

BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis mengenai *creative tourism* terhadap keputusan berkunjung di Kampung Adat Cirendeudeu. Penelitian ini menggunakan dua variabel, menurut Uma Sekaran (2013, hlm. 68), variabel adalah segala sesuatu yang memiliki perbedaan atau variasi nilai. Nilai-nilai tersebut dapat berbeda untuk berbagai objek atau orang yang sama, atau pada waktu yang sama untuk objek atau orang yang berbeda.

Dalam penelitian ini terdapat dua variabel, yaitu variabel dependen dan variabel independen. Menurut Malhotra (2007, hlm. 50) variabel independen adalah variabel yang nilainya mempengaruhi nilai-nilai variabel lain. Sedangkan menurut Uma Sekaran (2013, hlm. 69) *dependent variable* atau variabel terikat adalah variabel yang menjadi perhatian utama bagi peneliti. Adapun objek penelitian yang menjadi variabel bebas (*Variabel independent*) adalah *creative tourism* yang terdiri dari *creative spectacles* (X1), *creative spaces* (X2), dan *creative tourism* (X3). Sedangkan variabel terikat (*variabel dependent*). Dalam penelitian ini adalah keputusan berkunjung yang meliputi *product choice, brand choice, dealer choice, dan purchase timing*.

Unit analisis dari penelitian ini adalah wisatawan yang berkunjung ke Kampung Adat Cirendeudeu Cimahi. Berdasarkan unit analisis penelitian tersebut, diteliti mengenai pengaruh *creative tourism* terhadap keputusan berkunjung ke Kampung Adat Cirendeudeu Cimahi. Penelitian ini membutuhkan waktu kurang dari satu tahun. Oleh sebab itu, metode penelitian yang digunakan adalah *cross sectional*. Menurut Uma Sekaran (2013, hlm. 106) mengemukakan bahwa *cross sectional study* adalah sebuah penelitian di mana data dikumpulkan hanya sekali, mungkin selama beberapa hari atau minggu atau bulan, untuk menjawab pertanyaan penelitian. Penelitian ini difokuskan pada penelitian tentang pengaruh

creative tourism terhadap keputusan berkunjung ke Kampung Adat Cirendeuh Cimahi.

3.2 Metode Penelitian

3.2.1 Jenis Penelitian dan Metode yang digunakan

Berdasarkan variabel-variabel yang diteliti maka jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif dan verifikatif. Menurut Uma Sekaran (2013, hlm. 100), penelitian deskriptif adalah jenis penelitian konklusif yang memiliki tujuan utama mendeskripsikan sesuatu-biasanya karakteristik pasar atau fungsi. Sedangkan menurut Malhorta (2009, hlm. 100):

Penelitian deskriptif adalah jenis penelitian konklusif yang memiliki tujuan utama deskriptif dari sesuatu, biasanya karakteristik atau fungsi pasar. penelitian deskriptif sangat berguna ketika mencari pernyataan penelitian melakukan penggambaran fenomena pasar, seperti menentukan frekuensi pembelian, mengidentifikasi hubungan, atau membuat prediksi.

Penelitian ini bertujuan untuk memperoleh gambaran tentang *creative tourism* dan bagaimana pengaruh *creative tourism* tersebut terhadap keputusan berkunjung di Kampung Adat Cirendeuh Cimahi.

Penelitian verifikatif menurut Malhorta (2009, hlm. 104) yaitu penelitian untuk menguji secara kausal, yang hubungan antara variabel independen dan dependen. Cooper dan Schindler (2003, hlm. 163) menjelaskan bahwa secara sederhana penelitian kausalitas adalah penelitian yang menyatakan bahwa variabel A menghasilkan variabel B atau variabel A mendorong munculnya variabel B. Penelitian ini akan menguji kebenaran hipotesis melalui pengumpulan data di lapangan, mengenai pengaruh *creative tourism* terhadap keputusan berkunjung di Kampung Adat Cirendeuh Cimahi.

Berdasarkan jenis penelitian deskriptif, metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif survey dan metode *explanatory survey*. Menurut Malhotra (2010, hlm. 96) menyatakan bahwa:

Explanatory Survey adalah dilakukan untuk mengeksplorasi situasi masalah, yaitu untuk mendapatkan ide-ide dan wawasan ke dalam masalah yang dihadapi manajemen atau para peneliti tersebut. Penjelasan penelitian dalam bentuk wawancara mendalam atau kelompok fokus dapat memberikan wawasan berharga.

Berdasarkan penelitian tersebut, dalam penelitian yang menggunakan metode ini informasi dari sebagian populasi dikumpulkan langsung di tempat kejadian dengan tujuan untuk mengetahui pendapat dari sebagian populasi terhadap objek yang sedang diteliti.

3.2.2 Operasional Variabel

Menurut Sugiyono (2010, hlm. 58) operasional variabel adalah Segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya. Penelitian ini meliputi dua variabel, yaitu variabel bebas dan variabel terikat. Variabel yang diteliti dalam penulisan ini yaitu *creative tourism* (X) sebagai variabel bebas yang memiliki dimensi *creative spectacles* (X1), *crative spaces* (X2), dan *creative tourism* (X3), sedangkan variabel terikat (Y) adalah pemilihan produk, pemilihan penyalur, dan waktu kunjungan.

TABEL 3.1
OPERASIONAL TABEL PENELITIAN

Variabel/ Sub Variabel	Konsep variabel/sub variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
<i>Creative Tourism</i> (X)	<i>Tourism which offers visitors the opportunity to develop their creative potential through active participation in learning experiences which are characteristic of the holiday destination where they are undertaken</i> Wisata yang menawarkan pengunjung kesempatan untuk mengembangkan potensi kreatif mereka melalui partisipasi aktif dalam pengalaman belajar yang merupakan karakteristik dari tujuan liburan di mana mereka dilakukan. Richard dan Raymond dalam jurnal Richard dan Wilson (2006, hlm. 1215)				
<i>Creative Spactacles</i> (X1)	Kegiatan kreatif dan inovatif yang membentuk dasar pengalaman pasif wisatawan sebagai <i>spectacles</i> (Produksi pengalaman kreatif untuk wisatawan pasif seperti <i>performance art/</i> penampilan seni). yang merupakan ka	<i>Performance</i>	Tingkat keanekaragaman kesenian tradisional yang di tampilkan di Kampung Adat Cirendeou.	<i>Ordinal</i>	III. A1
			Tingkat kemenarikan kesenian tradisional yang di tampilkan oleh masyarakat Kampung Adat Cirendeou .	<i>Ordinal</i>	III.A2

	rakteristik dari ban yak aktivitas wisata budaya. Richard dan Wilson (2006, hlm. 1217)		Tingkat keunikan pertunjukan kesenian tradisional yang di tampilkan di Kampung Adat Cirendeu	<i>Ordinal</i>	III.A3
<i>Creative Spaces (X2)</i>	Suatu ruang kreatif yang dihuni oleh materi budaya untuk menarik pengunjung karena suasana yang dinamis. Richard dan Wilson (2006, hlm. 1215)	<i>Atmosphere</i>	Tingkat kenyamanan suasana Kampung Adat Cirendeu	<i>Ordinal</i>	III.B1
			Tingkat kemenarikan penataan lingkungan Kampung Adat Cirendeu	<i>Ordinal</i>	III. B2
			Tingkat keasrian suasana Kampung Adat Cirendeu	<i>Ordinal</i>	III.B3
		<i>Theme</i>	Tingkat kesesuaian tema bale adat budaya sunda di Kampung Adat Cirendeu	<i>Ordinal</i>	III.B4
		<i>Architecture</i>	Tingkat keunikan <i>design</i> bangunan bale adat di Kampung Adat Cirendeu	<i>Ordinal</i>	III.B5
<i>Creative Tourism (X3)</i>	Partisipasi aktif wisatawan dalam kegiatan kreatif, pengembangan keterampilan dan atau tantangan kreatif dapat membentuk dasar dari pengalaman wisata. Richard dan Wilson (2006, hlm. 1218)	<i>Co-Makership</i>	Tingkat keinginan terlibat aktif dalam mengikuti proses pembuatan produk di Kampung Adat Cirendeu	<i>Ordinal</i>	III. C1
			Tingkat keinginan wisatawan berinteraksi dengan warga kampung pada saat pembuatan produk kreatif di Kampung Adat Cirendeu	<i>Ordinal</i>	III.C2
			Tingkat keingintahuan cara membuat produk kreatif di Kampung Adat Cirendeu	<i>Ordinal</i>	III. C3
			Tingkat keinginan wisatawan mendapatkan	<i>Ordinal</i>	III.C4

			pengetahuan baru di Kampung Adat Cirendeu		
			Tingkat keinginan mendapatkan pengalaman baru pembuatan produk kreatif di Kampung Adat Cirendeu	<i>Ordinal</i>	III.C5
Keputusan Berkunjung (Y)	“ <i>In the evaluation stage, the consumer ranks brands in the choice set and forms purchase intentions. generally, the consumer buys the most preferred brand.</i> ”. dalam tahap evaluasi, konsumen peringkat merek di set pilihan dan bentuk niat beli. umumnya, konsumen membeli merek yang paling disukai.. Kotler, Bowen, dan Makens (2014, hlm. 185)				
	Wisatawan dapat mengambil keputusan untuk berkunjung di sebuah daya tarik wisata atau menggunakan uangnya untuk tujuan yang lain, dalam hal ini perusahaan harus memusatkan perhatiannya kepada orang-orang yang berminat mengunjungi daya tarik wisata serta alternatif yang mereka pertimbangkan. Kotler, Bowen, dan Makens (2014, hlm. 166)	Pemilihan produk	Daya tarik Kampung Adat Cirendeu.	<i>Ordinal</i>	IV.A1
			Tingkat keunikan Kampung Adat Cirendeu sebagai daya tarik wisata.	<i>Ordinal</i>	IV.A2
			Tingkat keragaman program kreatif yang ditawarkan Kampung Adat Cirendeu sebagai daya tarik wisata	<i>Ordinal</i>	IV.A3
	Wisatawan harus memutuskan merek yang akan dipilih. Setiap merek harus memiliki perbedaan- perbedaan tersendiri. Dalam hal ini perusahaan harus mengetahui. bagaimana wisatawan memilih sebuah produk. Kotler, Bowen, dan Makens (2014, hlm. 166)	Pemilihan merek	Tingkat citra daya tarik wisata di Kampung Adat Cirendeu	<i>Ordinal</i>	IV. B1
			Tingkat kepopuleran Kampung Adat Cirendeu sebagai daya tarik wisata yang unik dan kreatif	<i>Ordinal</i>	IV.B2

Wisatawan harus mengambil keputusan tentang cara mana yang akan digunakan untuk melakukan kunjungan. Setiap pengunjung berbeda-beda dalam menentukan metode mana yang efektif dikarenakan berbagai faktor. Kotler, Bowen, dan Makens (2014, hlm. 166)	Pemilihan Penyalur	Tingkat ketersediaan angkutan umum menuju Kampung Adat Cirende	<i>Ordinal</i>	IV.C1
		Tingkat ketersediaan agen perjalanan yang menawarkan wisata ke Kampung Adat Cirende	<i>Ordinal</i>	IV.C2
Keputusan wisatawan dalam memilih waktu berkunjung berbeda-beda, misalnya ada yang membeli setiap hari, setiap minggu, setiap bulan dan sebagainya. Dalam keputusan berkunjung menjadi pemilihan waktu yang berbeda-beda sesuai dengan kapan produk tersebut dibutuhkan. Kotler, Bowen, dan Makens (2014, hlm. 166)	Waktu kunjungan	Tingkat frekuensi keinginan untuk berkunjung pada saat <i>weekday</i>	<i>Ordinal</i>	IV.D1
		Tingkat frekuensi keinginan untuk berkunjung pada saat <i>weekend</i>	<i>Ordinal</i>	IV.D2
Konsumen dapat mengambil keputusan dengan seberapa banyak produk yang akan dibeli pada suatu waktu. Pembelian yang dilakukan mungkin lebih dari satu. Dalam hal ini perusahaan harus menyiapkan banyaknya produk sesuai dengan keinginan konsumen yang berbeda-beda. Dalam keputusan berkunjung diadopsi menjadi jumlah	Jumlah Kunjungan	Tingkat keinginan berkunjung ke Kampung Adat Cirende dalam kurun waktu satu tahun	<i>Ordinal</i>	IV.E1

kunjungan
Kotler, Bowen, dan
Makens (2014, hlm.
166)

3.2.3 Jenis dan Sumber Data

Sumber data dalam penelitian adalah subjek dari mana data diperoleh, Apabila penelitian menggunakan kuesioner atau wawancara, maka sumber data disebut responden, sedangkan jika penelitian menggunakan teknik observasi, maka sumber data bisa berupa benda, gerak atau proses sesuatu.

Data merupakan sesuatu yang harus dikumpulkan lebih dulu oleh peneliti sebelum mengolahnya menjadi informasi. Menurut Silalahi (2012, hlm. 280) “Data merupakan hasil pengamatan dan pengukuran empiris yang mengungkapkan fakta tentang karakteristik dari suatu gejala tertentu”. Sumber data merupakan gejala sesuatu yang dapat memberikan informasi mengenai data. Berdasarkan sumber data yang ada, maka jenis data yang dikumpulkan dalam penelitian ini yaitu data primer dan data sekunder.

Menurut Sanusi (2012, hlm. 103) data primer adalah data yang pertama kali dicatat dan dikumpulkan oleh peneliti, sedangkan data sekunder adalah data yang sudah tersedia dan dikumpulkan oleh pihak lain.

1. Data primer merupakan suatu objek atau dokumen original-material mentah dari pelaku yang disebut “*first hand information.*” Data yang dikumpulkan dari situasi aktual ketika peristiwa terjadi. Data atau sumber primer antara lain meliputi dokumen historis dan legal, hasil dari suatu eksperimen, data statistik, lembaran-lembaran penulisan kreatif, dan objek-objek seni.
2. Data sekunder merupakan data yang dikumpulkan dari tangan kedua atau dari sumber-sumber lain yang telah tersedia sebelum penelitian dilakukan. Sumber sekunder meliputi komentar, interpretasi, atau pembahasan tentang materi *original*. Data sekunder disebut sebagai “*second hand information.*” Dalam penelitian ini, yang menjadi sumber data sekunder adalah berbagai literatur,

dan karya-karya ilmiah mengenai teori *creative tourism* dan pengaruhnya terhadap keputusan berkunjung.

Untuk lebih jelasnya mengenai data dan sumber data yang dipergunakan dalam penelitian ini, maka penulis mengumpulkan dan menyajikannya dalam Tabel 3.2 berikut :

TABEL 3.2
JENIS DAN SUMBER DATA

No.	Data	Jenis Data	Sumber Data
1.	Perkembangan wisatawan mancanegara dan wisatawan nusantara di Indonesia tahun 2010-2014	Sekunder	Pusdatin Kemenparekraf & Badan Pusat Statistika, 2016
2.	Jumlah wisatawan yang berkunjung ke Kampung Adat Cirendeudeu 2012-2015	Sekunder	Pengelola Kampung Adat Cirendeudeu (2016)
3.	Jumlah wisatawan yang datang ke Jawa Barat	Sekunder	Disparbud Provinsi Jawa Barat (2016)
4.	Tanggapan responden terhadap <i>creative tourism</i>	Primer	Wisatawan yang berkunjung ke Kampung Adat Cirendeudeu.
5.	Tanggapan responden terhadap keputusan berkunjung	Primer	Wisatawan yang berkunjung ke Kampung Adat Cirendeudeu.

Sumber : Pengolahan berbagai sumber, 2016

3.2.4 Populasi, Sample dan Teknik Sampel

3.2.4.1 Populasi

Di dalam melakukan penelitian, kegiatan pengumpulan data merupakan langkah penting guna mengetahui karakteristik dari populasi yang merupakan elemen-elemen dalam objek penelitian. Data tersebut digunakan dalam mengambil keputusan untuk menguji hipotesis.

Menurut Malholtra (2014, hlm. 366) Populasi merupakan sekelompok orang, kejadian, atau segala sesuatu yang memiliki karakteristik tertentu yang ingin mempelajari sifat-sifatnya. Di dalam pengumpulan dan menganalisa suatu data, langkah pertama yang sangat penting adalah menentukan populasi terlebih dahulu. Populasi merupakan sekelompok orang, kejadian, atau segala sesuatu

Salma Fatimah, 2017

**PENGARUH CREATIVE TOURISM TERHADAP
KEPUTUSAN BERKUNJUNG**

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

yang memiliki karakteristik tertentu yang ingin mempelajari sifat-sifatnya. Di dalam pengumpulan dan menganalisa suatu data, langkah pertama yang sangat penting adalah menentukan populasi terlebih dahulu. Menurut Sugiyono, (2010, hlm. 80) Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Berdasarkan pengertian di atas maka populasi bukan hanya orang, tetapi juga obyek dan benda-benda alam yang lain. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada apa obyek/subyek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh subyek atau obyek itu. Populasi yang diambil dari penelitian ini adalah yaitu wisatawan yang berkunjung ke Kampung Adat Cirendeude dalam Tabel sebagai berikut :

TABEL 3.3
JUMLAH KUNJUNGAN WISATAWAN KE KAMPUNG ADAT
CIRENDEU CIMAHU TAHUN 2012-2015

TAHUN	JUMLAH WISATAWAN
2012	887 orang
2013	993 orang
2014	1169 orang
2015	898 orang

Sumber : data buku tamu Kampung Adat Cirendeude (2016)

3.2.4.2 Sampel

Dalam suatu penelitian tidak mungkin semua populasi diteliti, dalam hal ini disebabkan oleh beberapa faktor diantaranya keterbatasan biaya, tenaga, dan waktu yang tersedia. Menurut Uma Sekaran (2013, hlm. 241) sampel adalah bagian dari populasi. Sampel demikian subkelompok atau bagian dari populasi. Dengan mempelajari sampel, peneliti harus mampu menarik kesimpulan yang digeneralisasikan. Untuk menentukan besarnya sampel tersebut bisa dilakukan secara statistik maupun berdasarkan estimasi penelitian, selain itu juga perlu diperhatikan bahwa sampel yang dipilih harus representative artinya segala karakteristik populasi hendaknya tercermin dalam sampel yang dipilih. Oleh karena itu peneliti diperkenankan untuk mengambil sebagian saja dari objek

populasi yang di tentukan. Sampel dalam penelitian ini yaitu sebagian wisatawan yang berkunjung ke Kampung Adat Cirendeu Cimahi.

Ukuran sampel tersebut diperoleh berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan rumus Tabachnick dan fidel (2012, hlm. 123) yaitu sebagai berikut:

$$N \geq 50 + 8m \text{ atau } N \geq 104 + m$$

Dimana:

m = Jumlah Variabel

N = Jumlah Sampel

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

$$N \geq 104 + m$$

$$N \geq 104 + 4$$

$$N \geq 108$$

Jadi dalam penelitian ini ukuran sampel minimal dalam penelitian ini adalah 108 orang responden. Menurut Winarno Surakhmad (2002, hlm. 100) bahwa “Untuk jaminan ada baiknya sampel selalu ditambah sedikit lagi dari jumlah matematik”. Jadi dalam penelitian ini ukuran sampel minimal yang digunakan adalah 110 orang responden.

3.2.4.3 Teknik Sampel

Teknik *sampling* merupakan teknik pengambilan sampel untuk mentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian sehingga dapat diperoleh karakteristik perkiraan. Menurut Uma Sekaran (2013, hlm. 244) *sampling* adalah proses pemilihan jumlah elemen yang tepat dari populasi, sehingga sampel penelitian dan pemahaman tentang sifat atau karakteristik memungkinkan bagi kita untuk menggeneralisasi sifat atau karakteristik tersebut pada elemen populasi.

Teknik sampling dalam penelitian ini menggunakan adalah *probability sampling* yang berarti teknik sampling memberi peluang yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi yang dipilih menjadi anggota sampel. Sekaran dan Roger (2010, hlm. 270) mengungkapkan bahwa *probability sampling* adalah “*when elements in the population have a known chance of being chosen as subjects in the sample*” yang artinya ketika unsur-unsur dalam populasi telah diketahui dapat memiliki kesempatan untuk dipilih sebagai subjek dalam sampel. Teknik ini meliputi *unrestricted or simple random sampling, systematic sampling, stratified random sampling, cluster sampling, and double sampling*.

Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah *systematic random sampling* dikarenakan populasinya sejenis (homogen) dan dapat dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi tersebut. Metode tersebut dipilih agar peneliti dapat dengan mudah menentukan objek untuk dijadikan sampel dengan tetap menerapkan aturan yang mana pada setiap elemen dalam populasi memiliki peluang yang sama.

Systematic random sampling merupakan teknik *probability sampling* yang akan digunakan karena populasinya dianggap *homogeny* dan dapat digunakan tanpa pengetahuan bingkai. Berikut langkah-langkah yang dilakukan dalam melaksanakan *systematic random sampling*:

1. Menentukan responden yang akan dijadikan penelitian yaitu wisatawan yang berkunjung ke Kampung Adat Cirende.
2. Menentukan sebuah *check point* pada objek yang akan diteliti, dalam hal ini adalah *check pointnya* yaitu Kampung Adat Cirende dan wisatawan yang berkunjung ke Kampung Adat Cirende.
3. Menentukan waktu yang akan digunakan untuk menentukan *sampling*. Waktu yang digunakan pada saat wisatawan sedang santai dan wisatawan yang telah selesai berkunjung, peneliti menyebarkan kuesioner pada target responden yang dituju.
4. Melaksanakan orientasi lapangan secara cermat, terutama pada *check point*. Orientasi ini akan dijadikan dasar untuk menentukan interval

pemilihan pertama, atau dasar kepadatan pengunjung, penyebaran angket dilakukan secara randomisasi (acak).

5. Menentukan ukuran sampel atau n yaitu sebanyak 110 responden.

3.2.5 Teknik Pengumpulan Data

Menurut Uma Sekaran (2013, hlm. 116), teknik pengumpulan data merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari desain penelitian. Untuk mendapatkan data yang berhubungan dengan objek yang sedang diteliti dan diharapkan dapat menunjang penelitian, penulis melakukan pengumpulan data dengan cara:

1. Wawancara adalah kegiatan pengumpulan data dan fakta dengan cara melakukan tanya jawab yang berkaitan dengan penelitian. Teknik wawancara dilakukan dengan maksud untuk mendapat informasi langsung dari responden. Responden dalam penelitian ini yaitu tamu individu di Kampung Adat Cirendeu.
2. Observasi merupakan metode pengumpulan data primer mengenai perilaku manusia serta berbagai fenomena kegiatan bisnis tanpa mengajukan pertanyaan atau intraksi dengan individu-individu yang diteliti. Observasi ini dilakukan dengan melakukan pengamatan terhadap objek yang diteliti, khususnya kegiatan *creative tourism* yang dilakukan oleh Kampung Adat Cirendeu.
3. Kuisisioner merupakan teknik pengumpulan data primer yang dilakukan dengan cara menyebarkan seperangkat daftar pertanyaan tertulis. Kuisisioner berisi pertanyaan mengenai karakteristik responden, pengalaman responden mengenai *creative tourism* pada Kampung Adat Cirendeu dan keputusan berkunjung. Teknik ini dilakukan untuk melengkapi data yang sedang diteliti dengan cara mencari informasi dari sumber langsung melalui pertanyaan-pertanyaan yang diberikan pada selembar kertas kepada responden. Setelah diisi oleh responden, pertanyaan tersebut dikumpulkan dan setelah itu dikaji untuk menjadi sebuah data yang riil.
4. Studi literatur berupa usaha pengumpulan informasi yang berkaitan dengan teori-teori yang ada kaitannya dengan masalah dan variabel penelitian yang

terdiri dari *creative tourism* dan keputusan berkunjung. Teknik ini dilakukan untuk melengkapi data yang berkaitan dengan penelitian.

3.2.6 Hasil Pengujian Validitas dan Reabilitas

3.2.6.1 Hasil Pengujian Validitas

Di dalam penelitian ini, data mempunyai kedudukan penting dalam penelitian karena data merupakan penggambaran dari variabel yang diteliti, dan mempunyai fungsi sebagai pembentuk hipotesis. Oleh karena itu mutu hasil penelitian ditentukan oleh benar tidaknya atau kevalidan data. Peneliti harus berhati-hati dalam menyusun instrumen, mulai dari penyusunan variabel, pemecahan subvariabel, dan penyusunan butir-butir pertanyaan yang akan diajukan.

Menurut Uma Sekaran (2013, hlm. 225), validitas adalah cara pengujian mengenai seberapa baik instrumen dikembangkan dengan konsep langkah-langkah tertentu yang ditujukan untuk mengukur variabel tertentu. Dengan demikian bahwa data valid adalah data yang tidak berbeda antara data yang dilaporkan oleh peneliti dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek penelitian. Uji validitas dilakukan untuk memastikan seberapa baik suatu instrumen digunakan untuk mengukur konsep yang seharusnya diukur. Dari penelitian ini yang akan diuji adalah validitas dari instrumen *creative tourism* sebagai variabel X dan *keputusan berkunjung* sebagai variabel Y.

Data mempunyai kedudukan paling tinggi dalam penelitian ini karena data merupakan gambaran variabel yang diteliti dan fungsinya sebagai pembentukan hipotesis, oleh karena itu benar atau tidaknya data tergantung dari baik tidaknya instrumen pengumpulan data. Instrumen yang baik harus memenuhi dua persyaratan penting yaitu *valid* dan *reliabel*.

Tipe validitas yang digunakan adalah validitas konstruk yang menentukan validitas dengan cara mengkolerasikan antara skor yang diperoleh dari masing-masing item berupa pertanyaan dengan skor totalnya. Skor total ini merupakan nilai yang diperoleh dari penjumlahan semua skor item. Korelasi antara skor item dengan skor totalnya harus signifikan. Berdasarkan ukuran statistik, bila ternyata

skor semua item yang disusun berdasarkan dimensi konsep korelasi skor totalnya, maka dapat dikatakan bahwa alat ukur tersebut mempunyai validitas.

Langkah-langkah yang dilakukan untuk menguji validitas menurut Sekaran (2008, hlm. 110) adalah sebagai berikut :

1. Mendefinisikan secara operasional suatu konsep yang akan diukur.
2. Melakukan uji coba pengukur tersebut pada sejumlah responden.
3. Mempersiapkan tabel tabulasi jawaban.
4. Menghitung nilai korelasi antara data pada masing-masing pertanyaan dengan skor total memakai rumus teknik korelasi *product moment*, yang rumusnya sebagai berikut :

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

Sumber : Sugiyono (2011, hlm. 183)

Keterangan :

- r_1 = Koefisien validitas yang dicari
- X = Skor yang diperoleh subjek dalam setiap item
- Y = Skor total yang diperoleh subjek dari seluruh item
- $\sum X$ = Jumlah skor dalam distribusi X
- $\sum Y$ = Jumlah skor dalam distribusi Y
- $\sum X^2$ = Jumlah kuadrat masing-masing skor X
- $\sum Y^2$ = Jumlah kuadrat masing-masing skor Y
- n = Banyaknya responden

Sedangkan pengujian keberartian koefisien korelasi (t) dilakukan dengan taraf signifikansi 5%. Rumus uji t yang digunakan sebagai berikut:

1. Nilai r dibandingkan dengan r tabel dengan dk = n-2 dan taraf signifikansi $\alpha = 0,05$
2. Item pertanyaan-pertanyaan responden penelitian dikatakan valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$.
3. Item pertanyaan-pertanyaan responden penelitian dikatakan tidak valid jika r_{hitung} lebih kecil dari $r_{hitung} < r_{tabel}$

4. Berdasarkan jumlah angket yang diuji sebanyak 30 responden dengan tingkat signifikansi 5% dan derajat kebebasan (dk) $n-2$ ($30-2=28$), maka didapat nilai r_{tabel} sebesar 0,361.

Pengujian validitas diperlukan untuk mengetahui apakah instrumen yang digunakan untuk mencari data primer dalam sebuah penelitian dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya terukur. Dari penelitian ini yang akan diuji adalah validitas dari instrumen *creative tourism* sebagai variabel X dan keputusan berkunjung sebagai variabel Y. Perhitungan validitas item instrumen dilakukan dengan menggunakan program SPSS *Statistic 20 for windows*. Berikut ini adalah hasil pengujian validitas dari item pertanyaan yang diajukan peneliti kepada responden penelitian.

TABEL 3.4
HASIL UJI VALIDITAS ITEM PERTANYAAN
CREATIVE TOURISM TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG

No.	Pertanyaan	rhitung	Sig.	Taraf Sig.	Keterangan
<i>Creative Tourism</i>					
A. Creative Spectacles					
1.	Tingkat keanekaragaman kesenian tradisional yang ditampilkan di Kampung adat Cirendeudeu	0,856	0,000	0,05	Valid
2.	Tingkat kemenarikan kesenian tradisional yang ditampilkan oleh masyarakat Kampung adat Cirendeudeu	0,725	0,000	0,05	Valid
3.	Tingkat keunikan pertunjukan kesenian tradisional yang di tampilkan di Kampung adat Cirendeudeu	0,928	0,000	0,05	Valid
B. Creative Space					
1.	Tingkat kenyamanan Kampung adat Cirendeudeu	0,832	0,000	0,05	Valid
2.	Tingkat kemenarikan penataan lingkungan Kampung adat	0,847	0,000	0,05	Valid

Salma Fatimah, 2017

**PENGARUH CREATIVE TOURISM TERHADAP
KEPUTUSAN BERKUNJUNG**

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

Cirendeuh					
3.	Tingkat keasrian suasana Kampung adat Cirendeuh	0,679	0,000	0,05	Valid
4.	Tingkat kesesuaian tema dengan budaya sunda di Kampung Adat Cirendeuh	0,850	0,000	0,05	Valid
5.	Keunikan <i>design</i> bangunan bale adat di Kampung Adat Cirendeuh	0,849	0,000	0,05	Valid
C. Creative Tourism					
1.	Tingkat keinginan terlibat aktif dalam mengikuti proses pembuatan produk di Kampung Adat Cirendeuh	0,852	0,000	0,05	Valid
2.	Tingkat keinginan wisatawan berinteraksi dengan warga kampung pada saat pembuatan produk kreatif di Kampung Adat Cirendeuh	0,912	0,000	0,05	Valid
3.	Tingkat keingintahuan cara membuat produk kreatif di Kampung Adat Cirendeuh	0,809	0,000	0,05	Valid
4.	Tingkat keinginan wisatawan mendapatkan pengetahuan baru di Kampung Adat Cirendeuh	0,772	0,000	0,05	Valid
5.	Tingkat keinginan mendapatkan pengalaman baru pembuatan produk kreatif di Kampung Adat Cirendeuh	0,651	0,000	0,05	Valid
D. Pemilihan Produk					
1.	Daya tarik Kampung Adat Cirendeuh.	0,666	0,000	0,05	Valid

2.	Tingkat keunikan Kampung Adat Cirendeudeu sebagai daya tarik wisata.	0,674	0,000	0,05	Valid
3.	Tingkat keragaman program kreatif yang ditawarkan Kampung Adat Cirendeudeu sebagai daya tarik wisata	0,656	0,000	0,05	Valid
E. Pemilihan Merek					
1.	Tingkat citra daya tarik wisata Kampung Adat Cirendeudeu	0,767	0,000	0,05	Valid
2.	Tingkat kepopuleran Kampung Adat Cirendeudeu sebagai destinasi wisata yang unik dan kreatif.	0,630	0,000	0,05	Valid
F. Pemilihan Penyalur					
1.	Tingkat ketersediaan angkutan umum menuju Kampung Adat Cirendeudeu	0,627	0,000	0,05	Valid
2.	Tingkat ketersediaan agen perjalanan wisata yang menawarkan wisata ke Kampung Adat Cirendeudeu	0,639	0,000	0,05	Valid
G. Waktu Berkunjung					
1.	Tingkat frekuensi keinginan untuk untuk berkunjung pada saat <i>weekday</i>	0,759	0,000	0,05	Valid
2.	Tingkat frekuensi keinginan untuk untuk berkunjung pada saat <i>weekend</i>	0,627	0,000	0,05	Valid
H. Jumlah Kunjungan					
1.	Tingkat keinginan berkunjung ke Kampung Adat Cirendeudeu dalam kurun waktu satu tahun	0,799	0,000	0,05	Valid

Sumber: Hasil pengolahan data 2016

3.2.6.2 Hasil Pengujian Realibilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mendapatkan tingkat ketepatan alat pengumpulan data yang digunakan. Reliabilitas menunjuk pada suatu pengertian bahwa suatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk dapat digunakan sebagai alat pengumpul data, karena instrumen tersebut sudah baik. Instrumen yang sudah dipercaya dan yang reliabel akan menghasilkan data yang dapat dipercaya juga. Menurut Uma Sekaran (2013, hlm. 225), reliabilitas adalah cara pengujian mengenai seberapa konsisten konsep alat ukur tersebut.

Adapun rumus yang digunakan untuk mengukur reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan uji *Cronbach Alpha* karena alternatif jawaban pada instrumen penelitian lebih dari dua. Rumusnya adalah sebagai berikut :

$$r_{11} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[\frac{1 - \sum \sigma b^2}{\sigma_1^2} \right]$$

Sumber : Husein Umar (2009, hlm. 170)

Keterangan : r_{11} : Reliabilitas instrumen
 k : Banyaknya butir pertanyaan
 $\sum \sigma b^2$: Jumlah varian total
 σ_1^2 : Varian total

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

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

Keterangan :

σ = Varian
 $\sum x$ = Jumlah skor
 n = jumlah variabel total

TABEL 3.5
HASIL UJI RELIABILITAS CRONBACH'S ALPHA

No	Variabel	Cronbach's Alpha	Koefisien (Cronbach's Alpha)	Keterangan
1.	<i>Creative Tourism</i>	0,958	0,70	Reliabel
2.	Keputusan Berkunjung	0,873	0,70	Reliabel

Sumber: Hasil pengolahan data 2016

Cronbach Alpha merupakan keadaan yang menunjukkan seberapa baik item dalam suatu kumpulan secara positif berkorelasi atau satu sama lain. *Cronbach Alpha* dihitung dalam hal rata-rata interkorelasi antar item yang mengukur konsep. Semakin dekat *Cronbach Alpha* dengan angka 1 maka semakin tinggi keandalan konsistensi internal (Sekaran, 2006, hlm.177)

Keputusan uji reliabilitas ditentukan dengan menggunakan ketentuan sebagai berikut :

1. Jika *cronbach alpha* > 0,70 maka item pertanyaan dinyatakan reliabel.
2. Jika *cronbach alpha* < 0,70 maka item pertanyaan dinyatakan tidak reliabel

Perhitungan validitas dan reliabilitas pertanyaan dilakukan dengan bantuan program aplikasi SPSS 20 *for window*. Adapun langkah langkahnya sebagai berikut :

1. Buka Program SPSS
2. Buka data yang akan diuji reabilitasnya
3. Klik *Analyze* → *Scale* → *Reliability Analysis*
4. Kemudian akan muncul kotak dialog Reliability Analysis. Pindahkan semua variabel ke dalam kotak disebelah kanan dengan cara klik randa panah yang terdapat diantara kedua kotak tersebut.
5. Klik statistik kemudian akan muncul kotak dialog baru yaitu Reliability Analysis: Statistics. Beri tanda centang pada butir *Scale* dan *Scale if butirdeleted* pada kotak "Descriptive for"
6. Klik Continue -> Klik Ok

3.2.7 Rancangan Analisis Data

Teknik analisis data merupakan suatu cara untuk mengukur, mengelola dan menganalisis data tersebut. Tujuan pengolahan data adalah untuk memberikan keterangan yang berguna, serta untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan dalam penelitian ini. Dengan demikian, teknik analisis data diarahkan pada pengujian hipotesis serta jawaban masalah yang diajukan.

Alat penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah Angket. Angket ini disusun oleh peneliti berdasarkan variabel yang terdapat dalam penelitian. Dalam penelitian kuantitatif analisis data dilakukan setelah data seluruh koresponden terkumpul.

3.2.7.1 Rancangan Analisis Data Deskriptif

Penelitian ini menggunakan analisis data deskriptif untuk mendeskripsikan variabel-variabel penelitian.

1. Analisis frekuensi adalah distribusi matematika dengan tujuan memperoleh hitungan jumlah tanggapan terkait dengan nilai yang berbeda dari satu variabel dan dua variabel mengungkapkan jumlah dalam persentase. (Naresh K. Malhotra, 2009, hlm. 480)
2. Analisis *Cross Tabulation* adalah teknik statistik yang menggambarkan dua atau lebih variabel secara bersamaan dan hasil dalam tabel yang mencerminkan distribusi gabungan dari dua atau lebih variabel yang memiliki sejumlah kategori atau nilai-nilai yang berbeda. (Naresh K. Malhotra, 2009, hlm. 493)
3. Perhitungan skor ideal digunakan untuk mengukur tinggi atau rendahnya pengaruh variabel x yang terdapat di objek penelitian. Berikut rumus untuk menghitung skor ideal.
 - a. Nilai indeks maksimum = skor tertinggi x jumlah item x jumlah responden
 - b. Nilai indeks minimum = skor terendah x jumlah item x jumlah responden
 - c. Jenjang variabel = nilai indeks maksimum – nilai indeks minimum
 - d. Jarak interval = jenjang : banyaknya kelas interval
 - e. Presentasi skor = [(total skor) : nilai maksimum] x 100%
4. Analisis data deskriptif mengenai *creative tourism* di Kampung Adat Cirendeui melalui tiga dimensi yaitu *creative spectacles*, *creative space*, *creative tourism*.
5. Analisis data deskriptif mengenai keputusan berkunjung ke Kampung Adat Cirendeui.

Salma Fatimah, 2017

**PENGARUH CREATIVE TOURISM TERHADAP
KEPUTUSAN BERKUNJUNG**

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

3.2.8 Pengujian Hipotesis

Analisis berikutnya adalah analisis verifikatif. Analisis data dilakukan setelah data seluruh responden terkumpul. Dalam penelitian kuantitatif analisis data dilakukan setelah data seluruh responden terkumpul. Langkah-langkah yang akan dilakukan dalam kegiatan analisis data dalam penelitian ini yaitu:

1. *Method of Successive Internal (MSI)*

Skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah *ordinal scale* yaitu skala yang berbentuk peringkat yang menunjukkan suatu urutan preferensi atau penilaian. Skala ordinal ini perlu ditransformasikan menjadi skala interval dengan menggunakan *method of successive internal*. Langkah-langkah untuk melakukan transformasi data tersebut adalah sebagai berikut :

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

Scale Value

$$= \frac{(\text{Density at lower limit}) - (\text{Density at upper limit})}{(\text{Area below upper limit}) - (\text{Area below lower limit})}$$

Data penelitian yang telah bersekala interval selanjutnya akan ditentukan pasangan data variabel bebas dengan variabel terikat serta akan ditentukan persamaan yang berlaku untuk pasangan-pasangan tersebut.

2. Menyusun data

Salma Fatimah, 2017

**PENGARUH CREATIVE TOURISM TERHADAP
KEPUTUSAN BERKUNJUNG**

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

Mengecek nama dan kelengkapan identitas responden, serta mengecek kelengkapan data yang diisi oleh responden untuk mengetahui karakteristik responden.

3. Tabulasi data

Tabulasi data yang akan dilakukan dalam penelitian ini adalah memberi skor pada item, menjumlahkan skor pada setiap item, menyusun ranking skor pada setiap variabel penelitian.

4. Menganalisis Data

Menganalisis data yaitu proses pengolahan data dengan menggunakan rumus-rumus statistik, menginterpretasikan data agar diperoleh suatu kesimpulan.

Berdasarkan tujuan penelitian, maka variabel yang dianalisis adalah variabel independen (X) yaitu *creative tourism* yang terdiri dari *creative spectacles*, *creative spaces*, dan *creative tourism*. Sedangkan variabel dependen (Y) yaitu keputusan berkunjung.

Persamaan regresi linier berganda tiga variabel bebas tersebut dirumuskan sebagai berikut:

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

Keterangan:

Y = Subyek dalam variabel terikat yang diprediksikan (keputusan berkunjung)

a = harga Y bila X = 0

b = koefisien regresi, yang menunjukkan angka peningkatan ataupun penurunan variabel terikat yang didasarkan pada variabel bebas. Bila b (+) maka terjadi kenaikan, bila b (-) maka terjadi penurunan.

x = subyek pada variabel bebas yang mempunyai nilai tertentu X_1 (*creative spectacles*), X_2 (*creative spaces*), X_3 (*creative tourism*) adalah variabel penyebab.

Teknik analisis regresi linier berganda dilakukan dengan prosedur kerja sebagai berikut :

1. Uji Asumsi Normalitas

Uji normalitas adalah untuk melihat apakah nilai residual terdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki nilai residual terdistribusi normal. Syarat pertama untuk melakukan analisis regresi adalah normalitas, yaitu data sampel hendaknya memenuhi persyaratan distribusi normal. Untuk mengetahui apakah data yang digunakan berdistribusi normal atau tidak, dapat menggunakan *normal probability plot*.

2. Uji Asumsi Multikolinearitas

Uji multikolinieritas adalah untuk melihat ada atau tidaknya korelasi yang tinggi antara variabel-variabel bebas dalam suatu model regresi linier berganda. Jika ada korelasi yang tinggi diantara variabel-variabel bebasnya, maka hubungan antara variabel bebas terhadap variabel terikat menjadi terganggu. Parameter yang sering digunakan untuk mendeteksi multikolinieritas adalah nilai VIF (*variance inflation factor*). Suatu regresi dikatakan terdeteksi multikolinieritas apabila nilai VIF menjauhi 1 dan kurang dari 10.

3. Uji Asumsi Autokorelasi

Persamaan regresi yang baik adalah yang tidak memiliki masalah autokorelasi, jika terjadi autokorelasi maka persamaan tersebut tidak layak dipakai prediksi. Masalah autokorelasi baru timbul jika ada korelasi secara linier antar kesalahan pengganggu periode t (berada) dan kesalahan pengganggu periode $t-1$ (sebelumnya).

4. Uji Asumsi Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah untuk melihat apakah terdapat ketidak samaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap atau disebut homoskedastisitas. Suatu regresi dikatakan tidak terdeteksi heteroskedastisitas apabila diagram pencar residualnya tidak membentuk pola tertentu.

Salma Fatimah, 2017

**PENGARUH CREATIVE TOURISM TERHADAP
KEPUTUSAN BERKUNJUNG**

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

5. Analisis Korelasi

Analisis korelasi bertujuan untuk mencari hubungan antara kedua variabel yang diteliti. Antara korelasi dan regresi keduanya mempunyai hubungan yang sangat erat. Korelasi yang tidak dilanjutkan dengan regresi adalah korelasi yang tidak mempunyai hubungan kausal atau sebab akibat, atau hubungan fungsional. Analisis regresi dilakukan bila hubungan dua variabel berupa hubungan kausal atau fungsional. Adapun interpretasi hasil untuk perhitungan analisis korelasi pada Tabel 3.6 adalah sebagai berikut :

TABEL 3.6
INTEPRETASI KOEFISIEN KORELASI

Besarnya Nilai	Tingkat Hubungan
0,000 – 0,199	Sangat Rendah
0,200 – 0,399	Rendah
0,400 – 0,599	Sedang
0,600 – 0,799	Kuat
0,800 – 1,000	Sangat Kuat

Sumber : Sugiyono (2012, hlm. 184)

6. Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi menyatakan besarnya kecilnya nilai variabel X terhadap Y. Koefisien determinasi merupakan kuadrat dari koefisien korelasi (r^2). Rumus koefisien determinasi adalah sebagai berikut :

$$KD = r^2 \times 100\%$$

Sumber : Ghozali (2009, hlm. 87)

Keterangan :

KP = Nilai Koefisien determinasi

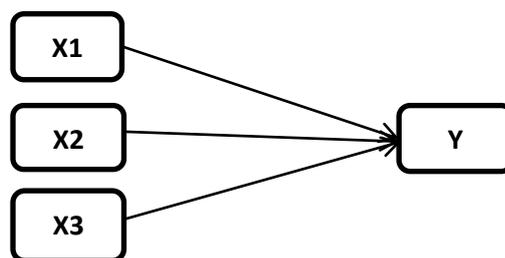
R = Nilai Koefisien Korelasi

Dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda yang digunakan untuk mengetahui pengaruh antara variabel bebas (X) yaitu X_1 (*creative spectacles*), X_2 (*creative space*), X_3 (*creative tourism*) terhadap variabel terikat (Y) yaitu keputusan berkunjung. Maka terlebih dahulu hipotesis konseptual tersebut digambarkan dalam sebuah paradigma seperti gambar 3.1 berikut :

Salma Fatimah, 2017

**PENGARUH CREATIVE TOURISM TERHADAP
KEPUTUSAN BERKUNJUNG**

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



GAMBAR 3.1
REGRESI LINIER BERGANDA

Langkah terakhir dari analisis data yaitu menguji hipotesis dengan tujuan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan yang cukup jelas dan dapat dipercaya antara variabel bebas dengan variabel terikat yang pada akhirnya akan diambil suatu kesimpulan H_0 ditolak atau H_a diterima dari hipotesis yang telah dirumuskan. Rancangan hipotesis dalam penelitian ini adalah :

A. Secara Simultan

Pengujian hipotesis secara simultan dengan menggunakan uji F dihitung dengan rumus Sudjana (1996, hlm. 369)

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

Keterangan: R = Nilai korelasi

K = Jumlah variabel independen

n = Jumlah sampel

Kriteria pengambilan keputusan untuk hipotesis yang diajukan adalah

Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak yang artinya X berpengaruh terhadap Y

Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 diterima yang artinya X tidak berpengaruh terhadap Y

$f_{hitung} < f_{tabel}$, artinya tidak terdapat pengaruh antara *creative tourism* yang terdiri dari *creative spectacles*, *creative spaces*, dan *creative tourism* terhadap keputusan berkunjung.

$f_{hitung} > f_{tabel}$, artinya terdapat pengaruh antara *creative tourism* yang terdiri dari *creative spectacles*, *creative space*, dan *creative tourism* terhadap keputusan berkunjung.

B. Secara Parsial

Pengujian hipotesis ini dengan menggunakan uji t dihitung dengan rumus Sudjana (1996, hlm. 62)

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

Keterangan:

r = Nilai korelasi

n = jumlah responden

r^2 = besarnya pengaruh

Pengujian hipotesis yang akan diuji dalam rangka pengambilan keputusan penerimaan atau penolakan hipotesis pada pengujian parsial dapat ditulis sebagai berikut

- a. $t_{hitung} < t_{tabel}$, artinya tidak terdapat pengaruh yang antara *creative spectacles* terhadap keputusan berkunjung.
 $t_{hitung} > t_{tabel}$, artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara *creative spectacles* terhadap keputusan berkunjung.
- b. $t_{hitung} < t_{tabel}$, artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara *creative spaces* terhadap keputusan berkunjung.
 $t_{hitung} > t_{tabel}$, artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara *creative spaces* terhadap keputusan berkunjung.
- c. $t_{hitung} < t_{tabel}$, artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara *creative tourism* terhadap keputusan berkunjung.
 $t_{hitung} > t_{tabel}$, artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara *creative tourism* terhadap keputusan berkunjung.

