times \text{jumlah responden}$$
- Interval = nilai indeks maksimum – nilai indeks minimum
- Jarak interval = interval/jumlah jenjang = interval/5
- Persentase skor = skor total : skor tertinggi x 100%

J. Analisis Faktor

Faktor analisis adalah salah satu keluarga analisis multivariant yang bertujuan untuk meringkas atau mereduksi variabel amatan secara keseluruhan menjadi beberapa variabel atau dimensi baru, akan tetapi variabel atau dimensi baru yang terbentuk tetap mampu mempresentasikan variabel utama, Yamin dan Kurniawan (2009). Kemudian Yamin dan Kurniawan (2009) juga menjelaskan bahwa terdapat dua pendekatan dalam analisis faktor, yaitu:

1. *Exploratory Factor Analysis*, yaitu suatu pendekatan yang digunakan apabila banyaknya faktor yang akan terbentuk tidak ditentukan terlebih dahulu.
2. *Confirmatory Factor Analysis*, yaitu suatu pendekatan yang digunakan apabila faktor yang terbentuk telah ditetapkan terlebih dahulu.

Analisis faktor mengidentifikasi struktur hubungan antar variabel atau responden dengan cara melihat korelasi antar variabel atau korelasi antar responden. Menurut Ghazali (2011) tujuan utama dari analisis faktor adalah mengidentifikasi struktur suatu data matrix dan menganalisis struktur saling hubungan (korelasi) antar sejumlah besar variabel (test score, test items, jawaban kuesiner) dengan cara mendefinisikan satu set kesamaan variabel atau dimensi yang sering disebut dengan faktor. Dengan analisis faktor, peneliti mengidentifikasi dimensi suatu faktor dan kemudian menentukan sampai seberapa jauh setiap variabel dapat dijelaskan oleh setiap dimensi.

Ghozali (2011) menyebutkan tujuan analisis faktor adalah untuk mengidentifikasi struktur hubungan antar variabel atau responden dengan cara melihat korelasi antar variabel atau korelasi antar responden (Data Summarization) yaitu:

R factor analysis : menganalisis satu set variabel untuk mengidentifikasi dimensi yang berbentuk latent (jika korelasi dilakukan dalam satu variabel), dalam SPSS adalah kolom

Q factor analysis : digunakan untuk melihat matrik korelasi responden berdasarkan karakteristik mereka (jika korelasi dilakukan antar responden), dalam SPSS adalah baris.

Selanjutnya tujuan dari analisis faktor adalah membuat sebuah variabel set baru yang disebut faktor untuk menggantikan sejumlah variabel tertentu (*Data Reduction*). Adapun proses analisis faktor menurut Ghazali (2011) adalah sebagai berikut:

1. Menentukan variabel – variabel yang akan dianalisis.
2. Menguji variabel – variabel penelitian tersebut dengan ketentuan tidak ada data visual yang nilai korelasinya dibawah 0,30 (berdasarkan validitas data responden). Apabila data dibawah 0,30 maka analisis tidak dapat dilakukan. Cara menentukan layak tidaknya dilakukan analisis faktor adalah melihat matrix korelasi secara keseluruhan.

Untuk menguji korelasi tersebut digunakan uji *Bartlett test of*

Sphericity. Jika hasilnya signifikan berarti matrix korelasi memiliki korelasi signifikan dengan sejumlah variabel. Selanjutnya untuk melihat interkorelasi antar variabel dan dapat tidaknya analisis faktor dilakukan, maka dilakukan uji *measure of sampling adequacy* (MSA) dengan ketentuan apabila nilai $MSA < 0,5$ maka analisis faktor tidak dapat dilakukan.

3. Langkah selanjutnya yang dilakukan dalam analisis faktor adalah *factoring* (rotasi faktor). *Factoring* adalah proses yang akan mengekstrak satu faktor atau lebih dari variabel – variabel yang telah dinyatakan lolos dalam uji variabel sebelumnya.
4. Setelah proses *factoring* maka akan muncul tabel *communities*. Tabel ini menjelaskan jumlah varians dari satu variabel yang bisa dijelaskan dengan faktor yang ada. Kemudian tabel yang akan muncul adalah tabel *Total Variance Explained* yang akan menampilkan *eigenvalues*. Nilai *eigenvalue* akan menjadi dasar untuk menentukan banyaknya jumlah faktor yang bisa diterima. Faktor akan bermakna apabila nilai *eigenvalue* lebih besar dari 1. Tahap selanjutnya dalam analisis faktor adalah tabel *component matrix* yang akan menunjukkan distribusi masing – masing variabel terhadap faktor yang akan menunjukkan faktor *loadings* yang menunjukkan besarnya korelasi antar variabel dengan faktor yang terbentuk. Faktor Loading yang besar dapat diartikan sebagai komponen penyusun terbesar dari faktor yang terkait.