

BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1. Objek Penelitian

Penelitian ini menganalisa tentang pengaruh pengembangan produk wisata terhadap keputusan berkunjung ke Museum Mandala Wangsit Siliwangi, dan penelitian ini terdiri dari pengembangan produk wisata sebagai variabel bebas (*independent variable*) dan keputusan berkunjung sebagai variabel terikat (*dependent variable*).

Penelitian ini dilakukan di lokasi objek penelitian yaitu Museum Mandala Wangsit Siliwangi dan dalam penelitian ini rombongan lembaga sekolah sebagai wisatawan bisnis atau lembaga yang berkunjung ke museum tersebut akan dijadikan salah satu sasaran penelitian karena mereka merupakan pihak yang mengambil keputusan berkunjung ke Museum Mandala Wangsit Siliwangi.

3.2. Metode Penelitian

3.2.1 Jenis dan Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan ilmu-ilmu manajemen pemasaran di bidang pariwisata, khususnya destinasi. Pemasaran di bidang pariwisata yang dimaksud dalam penelitian ini adalah keberadaan upaya pengembangan produk wisata yang mempunyai pengaruh terhadap keputusan berkunjung ke Museum Mandala Wangsit Siliwangi, dan variabel yang diteliti yaitu variabel pengembangan produk

dengan dimensi atraksi dan lingkungan destinasi, layanan dan fasilitas destinasi, aksesibilitas destinasi, *image* dan persepsi destinasi, dan harga, sebagai variabel independen (bebas) dan keputusan berkunjung bisnis sebagai variabel dependen (terikat) dengan indikator yaitu pilihan produk dan jasa, pilihan pemasok, jumlah pesanan, persyaratan waktu dan pengiriman, persyaratan pelayanan, dan pembayaran, tetapi dalam penelitian ini pembayaran tidak diteliti.

Penelitian ini berjenis verifikatif, karena dalam penelitian ini menguji suatu kebenaran teori yang digunakan sesuai dengan fenomena yang terjadi di lapangan dan penelitian ini juga menguji kebenaran pengumpulan data dengan menggunakan data primer dan sekunder. Menurut Kuntjojo (2009:9) penelitian verifikatif merupakan penelitian yang dilakukan dengan tujuan membuktikan kebenaran suatu teori pada waktu dan tempat tertentu. Penelitian yang bersifat verifikatif ini pada dasarnya mempunyai maksud ingin mengetahui pengaruh pengembangan produk wisata terhadap keputusan berkunjung ke Museum Mandala Wangsit Siliwangi.

Penelitian ini berjenis deskriptif yang menggambarkan hubungan variabel yang saling mempengaruhi. Menurut Sugiyono (2011:59) penelitian deskriptif adalah penelitian yang tidak membuat perbandingan variabel itu pada sampel lain, dan mencari hubungan variabel dengan variabel lain. Sedangkan Aziz Firdaus (2012:16) berpendapat riset atau penelitian deskriptif mempunyai ciri dominan yaitu menjelaskan karakteristik satu variabel tertentu secara terstruktur dan spesifik, dimana data yang dianalisis berupa data sekunder atau hasil observasi

Arya Nugraha Soepardi, 2013

Pengaruh Pengembangan Produk Wisata Terhadap Tingkat Keputusan Berkunjung Ke Museum Mandala Wangsit Siliwangi

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

yang relatif banyak. Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui gambaran pengaruh pengembangan produk wisata dengan subvariabel yang diantaranya atraksi dan lingkungan destinasi, layanan dan fasilitas destinasi, aksesibilitas destinasi, *image* dan persepsi destinasi, dan harga terhadap keputusan berkunjung bisnis yang terdiri indikator pilihan produk dan jasa, pilihan pemasok, jumlah pesanan, persyaratan waktu dan pengiriman, persyaratan pelayanan, dan pembayaran, tetapi dalam penelitian ini pembayaran tidak diteliti.

Penelitian ini juga menggunakan metode berjenis *explanatory survey* (penelitian survei). Menurut Sugiyono (2011:12) penelitian survei adalah penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil, tetapi data yang dipelajari adalah data dari sampel yang diambil dari populasi tersebut, sehingga ditemukan kejadian-kejadian yang relatif, distribusi, dan hubungan antarvariabel sosiologis maupun psikologis. Penelitian ini menggunakan metode penelitian survei karena penelitian ini menggunakan berbagai informasi dari sebagian populasi yang berada di tempat objek penelitian secara langsung, dan informasi tersebut dapat mengetahui pengaruh variabel yang diteliti.

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan desain *cross-sectional* yang dilakukan pada waktu tertentu. Menurut Aziz Firdaus (2012:17) desain *cross-sectional* merupakan kegiatan penelitian yang dilakukan pada suatu waktu tertentu, dimana dilakukan pengamatan terhadap suatu objek yang selanjutnya objek tersebut dianalisis dan diambil suatu kesimpulan. Penelitian ini menggunakan desain *cross-sectional* karena penelitian ini dilakukan pada jangka

Arya Nugraha Soepardi, 2013

Pengaruh Pengembangan Produk Wisata Terhadap Tingkat Keputusan Berkunjung Ke Museum Mandala Wangsit Siliwangi

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

waktu tertentu, yang kemudian objek pada penelitian ini akan diuji dan dianalisis sehingga hasil penelitian ini akan dibuat menjadi suatu kesimpulan.

3.2.2. Operasional Variabel

Penelitian ini terdapat variabel yang diteliti yang diantaranya pengembangan produk wisata sebagai variabel bebas (X) dengan subvariabel atraksi dan lingkungan destinasi (X1), layanan dan fasilitas destinasi (X2), aksesibilitas destinasi (X3), *image* dan persepsi destinasi (X4), dan harga (X5), serta keputusan berkunjung bisnis yang terdiri dari indikator pilihan produk dan jasa, pilihan pemasok, jumlah pesanan, persyaratan waktu dan pengiriman, dan persyaratan pelayanan. Pengoperasional variabel dilakukan untuk mengetahui pengaruh antara variabel yang diteliti serta mengukur skor atau nilai dari masing-masing variabel baik variabel independen maupun dependen.

Pengoperasional kedua variabel pada penelitian ini menggunakan skala *Hybrid Ordinaly Interval Scale*. Menurut Asep Hermawan (2005:123) *Hybrid Ordinaly Interval* merupakan suatu skala yang secara artificial ditransformasikan ke dalam skala interval oleh peneliti. Penjabaran operasional variabel secara lebih rinci dapat dilihat pada Tabel 3.1.

TABEL 3.1
OPERASIONAL VARIABEL

Variabel/ Subvariabel	Konsep	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
Produk	Elemen komponen destinasi yang menentukan pilihan wisatawan dan				

Wisata (X)	mempengaruhi motivasi wisatawan untuk berkunjung ke destinasi tersebut. (Middleton, Fyall, dan Morgan, 2009:120-122)				
Atraksi dan lingkungan destinasi (X1)	Komponen destinasi yang menentukan pilihan wisatawan dan mempengaruhi motivasi wisatawan untuk berkunjung ke destinasi tersebut. (Middleton, Fyall, dan Morgan, 2009:120-122)	• Daya tarik museum	• Tingkat daya tarik museum	<i>Hybrid Ordinaly Interval Scale</i>	1
		• Karakteristik benda koleksi yang ada di museum	• Tingkat karakteristik benda koleksi yang ada di museum	<i>Hybrid Ordinaly Interval Scale</i>	2
		• Kualitas benda koleksi yang ada di museum	• Tingkat kualitas benda koleksi yang ada di museum	<i>Hybrid Ordinaly Interval Scale</i>	3
		• Kualitas benda koleksi yang ada di museum	• Tingkat kualitas benda koleksi yang ada di museum	<i>Hybrid Ordinaly Interval Scale</i>	3
		• Keragaman koleksi benda yang ada di museum	• Tingkat keragaman koleksi benda yang ada di museum	<i>Hybrid Ordinaly Interval Scale</i>	4
		• Kenyamanan lingkungan museum	• Tingkat kenyamanan lingkungan museum	<i>Hybrid Ordinaly Interval Scale</i>	5
Layanan dan fasilitas destinasi (X2)	Elemen komponen yang ada di suatu destinasi yang berkaitan dengan destinasi, yang mana memungkinkan wisatawan tinggal dan menikmati serta ikut serta dalam melakukan aktivitas pada atraksi yang	• Kelengkapan fasilitas museum	• Tingkat kelengkapan fasilitas museum	<i>Hybrid Ordinaly Interval Scale</i>	6
		• Kesesuaian fasilitas dengan kebutuhan pengunjung	• Tingkat kesesuaian fasilitas dengan kebutuhan pengunjung	<i>Hybrid Ordinaly Interval Scale</i>	7
		• Kondisi gedung museum	• Tingkat kondisi gedung museum	<i>Hybrid Ordinaly Interval Scale</i>	8
		• Area tempat	• Tingkat area	<i>Hybrid</i>	9

Arya Nugraha Soepardi, 2013

Pengaruh Pengembangan Produk Wisata Terhadap Tingkat Keputusan Berkunjung Ke Museum Mandala Wangsit Siliwangi

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

	ditawarkan	parkir museum	tempat parkir museum	<i>Ordinaly Interval Scale</i>	
		<ul style="list-style-type: none"> • Kondisi mushola di lingkungan museum 	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat kondisi mushola di lingkungan museum 	<i>Hybrid Ordinaly Interval Scale</i>	10
Aksesibilitas destinasi (X3)	Aspek alat transportasi yang menentukan biaya, kecepatan, dan kenyamanan pelancong (<i>traveller</i>) yang meninggalkan tempat tinggalnya, dan mencari serta menuju suatu destinasi yang dipilihnya dan aksesibilitas destinasi terdiri dari infrastruktur, alat transportasi, dan faktor	<ul style="list-style-type: none"> • Aksesibilitas pencapaian lokasi museum 	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat aksesibilitas pencapaian lokasi museum 	<i>Hybrid Ordinaly Interval Scale</i>	11
		<ul style="list-style-type: none"> • Keadaan dan kondisi infrastuktur atau jalan menuju lokasi museum 	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat keadaan dan kondisi infrastuktur atau jalan menuju lokasi museum 	<i>Hybrid Ordinaly Interval Scale</i>	12
		<ul style="list-style-type: none"> • Kelengkapan sarana dan prasarana transportasi 	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat kelengkapan sarana dan prasarana transportasi 	<i>Hybrid Ordinaly Interval Scale</i>	13
		<ul style="list-style-type: none"> • Kemudahan untuk mendapatkan informasi mengenai museum 	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat kemudahan untuk mendapatkan informasi mengenai museum 	<i>Hybrid Ordinaly Interval Scale</i>	14
<i>Image</i> dan persepsi destinasi (X4)	Sikap dan <i>image</i> suatu destinasi tertuju pada produk wisata yang mempengaruhi keputusan berkunjung secara kuat. <i>Image</i> suatu destinasi tidak berdasarkan pengalaman	<ul style="list-style-type: none"> • Persepsi wisatawan terhadap museum 	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat persepsi wisatawan terhadap museum 	<i>Hybrid Ordinaly Interval Scale</i>	19
		<ul style="list-style-type: none"> • Kesesuaian penataan koleksi benda yang ditawarkan dengan informasi yang didapat 	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkatan kesesuaian penataan koleksi benda yang ditawarkan dengan informasi yang didapat 	<i>Hybrid Ordinaly Interval Scale</i>	20

Arya Nugraha Soepardi, 2013

Pengaruh Pengembangan Produk Wisata Terhadap Tingkat Keputusan Berkunjung Ke Museum Mandala Wangsit Siliwangi

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

	secara langsung, dan menjadi motivasi kuat wisatawan untuk melakukan	<ul style="list-style-type: none"> • Motivasi wisatawan untuk berkunjung ke museum 	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat motivasi wisatawan untuk berkunjung ke museum 	<i>Hybrid Ordinaly Interval Scale</i>	21
		<ul style="list-style-type: none"> • Keberadaan museum di dalam benak pikiran wisatawan 	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat keberadaan museum di dalam benak pikiran wisatawan 	<i>Hybrid Ordinaly Interval Scale</i>	22
Harga (X5)	Biaya untuk perjalanan, akomodasi, dan keikutsertaan memilih fasilitas dan layanan, karena destinasi menawarkan tingkatan produk wisata serta daya tarik berdasarkan segmen, biaya yang meliputi seluruh komponen produk wisata. (Middleton, Fyall, dan Morgan, 2009:120-122)	<ul style="list-style-type: none"> • Biaya yang diperuntukan masuk ke museum 	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat biaya yang diperuntukan masuk ke museum 	<i>Hybrid Ordinaly Interval Scale</i>	23
		<ul style="list-style-type: none"> • Kesesuaian efisiensi harga dengan kualitas dan manfaat dari koleksi benda sebagai produk wisata yang ditawarkan 	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat kesesuaian efisiensi harga dengan kualitas dan manfaat dari koleksi benda sebagai produk wisata yang ditawarkan 	<i>Hybrid Ordinaly Interval Scale</i>	24
Keputusan Berkunjung Bisnis (Y)	Perilaku pembelian bisnis adalah perilaku pembelian organisasi atau perusahaan yang membeli barang atau jasa untuk memproduksi barang atau jasa lainnya yang akan dijual, disewa, dan dipasok kepada pembeli lain (Diadopsi dari Kotler dan Armstrong, 2012:166)				
		Pilihan Produk dan Jasa			
		<ul style="list-style-type: none"> • Pemilihan produk wisata berdasarkan kualitas koleksi benda museum yang dipajang 	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat pemilihan produk wisata berdasarkan kualitas koleksi benda museum yang dipajang 	<i>Hybrid Ordinaly Interval Scale</i>	25
		<ul style="list-style-type: none"> • Pemilihan produk wisata 	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat pemilihan 	<i>Hybrid Ordinaly</i>	26

Arya Nugraha Soepardi, 2013

Pengaruh Pengembangan Produk Wisata Terhadap Tingkat Keputusan Berkunjung Ke Museum Mandala Wangsit Siliwangi

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

		berdasarkan daya tarik koleksi benda museum	produk wisata berdasarkan daya tarik koleksi benda museum	<i>Interval Scale</i>	
		• Pemilihan produk wisata berdasarkan biaya masuk museum	• Tingkat pemilihan produk wisata berdasarkan biaya masuk museum	<i>Hybrid Ordinaly Interval Scale</i>	27
		• Pemilihan produk berdasarkan kenyamanan lingkungan museum	• Tingkat Pemilihan produk berdasarkan kenyamanan lingkungan museum	<i>Hybrid Ordinaly Interval Scale</i>	28
		• Pemilihan produk berdasarkan informasi tentang museum yang didapat.	• Tingkat pemilihan produk berdasarkan informasi tentang museum yang didapat.	<i>Hybrid Ordinaly Interval Scale</i>	29
		Pemilihan Pemasok (Supplier)			
		• Kesesuaian informasi yang diperoleh dengan kualitas layanan dan produk yang ditawarkan	• Tingkat Kesesuaian informasi yang diperoleh dengan kualitas layanan dan produk yang ditawarkan	<i>Hybrid Ordinaly Interval Scale</i>	30
		• Kesesuaian layanan dan produk dengan kebutuhan dan keinginan pengunjung	• Tingkat Kesesuaian layanan dan produk dengan kebutuhan dan keinginan pengunjung	<i>Hybrid Ordinaly Interval Scale</i>	

Arya Nugraha Soepardi, 2013

Pengaruh Pengembangan Produk Wisata Terhadap Tingkat Keputusan Berkunjung Ke Museum Mandala Wangsit Siliwangi

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

Jumlah Pembelian			
• Frekuensi wisatawan berkunjung ke museum	• Tingkat Frekuensi wisatawan berkunjung ke museum	<i>Hybrid Ordinaly Interval Scale</i>	31
Persyaratan Waktu dan Pengiriman			
• Kesesuaian antara waktu luang yang dimiliki pengunjung dengan waktu museum menerima kunjungan	• Tingkat kesesuaian antara waktu luang yang dimiliki pengunjung dengan waktu museum menerima kunjungan	<i>Hybrid Ordinaly Interval Scale</i>	31
• Durasi waktu kunjungan	• Tingkat durasi waktu kunjungan	<i>Hybrid Ordinaly Interval Scale</i>	32
Persyaratan Pelayanan			
• Kesesuaian pelayanan dengan yang diharapkan pengunjung	• Tingkat kesesuaian pelayanan dengan yang diharapkan pengunjung	<i>Hybrid Ordinaly Interval Scale</i>	34
• Kemampuan dan kualitas layanan yang diberikan	• Tingkat kemampuan dan kualitas layanan yang diberikan	<i>Hybrid Ordinaly Interval Scale</i>	35

Sumber: Hasil Pengolahan Data dan Referensi Buku

3.2.3. Jenis dan Sumber Data

Sumber data yang diperlukan dalam penelitian ini terdiri dari dua kelompok sumber data yaitu:

1. Sumber Data Primer

Arya Nugraha Soepardi, 2013
 Pengaruh Pengembangan Produk Wisata Terhadap Tingkat Keputusan Berkunjung Ke Museum Mandala Wangsit Siliwangi
 Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Menurut Sugiyono (2011:187) sumber primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data, sedangkan Aziz Firdaus (2012:28) berpendapat bahwa data primer adalah data yang diperoleh sendiri oleh perseorangan atau organisasi langsung melalui objeknya seperti rekapitulasi hasil kuesioner, pengamatan langsung, dan hasil wawancara. Dalam penelitian ini sumber data primer diperoleh dengan menyebarkan kuesioner kepada lembaga sekolah yang pernah berkunjung ke Museum Mandala Wangsit Siliwangi.

2. Sumber Data Sekunder

Menurut Sugiyono (2011:187) sumber sekunder merupakan sumber tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen. Sedangkan Aziz Firdaus (2012:28) berpendapat bahwa data sekunder adalah data yang diperoleh dalam bentuk yang sudah jadi berupa publikasi seperti data-data laporan keuangan perusahaan, data-data dari majalah, jurnal, *website* lembaga atau perusahaan. Pada penelitian ini sumber data sekunder antara lain data jumlah kunjungan wisatawan dan profil perusahaan serta struktur organisasi.

Berbagai macam data yang digunakan pada penelitian ini dibagi berdasarkan dua kelompok sesuai dengan sumber data didapatkan dan data-data yang digunakan ditampilkan pada Tabel 3.2

TABEL 3.2
JENIS DAN SUMBER DATA

No	Bentuk Data	Jenis Data	Sumber Data
----	-------------	------------	-------------

1	Jumlah kunjungan wisatawan ke Indonesia	Sekunder	www.budpar.go.id
2	Jumlah kunjungan wisatawan ke Jawa Barat	Sekunder	Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Jawa Barat
3	Jumlah Kunjungan Wisatawan ke Kota Bandung	Sekunder	Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung
4.	Profil Perusahaan dan Struktur organisasi	Sekunder	Pengelola Museum Mandala Wangsit Siliwangi
5	Jumlah kunjungan ke Museum Mandala Wangsit Siliwangi	Sekunder	Pengelola Museum Mandala Wangsit Siliwangi
6	Tanggapan responden mengenai pengembangan produk wisata	Primer	Pimpinan pengunjung rombongan lembaga sekolah
7	Tanggapan responden mengenai keputusan berkunjung	Primer	Pimpinan pengunjung rombongan lembaga sekolah

Sumber: Pengolahan Berbagai Sumber

3.2.4. Populasi, dan Sampel

3.2.4.1. Populasi

Sugiyono (2012:61) berpendapat bahwa populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian nanti ditarik kesimpulannya. Jadi jumlah populasi bukan hanya orang, tetapi juga objek dan 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. Populasi pada penelitian ini adalah seluruh rombongan lembaga sekolah yang berkunjung ke Museum Mandala Wangsit Siliwangi pada tahun 2012 dengan jumlah 40 rombongan lembaga sekolah.

3.2.4.2. Sampel

Sampel merupakan bagian dari sebuah populasi yang diteliti, dan menurut

Sugiyono (2012:62) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang

Arya Nugraha Soepardi, 2013

Pengaruh Pengembangan Produk Wisata Terhadap Tingkat Keputusan Berkunjung Ke Museum Mandala Wangsit Siliwangi

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

dimiliki oleh populasi. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Menurut Aziz Firdaus (2012:30) sampel adalah sebagian anggota populasi yang memiliki karakteristik populasi. Kesimpulan hasil penelitian sampel anggota populasi, dapat diberlakukan untuk semua anggota populasi, dengan sebuah asumsi bahwa karakteristik dimiliki populasi benar-benar homogen. Pengambilan sampel dilakukan apabila jumlah anggota populasi lebih dari 30, dan Sugiyono (2012:68) berpendapat bahwa semua anggota populasi dapat dijadikan sampel apabila jumlah populasi relatif kecil, kurang dari 30 orang. Pada penelitian ini dilakukan pengambilan sampel karena jumlah anggota populasi lebih dari 30 dan anggota populasi tersebut berjumlah 40.

Penentuan sampel pada penelitian ini, menggunakan rumus *slovin* berdasarkan pada tingkat kepercayaan yang digunakan dan jumlah populasi sebagai berikut:

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

(Aziz Firdaus, 2012:33)

Dimana:

N = Jumlah Populasi

e = Tingkat kesalahan

n = Jumlah sampel

Arya Nugraha Soepardi, 2013

Pengaruh Pengembangan Produk Wisata Terhadap Tingkat Keputusan Berkunjung Ke Museum Mandala Wangsit Siliwangi

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

Sugiyono (2011:128) mengemukakan "taraf atau tingkat kesalahan bisa 1%, 5%, dan 10%". Penentuan jumlah sampel pada penelitian ini menggunakan rumus *slovin* karena penelitian ini ingin menguji sampel berdasarkan tingkat kepercayaan dalam memprediksi populasi secara baik dan tepat. Jumlah sampel yang diteliti dapat diperoleh dengan menggunakan rumus *slovin* sebagai berikut:

$$n = \frac{40}{1 + 40 (0,10)^2}$$

$$n = 28,57 = 30$$

Berdasarkan perhitungan sampel di atas, maka jumlah sampel rombongan sekolah yang akan diteliti sebanyak 30 rombongan lembaga sekolah.

3.2.4.3. Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel digunakan saat meneliti jumlah sampel yang sudah ditentukan sesuai dengan jumlah data yang tersedia. Menurut Sugiyono (2012:62) teknik *sampling* merupakan teknik pengambilan sampel. Aziz Firdaus (2012:29) juga berpendapat "suatu penelitian sampel dilakukan, terlebih dahulu perlu ditentukan suatu populasi dari sampel tersebut".

Menurut Sugiyono (2012:62-66) teknik *sampling* pada dasarnya dapat dikelompokkan dua yaitu *probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel dan *nonprobability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan sama bagi unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel.

Teknik sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah teknik *probability sampling* dan salah satu teknik *probability sampling* yang digunakan adalah teknik *simple random sampling*. Sugiyono (2012:64) mendefinisikan teknik *simple random sampling* adalah pengambilan anggota sample dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada pada populasi tersebut. Penelitian ini menggunakan teknik *simple random sampling* karena anggota sampel yang diteliti dianggap homogen, dan sampel yang diteliti diambil secara acak tanpa melihat karakteristik masing-masing anggota sampel.

Penggunaan teknik *simple random sampling* pada penelitian ini menggunakan kerangka sampel yang merupakan daftar yang memuat seluruh elemen/anggota populasi, sebagai dasar penarikan sampel random (Nugraha Setiawan, 2005:1). Kerangka sampel yang digunakan pada teknik *simple random sampling* adalah elemen populasi rombongan lembaga sekolah yang berkunjung ke Museum Mandala Wangsit Siliwangi pada tahun 2012 yang tersaji pada Tabel 3.3.

TABEL 3.3
KERANGKA SAMPEL POPULASI ROMBONGAN LEMBAGA
SEKOLAH YANG BERKUNJUNG KE MUSEUM MANDALA WANGSIT
SILIWANGI TAHUN 2012

No	Nama Sekolah	No	Nama Sekolah
1	SDN 11 Lembang	21	SDN Citeureup 3 Cimahi
2	SDN Coblong Bandung	22	SDN Perumnas I Subang

Arya Nugraha Soepardi, 2013
Pengaruh Pengembangan Produk Wisata Terhadap Tingkat Keputusan Berkunjung Ke Museum Mandala Wangsit Siliwangi
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

3	SDN Sukasari Bandung	23	SD Bbk Tarogong Bandung
4	SD Muhammadiyah 3 Bandung	24	SD Kebon Gedang Bandung
5	SD Maria Bintang Laut Bandung	25	SDN Karang Mulya Bandung
6	SD Pasirkaliki 4 Bandung	26	SMPK BPK Holis Bandung
7	SDN Bina Bakti Padalarang	27	SMP 3 Bekasi
8	SDN Cigondewah Bandung	28	SMP N 130 Jakarta Pusat
9	SD Purnama Cimahi	29	MTs Yakpi Wasilatul Huda Soreang
10	SD Cimuncang Baleendah	30	SMP N 87 Jakarta Pusat
11	SDN Harapan Bandung	31	SMP N 1 Cangkuang
12	SDN Cicabe Bandung	32	MTS Al Islamiyah Depok
13	SDN Al Hidayah Bandung	33	SMA Labschool UPI
14	SD Pasir Pogor Bandung	34	SMA N 14 Bandung
15	SD St Ursula Bandung	35	SMA Assalam Bandung
16	SD Neglasari Bandung	36	SMA Mutiara I Bandung
17	SD Hikmah Teladan Cimahi	37	SMA K Rehebot Bandung
18	SD Parung Serab Soreang	38	SMK Pasim Plus Sukabumi
19	SD Yos Sudarso Bandung	39	SMK RA Kartini Bandung
20	SD Muhammadiyah 4 Bandung	40	SMA N 21 Bandung

Sumber: Pengelola Museum Mandala Wangsit Siliwangi, 2013

Kerangka sampel populasi pada Tabel 3.3 terdiri dari elemen/anggota populasi rombongan lembaga sekolah yang berkunjung ke Museum Mandala Wangsit Siliwangi, dan kerangka sampel tersebut ditambah dengan daftar sampel rombongan sekolah yang berkunjung ke museum tersebut yang diperoleh secara acak (*random*) dari populasi yang digunakan. Berikut nama-nama rombongan lembaga sekolah yang dijadikan sampel yang tersaji pada Tabel 3.4.

TABEL 3.4
DAFTAR SAMPEL ROMBONGAN LEMBAGA SEKOLAH YANG
BERKUNJUNG KE MUSEUM MANDALA WANGSIT SILIWANGI
TAHUN 2012

No	Nama Sekolah	No	Nama Sekolah
1	SDN Negalasari Bandung	16	SD Cimuncang Baleendah

Arya Nugraha Soepardi, 2013

Pengaruh Pengembangan Produk Wisata Terhadap Tingkat Keputusan Berkunjung Ke Museum Mandala Wangsit Siliwangi

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

2	SDN Coblong Bandung	17	SD Cigondewah Bandung
3	SD Harapan Bandung	18	SD Hikmah Teladan Cimahi
4	SDN Pasirkaliki IV Bandung	19	SD Citeureup 3 Cimahi
5	SDN 11 Lembang	20	SD Muhammadiyah 3 Bandung
6	SDN Cicabe	21	SDN Sukasari Bandung
7	SD Purnama Cimahi	22	SD Muhammadiyah 4 Bandung
8	SDN Karang Mulya Bandung	23	SD St Ursula Bandung
9	SD Al Hidayah Bandung	24	SMP BPK Holis Bandung
10	SDN Bina Bakti Padalarang	25	MTs Yakpi Wasilatul Huda Soreang
11	SD Maria Bantang Laut Bandung	26	SMAN 14 Bandung
12	SDN Babakan Tarogong Bandung	27	SMA Mutiara I Bandung
13	SDN Kebon Gedang I Bandung	28	SMA Reheboth Bandung
14	SD Yos Sudarso Bandung	29	SMA Labschool UPI
15	SDN Pasir Pogor Bandung	30	SMK Pasim Plus Sukabumi

Sumber: Pengolahan Data, 2013

Berdasarkan daftar sampel rombongan lembaga sekolah yang berkunjung ke Museum Mandala Wangsit Siliwangi yang tersaji pada Tabel 3.4, maka guru mata pelajaran Ilmu Pengetahuan Sosial (IPS) yang bertindak sebagai pengambil keputusan berkunjung ke museum tersebut akan dijadikan responden yang mewakili setiap sekolahnya untuk memberikan tanggapan.

3.2.4.4. Teknik Pengumpulan Data

Data merupakan salah satu hal yang penting dalam melakukan penelitian khususnya digunakan untuk meneliti variabel-variabel yang ada pada suatu masalah yang terjadi, sehingga dalam penelitian data harus dicari dan diperoleh. Berikut beberapa teknik pengumpulan data yang dilakukan pada penelitian ini yang diantaranya:

1. Wawancara

Arya Nugraha Soepardi, 2013

Pengaruh Pengembangan Produk Wisata Terhadap Tingkat Keputusan Berkunjung Ke Museum Mandala Wangsit Siliwangi

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

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. Teknik wawancara mendasarkan diri pada laporan tentang diri sendiri atau *self report* atau setidak-tidaknya pada pengetahuan dan keyakinan pribadi (Sugiyono, 2011:188). Wawancara pada penelitian ini dilakukan dengan berdiskusi bersama pengelola museum tersebut untuk mengetahui profil museum, struktur organisasi, dan perkembangan jumlah kunjungan wisatawan dari waktu ke waktu secara mendalam.

2. 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. Teknik observasi tidak terbatas pada orang tetapi juga pada objek-objek alam yang lain observasi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis. Dua diantaranya yang terpenting adalah proses-proses pengamatan dan ingatan (Sugiyono, 2011:196). Observasi pada penelitian ini lebih mengamati dan mengingat berbagai kegiatan dan kejadian di Museum Mandala Wangsit Siliwangi. Observasi yang dilakukan pada penelitian ini yaitu mengunjungi Museum Mandala Wangsit Siliwangi, mengikuti berbagai

macam kegiatan dan mengamati pengembangan produk wisata yang dilakukan museum tersebut.

3. Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawabnya, dan kuesioner juga merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu yang bisa diharapkan dari responden (Sugiyono, 2011:192). Pengumpulan data dengan teknik kuesioner dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada lembaga sekolah yang pernah berkunjung ke Museum Mandala Wangsit Siliwangi dan mereka mengisi setiap pertanyaan pada kuesioner untuk mengetahui tanggapan mereka mengenai pengembangan produk wisata yang mempengaruhi keputusan berkunjung ke museum tersebut.

4. Studi Literatur

Penelitian ini menggunakan berbagai studi literatur untuk memperoleh teori-teori mengenai variabel yang digunakan dan studi literatur yang digunakan antara lain:

1. Beberapa buku tentang pemasaran dan pariwisata yang berisikan teori yang berkaitan dengan variabel yang dileliti.
2. Skripsi, jurnal, dan berbagai penelitian terdahulu.
3. Media elektronik seperti internet.

3.2.5. Pengujian dan Hasil Validitas dan Realibilitas

Pada penelitian semua data harus diuji validitas dan reabilitasnya agar penelitian ini terbukti *valid* (syah) dan *reliable* (dapat dipercaya), sehingga dapat menghasilkan suatu hasil penelitian yang berkualitas. Menurut Sugiyono (2011:168) dengan menggunakan instrumen yang *valid* dan *reliable* dalam pengumpulan data, maka diharapkan hasil penelitian akan menjadi valid dan reliabel. Jadi instrumen yang valid dan reliabel merupakan syarat mutlak untuk mendapatkan hasil penelitian yang valid dan reliabel juga.

3.2.5.1. Pengujian Hasil Validitas

Sugiyono (2011:168) berpendapat bahwa instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu *valid*. *Valid* berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Menurut Husein Umar (2010:52) uji validitas berguna untuk mengetahui apakah ada pertanyaan-pertanyaan pada kuesioner yang harus dibuang/diganti karena dianggap tidak relevan. Sugiyono (2011:174) mengemukakan apakah setiap butir dalam instrumen itu valid atau tidak, dapat diketahui dengan cara mengkorelasikan antara skor butir dengan skor total.

Rumus yang digunakan untuk mengukur kevalidan suatu instrumen pada penelitian adalah rumus korelasi *product moment* sebagai berikut:

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

Arya Nugraha Soepardi, 2013

Pengaruh Pengembangan Produk Wisata Terhadap Tingkat Keputusan Berkunjung Ke Museum Mandala Wangsit Siliwangi

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

(Sugiyono, 2012:228)

Dimana :

r = Nilai korelasi yang digunakan

Setelah pengujian validitas, maka akan dilakukan pengujian signifikansi koefisien korelasi dengan menghitung uji t dengan rumus sebagai berikut:

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

(Sugiyono, 2012: 230)

Harga t hitung tersebut kemudian dibandingkan dengan harga t tabel dan keputusan pengujian validitas responden pengunjung Museum Mandalawangsit Siliwangi dengan menggunakan taraf signifikansi sebagai berikut:

1. Apabila t hitung > t tabel maka, pertanyaan responden dikatakan *valid*
2. Apabila t hitung < t tabel, maka pertanyaan responden dikatakan *invalid*

Untuk dapat memberikan penafsiran terhadap koefisien korelasi yang ditemukan tersebut besar atau kecil, maka dapat berpedoman pada ketentuan yang tersaji pada Tabel 3.5.

TABEL 3.5
PEDOMAN UNTUK MEMBERIKAN INTERPRETASI
KOEFESIEN KORELASI

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 - 0,199	Sangat Rendah
0,20 - 0,399	Rendah
0,40 - 0,599	Sedang
0,60 - 0,799	Kuat
0,80 - 1,000	Sangat Kuat

Sumber: Sugiyono (2012:231)

Dalam analisis korelasi terdapat suatu angka yang disebut dengan Koefisien Determinasi (r^2). Koefisien ini disebut koefisien penentu, karena varians yang terjadi pada variabel dependen dapat dijelaskan melalui varians yang terjadi pada variabel independen.

Pengujian validitas dan reliabilitas dilakukan dengan menggunakan program SPSS 17 yang berfungsi mengolah data yang diperoleh dari 10 orang responden dan berikut hasil uji validitas pada kesepuluh responden tersebut yang tersaji pada Tabel 3.6.

TABEL 3.6
HASIL UJI VALIDITAS VARIABEL (X) PENGEMBANGAN PRODUK
WISATA DAN VARIABEL (Y) KEPUTUSAN BERKUNJUNG

No	Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Pengembangan Produk Wisata (X)				
I. Atraksi dan lingkungan Destinasi				
1	Daya tarik Museum	0,893	0,707	Valid
2	Ciri-ciri koleksi benda yang ada di museum	0,963	0,707	Valid
3	Kualitas koleksi benda yang ada di museum	0,833	0,707	Valid
4	Kelengkapan ragam koleksi benda yang ada di museum	0,813	0,707	Valid
5	Kondisi lingkungan museum	0,934	0,707	Valid
II. Fasilitas dan Layanan Destinasi				
1	Kelengkapan fasilitas museum	0,793	0,707	Valid
2	Kesesuaian fasilitas dengan kebutuhan pengunjung		0,707	Valid
3	Kondisi gedung museum	0,712	0,707	Valid
4	Area tempat parkir museum	0,934	0,707	Valid
5	Kondisi mushola di lingkungan museum	0,822	0,707	Valid
6	Kondisi kantin museum	0,885	0,707	Valid
7	Keahlian pemandu dalam menjelaskan museum		0,707	Valid
8	Keramahan karyawan dalam	0,900	0,707	Valid

	melayani pengunjung			
9	Penampilan karyawan yang melayani pengunjung	0,882	0,707	Valid
III. Aksesibilitas Destinasi				
1	Aksesibilitas pencapaian lokasi museum	0,851	0,707	Valid
2	Keadaan dan kondisi infrastuktur atau jalan menuju lokasi museum	0,924	0,707	Valid
3	Sarana dan prasarana transportasi yang melalui lokasi museum	0,979	0,707	Valid
4	Kemudahan publik akses untuk mendapatkan informasi tentang museum	0,877	0,707	Valid
IV. Image dan Persepsi Destinasi				
1	Persepsi wisatawan terhadap museum	0,875	0,707	Valid
2	Kesesuaian penataan koleksi benda yang ditawarkan dengan informasi tentang museum yang didapat	0,946	0,707	Valid
3	Motivasi wisatawan untuk berkunjung ke museum	0,905	0,707	Valid
4	Keberadaan museum di dalam benak pikiran wisatawan	0,741	0,707	Valid
V. Harga				
1	Biaya yang diperuntukan masuk ke museum	0,802	0,707	Valid
2	Kesesuaian efisiensi harga dengan kualitas dan manfaat dari koleksi benda sebagai produk yang ditawarkan	0,821	0,707	Valid
Keputusan Berkunjung (Y)				
I. Pilihan Produk dan Jasa				
1	Pemilihan produk wisata berdasarkan kualitas koleksi benda museum yang dipajang	0,913	0,707	Valid
2	Pemilihan produk wisata berdasarkan daya tarik koleksi benda museum	0,963	0,707	Valid
3	Pemilihan produk wisata berdasarkan biaya masuk museum	0,833	0,707	Valid
4	Pemilihan produk berdasarkan kenyamanan lingkungan museum	0,813	0,707	Valid

Arya Nugraha Soepardi, 2013

Pengaruh Pengembangan Produk Wisata Terhadap Tingkat Keputusan Berkunjung Ke Museum Mandala Wangsit Siliwangi

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

5	Pemilihan produk berdasarkan informasi tentang museum yang didapat.	0,934	0,707	Valid
II. Pilihan Pemasok				
6.	Kesesuaian informasi yang diperoleh dengan kualitas layanan dan produk yang ditawarkan	0,822	0,707	Valid
7.	Kesesuaian layanan dan produk dengan kebutuhan dan keinginan pengunjung	0,899	0,707	Valid
III. Jumlah Pembelian				
8.	Frekuensi anda berkunjung ke museum dalam waktu satu tahun	1.000	0,707	Valid
IV. Persyaratan Waktu dan Pengiriman				
9	Kesesuaian antara waktu luang yang dimiliki pengunjung dengan waktu museum menerima kunjungan	0,761	0,707	Valid
10	Durasi waktu kunjungan	0,874	0,707	Valid
V. Persyaratan Pelayanan				
11	Kesesuaian pelayanan dengan yang diharapkan pengunjung	0,778	0,707	Valid
12	Kemampuan dan kualitas layanan yang diberikan karyawan	0,793	0,707	Valid

Berdasarkan pengolahan data kuesioner yang diisi responden, maka hasil uji validitas (keabsahan) pada variabel pengembangan produk wisata dan keputusan berkunjung dinyatakan *valid* karena jumlah r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} yang bernilai 0,707.

3.2.5.2. Pengujian Hasil Realibilitas

Suatu penelitian harus diuji tingkat realibilitas atau kepercayaanya, dan hasil temuan dari suatu penelitian harus dapat dipercaya dan penelitian itu dilakukan secara nyata. Sugiyono (2011:168) berpendapat bahwa instrumen yang reliabel adalah instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur

Arya Nugraha Soepardi, 2013

Pengaruh Pengembangan Produk Wisata Terhadap Tingkat Keputusan Berkunjung Ke Museum Mandala Wangsit Siliwangi

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

objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama. Pengujian realibilitas instrument pada penelitian ini menggunakan rumus *cronbanch's alpha* sebagai berikut:

$$r_{11} = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma b^2}{\sigma_t^2} \right)$$

(Husain Umar, 2010:56)

Di mana:

r_{11} = Reliabilitas instrumen

k = banyak butir pertanyaan

σ_t^2 = Varians total

$\sum \sigma b^2$ = jumlah varians butir

Jumlah varians butir dicari dulu dengan cara mencari nilai varians setiap butir, dan berikut ini rumus varians yang digunakan:

$$\sigma^2 = \frac{3X^2 - \frac{(3X)^2}{n}}{n}$$

(Husain Umar, 2010: 57)

Di mana:

n = Jumlah responden

X = Nilai skor yang dipilih (total nilai dari nomor-nomor bukti pertanyaan)

Keputusan hasil dari pengujian realibilitas dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Jika koefisien korelasi r hitung $>$ r tabel maka instrumen tersebut *reliable*
2. Jika koefisien korelasi r hitung $<$ r tabel maka instrumen tersebut tidak *reliable*

Arya Nugraha Soepardi, 2013

Pengaruh Pengembangan Produk Wisata Terhadap Tingkat Keputusan Berkunjung Ke Museum Mandala Wangsit Siliwangi

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

Penentuan bahwa pertanyaan pada kuesioner tersebut *real* maka beberapa pertanyaan diolah dengan menggunakan program SPSS 17 dan hasilnya tersaji pada Tabel 3.7.

TABEL 3.7
HASIL PENGUJIAN RELIABILITAS VARIABEL (X) PENGEMBANGAN PRODUK WISATA DAN VARIABEL (Y) KEPUTUSAN BERKUNJUNG

No	Variabel	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
I. Pengembangan Produk Wisata				
1	Atraksi dan Lingkungan Destinasi	0,741	0,707	Reliabel
2	Fasilitas dan Layanan Destinasi	0,791	0,707	Reliabel
3	Aksesibilitas	0,845	0,707	Reliabel
4	Image dan Persepsi Destinasi	0,839	0,707	Reliabel
5	Harga	0,891	0,707	Reliabel
II. Keputusan Berkunjung				
6	Pilihan Produk dan Jasa	0,826	0,707	Reliabel
7	Pilihan Pemasok	0,897	0,707	Reliabel
8	Jumlah Pembelian	1,000	0,707	Reliabel
9	Persyaratan Waktu dan Pengiriman	0,858	0,707	Reliabel
10	Persyaratan Pelayanan	0,884	0,707	Reliabel

Berdasarkan pengolahan perhitungan realibilitas variabel pengembangan produk wisata dan keputusan berkunjung, maka variabel tersebut reliabel karena nilai r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} yang bernilai 0,707. Variabel yang memiliki nilai tertinggi adalah jumlah kunjungan dengan nilai 1,000 sedangkan variabel yang memiliki nilai terendah adalah atraksi dan lingkungan dengan nilai 0,741.

3.2.5.3. Pengujian Validitas atau Realibilitas dengan Menggunakan Program SPSS

Penggunaan program SPSS dalam menguji validitas dan realibitas ini dapat membantu proses pengolahan data serta membuktikan bahwa objek penelitian tersebut sah (*valid*) dan dapat dipercaya (*reliable*). Aziz Firdaus,

(2012:92) berpendapat bahwa pengujian validitas dan realibilitas dengan menggunakan program SPSS dapat dilakukan dengan langkah sebagai berikut:

1. Memasukan data variabel X dan Y setiap item dari masing-masing jawaban responden.
2. Klik variabel *view*, isi kolom dengan variabel-variabel penelitian.
3. Kembali ke data *view*, klik *analyze*, pada toolbal pilih *reliability analyze*.
4. Muncul tampilan *reliability analisis*, maka pindahkan variabel ke kotak *item*.
5. Klik *statistic* sehingga muncul tampilan *reliability analysis: statistic*.
6. Selanjutnya klik *countinue* kemudian klik OK, sehingga menghasilkan *output*.

3.2.6. Rancangan Teknis Analisis Data dan Pengujian Hipotesis

3.2.6.1. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif bertujuan untuk mengetahui serta menggambarkan hubungan atau pengaruh variabel yang diteliti diantaranya:

1. Analisis deskriptif pengembangan produk wisata Museum Mandala Wangsit Siliwangi sebagai variabel bebas (X) dengan subvariabel atraksi dan lingkungan destinasi, layanan dan fasilitas destinasi, aksesibilitas destinasi, *image* dan persepsi destinasi, dan harga.
2. Analisis deskriptif keputusan berkunjung ke Museum Mandala Wangsit Siliwangi sebagai variabel terikat (Y) dengan indikator pilihan produk dan jasa, pilihan pemasok, jumlah pembelian, persyaratan waktu dan pengiriman,

Arya Nugraha Soepardi, 2013

Pengaruh Pengembangan Produk Wisata Terhadap Tingkat Keputusan Berkunjung Ke Museum Mandala Wangsit Siliwangi

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

persyaratan pelayanan, dan pembayaran tetapi pada penelitian ini pembayaran tidak diteliti, karena Museum Mandala Wangsit Siliwangi tidak menentukan metode pembayaran harga tiket masuk museum tersebut.

Analisis deskriptif pada penelitian ini dilakukan dengan metode survei yaitu menyebarkan kuesioner kepada sampel rombongan organisasi sekolah yang berkunjung ke Museum Mandala Wangsit Siliwangi dan data yang diperoleh dari kuesioner tersebut diolah agar memperoleh makna pemecahan masalah. Menurut Moh Ali (1985:188) untuk mengkategorikan hasil perhitungan digunakan hasil penafsiran persentase yang diambil 0% sampai 100%. Penafsiran olahan-olahan data berdasarkan batas-batas pada Tabel 3.8.

TABEL 3.8
KRITERIA PENAFSIRAN HASIL PERHITUNGAN RESPONDEN

No	Kriteria Penafsiran	Keterangan
1	0%-20%	Tidak seorangpun/Hampir Tidak Seorangpun
2	21%-40%	Sebagian kecil
3	41%-60%	Hampir Setengahnya/Setengahnya
4	61%-80%	Sebagian besar
5	81%-100%	Hampir Seluruhnya/Seluruhnya

Sumber: Moh Ali (1985:188)

3.2.6.2. Analisis Verifikatif

Teknik analisis verifikatif berfungsi menguji hubungan antara satu variabel dengan variabel lainnya. Analisis verifikatif pada penelitian ini adalah menguji nilai hipotesis pada variabel bebas (X) yaitu pengembangan produk wisata terdiri dari atraksi dan lingkungan destinasi, fasilitas dan layanan destinasi,

Arya Nugraha Soepardi, 2013

Pengaruh Pengembangan Produk Wisata Terhadap Tingkat Keputusan Berkunjung Ke Museum Mandala Wangsit Siliwangi

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

aksesibilitas destinasi, *image* dan persepsi destinasi dan harga yang mempengaruhi variabel terikat (Y) yaitu keputusan berkunjung ke Museum Mandala Wangsit Siliwangi. Analisis verifikatif data dalam penelitian ini dilakukan melalui beberapa tahap sebagai berikut:

1. Menyusun data dilakukan untuk memeriksa kelengkapan data yang diantaranya identitas responden, tanggapan dari responden mengenai variabel pada objek yang diteliti.
2. Menyeleksi data yang terkumpul agar dapat dijadikan suatu kesimpulan.
3. Tabulasi Data yang dilakukan dengan langkah sebagai berikut:
 - a. Memberi skor pada setiap item.
 - b. Menjumlahkan skor pada setiap item.
 - c. Menyusun ranking skor pada setiap variabel penelitian.
4. Menganalisis Data
Menganalisis data dilakukan dengan mengolah data yang sudah didapat dengan menggunakan rumus statistik agar memperoleh suatu kesimpulan.
5. Pengujian Data
Proses pengujian hipotesis pada penelitian ini adalah metode verifikatif, dan data yang sudah diperoleh akan dianalisis dengan metode analisis regresi berganda.

3.2.6.3. Rancangan Analisis Regresi Sederhana

Regresi atau peramalan suatu proses memperkirakan secara sistematis tentang apa yang paling mungkin terjadi di masa yang akan datang berdasarkan informasi masa lalu dan sekarang yang dimiliki agar kesalahannya dapat diperkecil, dan regresi juga dapat diartikan sebagai usaha memperkirakan perubahan. Teknik analisis regresi bersifat mengemukakan tentang keingintahuan apa yang terjadi di masa depan untuk memberikan kontribusi menentukan keputusan terbaik. Penelitian ini menggunakan analisis regresi sederhana yang menguji hubungan atau pengaruh satu variabel independen dengan satu variabel dependen. Kegunaan Regresi dalam penelitian salah satunya untuk meramalkan atau memprediksi variabel terikat (Y) apabila variabel bebas (X) diketahui. Regresi Sederhana dapat dianalisis karena didasari oleh hubungan fungsional atau hubungan sebab akibat (kausal variabel bebas terhadap variabel terikat (Y) (Riduwan, 2008:147-148).

Sugiyono (2012:261) menjelaskan regresi sederhana didasarkan pada hubungan fungsional ataupun kausal satu variabel independen dengan satu variabel dependen. Penelitian ini menganalisis hubungan atau pengaruh variabel independen (X) yaitu pengembangan produk wisata terhadap variabel dependen (Y) yaitu keputusan berkunjung dengan menggunakan rumus persamaan analisis regresi sederhana berikut ini:

$$Y = a - | bX$$

(Sugiyono, 2012:261)

Keterangan:

Arya Nugraha Soepardi, 2013
 Pengaruh Pengembangan Produk Wisata Terhadap Tingkat Keputusan Berkunjung Ke Museum Mandala Wangsit Siliwangi
 Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

- Y = Subyek dalam variabel dependen yang diprediksikan.
- a = Harga Y ketika harga $X = 0$ (harga konstan).
- b = Angka arah atau koefisien regresi yang menunjukkan angka peningkatan ataupun penurunan variabel dependen yang didasarkan pada perubahan variabel independen. Bila (+) arah garis naik, dan bila (-) maka arah garis turun.
- X = Subjek pada variabel independen yang mempunyai nilai tertentu.

Penelitian ini menggunakan analisis regresi sederhana karena penelitian ini menganalisis prediksi nilai pengaruh variabel independen (X) yaitu pengembangan produk wisata yang mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen (Y) yaitu keputusan berkunjung seperti yang tersaji pada Gambar 3.1.



GAMBAR 3.1
REGRESI REDERHANAPENGARUH VARIABEL PENGEMBANGAN
PRODUK WISATA TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG KE
MUSEUM MANDALA WANGSIT SILIWANGI

3.2.6.4. Pengujian Hipotesis

Pengujian Hipotesis dilakukan untuk mengetahui seberapa besar hubungan atau pengaruh variabel independen (X) yaitu pengembangan produk wisata yang berpengaruh terhadap variabel dependen (Y) yaitu keputusan berkunjung. Selain kedua variabel X dan Y, ada variabel atau faktor lain yang mempengaruhi kedua

variabel tersebut yaitu variabel lain (ϵ) yang pada penelitian ini tidak diperhatikan. Berikut hipotesis antar variabel X dan Y yang dipengaruhi variabel lain (ϵ) pada Gambar 3.2.



GAMBAR 3.2
DIAGRAM JALUR HIPOTESIS X

Pada penelitian ini terdapat variabel lain atau variabel lain yang tidak diteliti (ϵ) yang dapat mempengaruhi variabel yang diteliti tersebut dan variabel tersebut dapat dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$PY_{\epsilon} = \sqrt{1 - R^2}$$

(Hardisem Saybrus dan R. M. Riadi, 2009:173)

Koefesien korelasi harus diuji signifikansinya agar dapat diketahui koefesien korelasi tersebut dapat digeneralisasikan atau tidak. Pengujian signifikansi koefesien korelasi dapat dihitung melalui rumus Uji Simultan F sebagai berikut:

$$F_h = \frac{R^2 / k}{(1 - R^2) / (n - k - 1)}$$

(Sugiyono, 2012:235)

Dimana:

R = Nilai korelasi

k = Jumlah variabel independen

n = Jumlah anggota sampel

Harga F_h selanjutnya dikonsultasikan dengan F tabel (F_t) dengan pembilang = k dan dk penyebut = $(n-k-1)$ dan taraf yang ditetapkan adalah 5%. Dalam hal ini berlaku ketentuan sebagai berikut:

1. Bila F_h lebih besar dari F_t ($F_h > F_t$) maka, koefisien korelasi yang diuji adalah signifikan, yaitu diberlakukan untuk seluruh populasi,
2. Bila F_h lebih kecil dari F_t ($F_h < F_t$) maka, koefisien korelasi yang diuji adalah tidak signifikan yaitu tidak berlaku untuk seluruh populasi.

Secara statistik hipotesis diartikan sebagai pernyataan mengenai keadaan populasi (parameter) yang akan diuji kebenarannya berdasarkan data yang diperoleh dari sampel penelitian. Statistik yang diuji dalam hipotesis adalah hipotesis nol (H_0) adalah pernyataan tidak adanya perbedaan antara parameter dengan statistik (data sampel). Lawan dari hipotesis nol adalah hipotesis alternatif (H_a) yang menyatakan perbedaan antara parameter dan statistik (Sugiyono, 2011: 213). Pengujian hipotesis pada penelitian ini dapat dilakukan berdasarkan kriteria sebagai berikut:

Jika t hitung $\leq t$ tabel, maka H_0 diterima, H_a ditolak,

Jika t hitung $> t$ tabel, maka H_0 ditolak, H_a diterima.

Pengujian hipotesis secara statistik dengan taraf kesalahan (α) sebesar 0,05 dan derajat kebebasan (dk) = $n-2$. Kriteria penerimaan dan penolakan hipotesis pada penelitian ini dapat dijabarkan sebagai berikut:

Jika t hitung $> t$ tabel, maka H_0 ditolak, H_a diterima:

Jika $H_0 = 0$, maka tidak terdapat pengaruh positif dari pengembangan produk wisata terhadap keputusan berkunjung ke Museum Mandala Wangsit Siliwangi, baik secara parsial maupun simultan.

Jika $H_0 \neq 0$, maka terdapat pengaruh positif dari pengembangan produk wisata terhadap keputusan berkunjung ke Museum Mandala Wangsit Siliwangi baik secara parsial maupun simultan.

