

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Lokasi Penelitian

Penelitian dengan judul “**Analisis Faktor-Faktor Motivasi Wisatawan dalam Melakukan Aktivitas Wisata di Museum Geologi Bandung**” ini dilakukan di Museum Geologi Bandung. Lokasi Museum Geologi tidak jauh dari Gedung Sate dan masih termasuk dalam satu wilayah bangunan-bangunan bersejarah. Gedung ini lokasinya di sisi Jalan Diponegoro No. 57, yang masih termasuk ke dalam Kel. Cihaurgeulis, Kec. Coblong.



Sumber : Dokumentasi Pribadi

Gambar 3.1 Museum Geologi Bandung

3.2 Metode dan Unit Analisis Penelitian

Dalam setiap penelitian yang akan dilakukan, terlebih dahulu harus ditentukan metode dan unit analisis penelitian yang akan digunakan, sehingga tujuan dari penelitian tersebut dapat tercapai. Adapun jenis penelitian yang digunakan oleh peneliti adalah metode penelitian deskriptif kuantitatif. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang berusaha mendeskripsikan atau menggambarkan fenomena atau hubungan antar fenomena yang diteliti dengan sistematis, faktual, dan akurat (Kusmayadi dan Sugiarto, 2000, hlm 29).

Menurut Sugiyono (2009, hlm 11) penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat statistik, dengan tujuan menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Menurut Kusmayadi dan Sugiarto (2000:73) unit analisis adalah unit yang diamati dan akan dijelaskan serta merupakan obyek penelitian yang dapat berupa individu perorangan, kelompok organisasi, masyarakat, hasil karya manusia, instansi, dan sebagainya. Berdasarkan penjelasan diatas maka, unit analisis penelitian yang ditetapkan adalah beberapa individu yang berada Museum Geologi Bandung. Hal ini dikarenakan penelitian ini ingin mengungkapkan permasalahan yang mana obyeknya adalah manusia.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2002:32). Yang dijadikan populasi dalam penelitian ini adalah populasi terbatas dimana populasi memiliki sumber data yang jelas batas-batasnya secara kuantitatif. Dengan begitu populasi yang diambil pada penelitian ini adalah wisatawan yang berkunjung ke Museum Geologi Bandung. Berikut ini adalah tabel kunjungan wisatawan ke Museum Geologi Bandung.

Tabel 3.1
Jumlah Pengunjung Museum Geologi

No.	Tahun	Jumlah Kunjungan
1.	2011	441.334
2.	2012	518.727
3.	2013	512.882

4.	2014	541.702
5.	2015	569.475

Sumber: Museum Geologi, 2016

Berdasarkan tabel 3.1 jumlah pengunjung Museum Geologi, maka jumlah populasi dalam penelitian ini adalah sebanyak 2.584.120 jiwa.

3.3.2 Sampel

Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. (Sugiyono, 2002:62). Pada metode penelitian kuantitatif, sampel dinamakan narasumber atau partisipan dan juga informan.

Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi. Segala sesuatu yang dipelajari dari sampel akan diberlakukan untuk populasi. Maka dari itu, sampel yang akan diambil dari populasi harus betul-netul representative atau mewakili (Sugiyono, 2004:56).

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *Nonprobability sampling* yaitu *Convenience Sampling*. Menurut Sugiyono (2014:84) *Nonprobability sampling* yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. *Convenience Sampling* merupakan teknik dalam memilih sampel, peneliti tidak mempunyai pertimbangan lain kecuali berdasarkan kemudahan saja. Seseorang diambil sebagai sampel karena kebetulan orang itu ada di lokasi penelitian atau kebetulan dia mengenal orang tersebut. Oleh karena itu ada beberapa penulis menggunakan istilah *accidental sampling* (tidak disengaja) atau juga *captive sample* (man-on-the-street) Jenis sampel ini sangat baik jika dimanfaatkan untuk penelitian penjajagan, yang kemudian diikuti oleh penelitian lanjutan yang sampelnya diambil secara acak (random). Penentuan jumlah sampel pada penelitian ini adalah peneliti membatasi jumlah responden sebanyak 100 orang dalam waktu satu bulan dari tanggal 22 Mei 2016 hingga 22 Juni 2016. Apabila jumlah responden telah mencapai 100 orang atau selama satu

bulan sudah terpenuhi data yang dibutuhkan dari sampel, maka peneliti akan melanjutkan penelitian pada tahapan berikutnya.

3.4 Jenis Pengumpulan Data

3.4.1 Data Primer

Data primer adalah data dalam bentuk verbal atau kata-kata yang diucapkan secara lisan, gerak-gerik, atau perilaku yang dilakukan oleh subyek yang dapat dipercaya, yakni subyek penelitian atau informan yang berkenaan dengan variable yang diteliti atau daya yang diperoleh dari responden secara langsung (Arikunto, 2010:22) . Adapun data primer yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah data tentang profil wisatawan, serta faktor-faktor motivasi wisatawan yang berkunjung. Metode pengumpulan data primer yang dilakukan oleh peneliti adalah dengan cara menyebar kuesioner.

3.4.2 Data Sekunder

Menurut Arikunto (2010:22) data sekunder adalah data yang diperoleh dari teknik pengumpulan data yang menunjang data primer. Dalam penelitian ini diperoleh dari hasil observasi yang dilakukan peneliti serta dari studi pustaka. Data sekunder yang diperlukan dalam penelitian ini adalah data mengenai gambaran umum lokasi penelitian, yaitu profil Museum Geologi Bandung. Metode ini dilakukan baik berupa studi manual ataupun *online*. Pengumpulan data yang dilakukan secara manual dilakukan dengan studi kepustakaan. Data yang didapatkan berupa dokumen, foto, maupun laporan yang diperoleh dari sekretariat Museum Geologi Bandung. Sedangkan untuk pengumpulan data *online* peneliti memilih situs penyedia informasi yang sesuai diantaranya situs-situs resmi Indonesia, pemerintahan Kota Bandung, Koran harian *online*, dan situs lainnya.

3.5 Instrumen Penelitian

Menurut Sugiyono (2002) Instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan untuk mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati. Pengumpulan data dilakukan untuk membuktikan hipotesis yang sudah

ditentukan sebelumnya. Instrumen data yang digunakan dalam penelitian ini agar sesuai dan relevan dengan yang diharapkan dan sesuai dengan objek penelitian, sebagaimana berikut:

3.5.1 Dokumentasi

Dokumentasi adalah mencari dan mengumpulkan data mengenai hal-hal yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, notulen, rapat, agenda dan sebagainya (Arikunto, 2006:231). Maka dari itu dalam penelitian ini alat yang digunakan adalah kamera digital dan alat rekam suara.

3.5.2 Observasi Lapangan

Digunakan apabila obyek penelitian bersifat perilaku manusia, proses kerja, gejala alam, responden kecil. (Sugiyono, 2013). Peneliti melakukan kunjungan langsung ke lokasi penelitian dan mengumpulkan data-data relevan dengan judul penelitian secara langsung dan mengamati kondisi yang ada di lokasi penelitian

3.5.3 Kuesioner

Yaitu daftar pertanyaan yang akan diajukan pada responden untuk diisi sendiri oleh responden. Sedangkan skala pengukuran yang akan dipakai adalah skala Likert yang merupakan alat untuk mengukur sikap dari keadaan yang sangat positif ke jenjang yang sangat negatif sehingga akan menunjukkan sejauh mana tingkat persetujuan atau ketidaksetujuan terhadap pernyataan yang diajukan oleh peneliti (Kusmayadi dan Sugiarto, 2000, hlm 94). Dalam hal ini, kuesioner dibagikan kepada para pengunjung atau wisatawan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan wisatawan.

Skala yang digunakan adalah skala ordinal, dengan menggunakan skala Likert sebagai skala pengukuran. Sudaryono (2014:90) menyebutkan bahwa skala ordinal adalah skala yang didasarkan pada *ranking*, diurutkan dari jenjang yang lebih tinggi sampai jenjang yang terendah atau sebaliknya. Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok tentang kejadian atau gejala sosial (Sudaryono 2014:93)

Dalam penelitian gejala sosial telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian. Dengan menggunakan skala likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi dimensi, dimensi dijabarkan lagi menjadi sub variabel yang kemudian dijabarkan lagi menjadi indikator-indikator yang dapat diukur. Akhirnya indikator-indikator yang terukur ini dapat menjadi titik tolak untuk membuat item instrumen yang berupa pertanyaan atau pernyataan yang perlu dijawab oleh responden. Setiap jawaban dihubungkan dengan bentuk pernyataan atau dukungan sikap yang diungkapkan dengan kata-kata seperti yang dijelaskan pada tabel 3.2 tentang tolak ukur skala likert.

Tabel 3.2
Tolak Ukur Skala Likert

No.	Pernyataan	Tolak ukur
1.	Sangat Setuju	5
2.	Setuju	4
3.	Netral	3
4.	Tidak Setuju	2
5.	Sangat Tidak Setuju	1

Sumber : Pengolahan data Peneliti, 2017

3.6 Proses Pembangunan Instrumen

3.6.1 Uji Validitas

Uji validitas (Sujarweni, 2011, hlm 176) digunakan untuk mengetahui kelayakan butir-butir dalam suatu daftar pertanyaan dalam mendefinisikan suatu variabel. Daftar pertanyaan ini pada umumnya mendukung suatu kelompok variabel tertentu.

Uji validitas sebaiknya dilakukan pada setiap butir pertanyaan di uji validitasnya. Hasil r hitung kita bandingkan dengan r tabel dimana $df=n-2$ dengan

sig 5%. Jika r tabel $<$ r hitung maka valid. Uji validitas dengan menggunakan teknik korelasi Product Moment dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

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

Keterangan:

n = ukuran sampel

r = koefisien korelasi satu butir/item

x = skor setiap item instrumen

y = skor total item instrumen

Instrumen yang telah diberikan dilakukan uji validitasnya setelah diberikan kepada 30 responden. Pengujian validitas kepada 30 orang ini untuk mengetahui keabsahan dari instrumen yang diberikan sebelum instrumen tersebut diberikan kepada jumlah sampel sebenarnya. Untuk mengetahui hasil perhitungan, peneliti menggunakan program pengolahan data SPSS 20.0 *for windows* dengan bantuan program *Microsoft Excel 2007*.

3.6.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas (Sujarweni, 2011, hlm 186-187) adalah tingkat keandalan kuesioner. Merupakan ukuran suatu kestabilan dan konsistensi responden dalam menjawab hal yang berkaitan dengan kontrak-kontrak pertanyaan yang merupakan dimensi suatu variabel dan disusun dalam suatu bentuk kuesioner.

Uji reliabilitas dapat dilakukan secara bersama-sama terhadap seluruh butir pertanyaan. Jika nilai Alpha $>$ 0,60 maka reliabel dengan rumus berikut:

$$r_{i= \frac{k}{(k-1)} \left\{ 1 - \frac{\sum S_i^2}{S_t^2} \right\}}$$

Dimana :

R = koefisien reliabilitas instrumen (*cronbach alpha*)

K = banyaknya butir pertanyaan

$\sum S_i^2$ = Total varians butir

S_t^2 = Total Varians

3.6.3 *Method Succesive Interval (MSI)*

Method Succesive Interval atau MSI merupakan metode merubah data ordinal menjadi skala interval berurutan. Menurut Sambas Ali Muhidin dalam bukunya *Dasar-Dasar Metode Statistika untuk Penelitian* (2011) mengatakan langkah kerja yang dapat dilakukan untuk merubah jenis data ordinal ke data interval melalui *method of succesive intervals* adalah:

1. Perhatikan banyaknya (frekuensi) responden yang menjawab (memberikan) respon terhadap alternatif (kategori) jawaban yang tersedia.
2. Bagi setiap bilangan pada frekuensi oleh banyaknya responden (n), kemudian tentukan proporsi untuk setiap alternatif jawaban responden tersebut.
3. Jumlahkan proporsi secara beruntun sehingga keluar proporsi kumulatif untuk setiap alternatif jawaban responden.
4. Dengan menggunakan Tabel Distribusi Normal Baku, hitung nilai z untuk setiap kategori berdasarkan proporsi kumulatif pada setiap alternatif jawaban responden tadi.
5. Menghitung nilai skala (*scale value*) untuk setiap z dengan menggunakan rumus: $SV = (Density\ at\ lower\ limit\ dikurangi\ Density\ at\ upper\ limit) dibagi (Area\ under\ upper\ limit\ dikurangi\ area\ under\ lower\ limit)$.
6. Melakukan transformasi nilai skala (*transformed scale value*) dari nilai skala ordinal ke nilai skala interval, dengan rumus: $Y = S_{vi} + |S_{VMin}|$. Dengan catatan, SV yang nilainya kecil atau harga negatif terbesar diubah menjadi sama dengan satu (=1).

3.7 Analisis Data

Analisis data merupakan sebuah proses penting dalam sebuah penelitian analisis data digunakan untuk memproses data yang telah ditemukan oleh peneliti sehingga data tersebut bisa menjadi sebuah kesimpulan yang dapat diterima secara faktual. Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan dan dokumentasi dengan cara mengorganisasikan data kedalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun dalam pola, memilih mana yang penting dan yang

akan dipelajari dan membuat kesimpulan sehingga mudah di fahami oleh diri sendiri dan orang lain menurut Sugiyono (2013:333).

3.7.1 Variabel Operasional

Menurut Sugiyono (2011, hlm. 38) variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya. Berikut ini diuraikan variabel operasional yang menentukan faktor dominan yang mempengaruhi motivasi wisatawan melakukan wisata edukasi di Museum Geologi Bandung. Faktor-faktor ini di dapat dari gabungan teori beberapa ahli tentang faktor pendorong dan penarik motivasi wisatawan melakukan aktivitas wisata edukasi di Museum Geologi Bandung. Untuk lebih jelasnya variabel operasional akan dijelaskan pada Tabel 3.3

3.7.2 Pengolahan Data

Hasil dari pengisian kuesioner oleh wisatawan diolah untuk mendapatkan hasil presentase. Tahap-tahap pengolahan data kuesioner adalah:

- Pengklasifikasian pertanyaan dalam kuesioner
- Perhitungan data
- Tabulasi, memasukkan data hasil kuesioner dalam bentuk tabel
- Menganalisis hasil kuesioner dengan bantuan SPSS 20.0 *for windows*

Yang digunakan sebagai variabel dalam penelitian ini adalah teori motivasi perjalanan yang terdiri dari faktor pendorong dan penarik motivasi perjalanan. Teori yang digunakan sebagai faktor pendorong motivasi perjalanan adalah teori yang dikemukakan oleh Ryan (2011) dalam Pitana dan Gayatri (2005, hlm. 67) yaitu *escape, relaxation, play, strengthening family bonds, prestige, social interaction, romance, educational, self-fulfillment* dan *wish-fulfillment* serta motivasi yang mendorong perjalanan, McIntosh (1997) dan Murphy (1998) dalam Pitana dan Gayatri (2005, hlm. 59).

Sedangkan untuk faktor penarik motivasi perjalanan menggunakan teori kepuasan wisatawan yang dikemukakan oleh Page dan Conell (2006, hlm. 321) yaitu *attraction, amenities, activities, accessibility, ancillary service* dan *available packages*.

Berikut adalah tabel operasionalisasi variabel faktor yang mempengaruhi motivasi wisatawan dalam melakukan aktivitas wisata edukasi di Museum Geologi Bandung.

Tabel 3.3
Operasionalisasi Variabel

No	Variabel	Sub-Variabel	Indikator	No. Item
1.	Faktor Pendorong Motivasi Wisatawan	<i>Escape</i>	Berkunjung untuk keluar dari rutinitas sehari-hari	1
			Berkunjung untuk mencari suasana baru dari biasanya	2
		<i>Relaxation</i>	Berkunjung agar dapat bersantai dan merelaksasi tubuh	3
		<i>Play</i>	Berkunjung untuk mendapatkan kesenangan	4
		<i>Strengthening family bonds</i>	Berkunjung untuk melakukan kegiatan wisata bersama keluarga	5
		<i>Prestige</i>	Berkunjung karena kawasan yang dikunjungi memiliki citra bergengsi	6
			Berkunjung karena kawasan yang dikunjungi sedang populer di kalangan masyarakat	7
		<i>Social interaction</i>	Berkunjung agar bisa melakukan berbagai interaksi sosial di kawasan wisata tersebut	8
		<i>Romance</i>	Berkunjung karena kawasan wisata memiliki aktivitas yang dapat membangun suasana romantis	9

		<i>Educational opportunity</i>	Berkunjung karena kawasan wisata memberikan pembelajaran yang cukup untuk dipelajari	10
		<i>Self-fulfillment</i>	Berkunjung untuk mengetahui perilaku wisatawan	11
		<i>Wish-fulfillment</i>	Berkunjung karena kawasan merupakan tempat yang sudah lama ingin dikunjungi	12
		<i>Physical or Physiological Motivation</i>	Tingkat dorongan untuk melakukan rekreasi	13
			Berkunjung untuk mendapatkan ketenangan	14
		<i>Social motivation or Interpersonal motivation</i>	Berkunjung bersama mitra kerja	15
2.	Faktor Penarik Motivasi Wisatawan	<i>Attraction</i>	Tingkat keunikan benda koleksi	16
			Tingkat kemenarikan sarana interpretasi (auditorium, simulator gempa, papan informasi)	17
		<i>Amenities</i>	Tingkat kemudahan mengakses sistem komunikasi (internet, telepon, sms, dll)	18
			Ketersediaan sarana kesehatan di lokasi wisata	19
			Tingkat keamanan wisatawan saat berada di lokasi wisata	20
		<i>Accesibility</i>	Tingkat ketersediaan transportasi untuk menuju lokasi (mobil, bus, motor, dll)	21
			Tingkat kelayakan akses jalan untuk mencapai lokasi	22

		<i>Activities</i>	Tingkat keberagaman aktivitas (berfoto, mengamati benda koleksi, foto 3D, dan menonton di auditorium)	23
			Tingkat keunikan aktivitas yang ditawarkan	24
		<i>Anchillary Services</i>	Ketersediaan fasilitas pendukung (Restoran, Toko Cenderamata, Lift untuk Penyandang Disabilitas)	25
			Kelayakan fasilitas pendukung (Toilet, Mushola, Lahan Parkir)	26
		Cuaca	Berkunjung karena stabilitas cuaca kawasan baik	27
		Budaya	Berkunjung karena kawasan wisata memberikan pengetahuan akan budaya	28
		Lingkungan hidup alami dan/atau buatan	Berkunjung karena kawasan wisata menyediakan lingkungan hidup yang alami dan/atau buatan	29
		Harga/tarif	Berkunjung karena lokasi wisata memberikan harga/tarif yang murah	30
		Produk oleh-oleh	Berkunjung karena ingin membeli produk oleh-oleh dari lokasi wisata	31
		<i>Special event</i>	Berkunjung karena ada acara spesial yang ditawarkan oleh lokasi wisata	32
		<i>Incentive Perusahaan</i>	Berkunjung karena mendapatkan insentif dari perusahaan	33
		<i>Citra/ image</i>	Berkunjung karena citra dari lokasi wisata	34

		Stabilitas politik dan keamanan	Berkunjung karena lokasi wisata memiliki keadaan politik yang stabil serta aman untuk dikunjungi	35
		Keterlibatan lembaga pariwisata	Berkunjung karena adanya keterlibatan lembaga pariwisata terhadap lokasi wisata tersebut	36
		<i>Travel services, retail advertising, dan wholesale marketing</i>	Berkunjung karena pelayanan lokasi wisata yang memuaskan	37
			Berkunjung karena adanya iklan atau promosi dari lokasi wisata	38

Sumber: Pengolahan Data Peneliti, 2017

3.8 Uji Validitas

Uji validitas (Sujarweni, 2011, hlm 176) digunakan untuk mengetahui kelayakan butir-butir dalam suatu daftar pertanyaan dalam mendefinisikan suatu variabel. Daftar pertanyaan ini pada umumnya mendukung suatu kelompok variabel tertentu.

Uji validitas sebaiknya dilakukan pada setiap butir pertanyaan di uji validitasnya. Hasil r hitung kita bandingkan dengan r tabel dimana $df=n-2$ dengan sig 5%. Jika r tabel $<$ r hitung maka valid. Uji validitas dengan menggunakan teknik korelasi Product Moment dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

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

Keterangan:

n = ukuran sampel

r = koefisien korelasi satu butir/item

x = skor setiap item instrumen

y = skor total item instrumen

Berikut adalah uji validitas faktor-faktor motivasi wisatawan yang berkunjung ke Museum Geologi Bandung.

Tabel 3.4
Uji Validitas Faktor Motivasi Wisatawan yang Berkunjung ke
Museum Geologi Bandung

No	Faktor	r hitung	r tabel	Keterangan
1	Berkunjung untuk keluar dari rutinitas sehari-hari	1,810	1,701	Valid
2	Berkunjung untuk mencari suasana baru dari biasanya	4,324	1,701	Valid
3	Berkunjung agar dapat bersantai dan merelaksasi tubuh	3,957	1,701	Valid
4	Berkunjung untuk mendapatkan kesenangan	3,191	1,701	Valid
5	Berkunjung untuk melakukan kegiatan wisata bersama keluarga	2,083	1,701	Valid
6	Berkunjung karena kawasan yang dikunjungi memiliki citra bergengsi	2,849	1,701	Valid
7	Berkunjung karena kawasan yang dikunjungi sedang populer di kalangan masyarakat	1,987	1,701	Valid
8	Berkunjung agar bisa melakukan berbagai interaksi sosial di kawasan wisata tersebut	3,759	1,701	Valid
9	Berkunjung karena kawasan wisata memiliki aktivitas yang dapat membangun suasana romantis	3,775	1,701	Valid
10	Berkunjung karena kawasan wisata memberikan pembelajaran yang cukup untuk dipelajari	1,895	1,701	Valid
11	Berkunjung untuk mengetahui perilaku wisatawan	5,422	1,701	Valid
12	Berkunjung karena kawasan merupakan	2,976	1,701	Valid

	tempat yang sudah lama ingin dikunjungi			
13	Tingkat dorongan untuk melakukan rekreasi	4,073	1,701	Valid
14	Berkunjung untuk mendapatkan ketenangan	2,688	1,701	Valid
15	Berkunjung bersama mitra kerja	1,913	1,701	Valid
16	Tingkat keunikan benda koleksi	3,286	1,701	Valid
17	Tingkat kemenarikan sarana interpretasi (auditorium, simulator gempa, papan informasi)	3,375	1,701	Valid
18	Tingkat kemudahan mengakses sistem komunikasi (internet, telepon, sms, dll)	1,959	1,701	Valid
19	Ketersediaan sarana kesehatan di lokasi wisata	2,670	1,701	Valid
20	Tingkat keamanan wisatawan saat berada di lokasi wisata	1,939	1,701	Valid
21	Tingkat ketersediaan transportasi untuk menuju lokasi (mobil, bus, motor, dll)	1,800	1,701	Valid
22	Tingkat kelayakan akses jalan untuk mencapai lokasi	1,875	1,701	Valid
23	Tingkat keberagaman aktivitas (berfoto, mengamati benda koleksi, foto 3D, dan menonton di auditorium)	3,416	1,701	Valid
24	Tingkat keunikan aktivitas yang ditawarkan	3,187	1,701	Valid
25	Ketersediaan fasilitas pendukung (Restoran, Toko Cinderamata, Lift untuk Penyandang Disabilitas)	3,263	1,701	Valid
26	Kelayakan fasilitas pendukung (Toilet, Mushola, Lahan Parkir)	3,316	1,701	Valid
27	Berkunjung karena stabilitas cuaca kawasan baik	2,125	1,701	Valid

28	Berkunjung karena kawasan wisata memberikan pengetahuan akan budaya	2,239	1,701	Valid
29	Berkunjung karena kawasan wisata menyediakan lingkungan hidup yang alami dan/atau buatan	3,016	1,701	Valid
30	Berkunjung karena lokasi wisata memberikan harga/tarif yang murah	2,126	1,701	Valid
31	Berkunjung karena ingin membeli produk oleh-oleh dari lokasi wisata	1,971	1,701	Valid
32	Berkunjung karena ada acara spesial yang ditawarkan oleh lokasi wisata	2,096	1,701	Valid
33	Berkunjung karena mendapatkan insentif dari perusahaan	3,154	1,701	Valid
34	Berkunjung karena citra dari lokasi wisata	3,828	1,701	Valid
35	Berkunjung karena lokasi wisata memiliki keadaan politik yang stabil serta aman untuk dikunjungi	3,081	1,701	Valid
36	Berkunjung karena adanya keterlibatan lembaga pariwisata terhadap lokasi wisata tersebut	5,920	1,701	Valid
37	Berkunjung karena pelayanan lokasi wisata yang memuaskan	3,556	1,701	Valid
38	Berkunjung karena adanya iklan atau promosi dari lokasi wisata	1,898	1,701	Valid

Sumber : Pengolahan Data Peneliti 2017

Dari Tabel 3.4 dapat dinyatakan bahwa seluruh item memenuhi kriteria dimana r hitung $>$ r tabel. Dengan demikian seluruh item tersebut dapat dinyatakan valid dan dapat digunakan dalam proses penelitian selanjutnya.

3.9 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas (Sujarweni, 2011, hlm 186-187) adalah tingkat keandalan kuesioner. Merupakan ukuran suatu kestabilan dan konsistensi responden dalam menjawab hal yang berkaitan dengan kontrak-kontrak pertanyaan yang merupakan dimensi suatu variabel dan disusun dalam suatu bentuk kuesioner.

Uji reliabilitas dapat dilakukan secara bersama-sama terhadap seluruh butir pertanyaan. Jika nilai Alpha > 0,60 maka reliabel dengan rumus berikut:

$$r_{i=\frac{k}{(k-1)}} \left\{ 1 - \frac{\sum S_i^2}{S_t^2} \right\}$$

Dimana :

R = koefisien reliabilitas instrumen (*cronbach alpha*)

K = banyaknya butir pertanyaan

$\sum S_i^2$ = Total varians butir

S_t^2 = Total Varians

Uji reliabilitas ini dilakukan terhadap seluruh butir pertanyaan yang valid secara bersamaan. Apabila nilai *Cronbach alpha* > 0.60, maka dinyatakan reliabel. Di bawah ini merupakan hasil dari uji reliabilitas :

Tabel 3.5
Case Processing Summary

	N	%
Valid	30	100.0
Cases Excluded ^a	0	.0
Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Sumber : Pengolahan Data SPSS 20.0

Berdasarkan Tabel 3.5 *Case Processing Summary* dapat dinyatakan tingkat validitas dari seluruh pertanyaan adalah 100%.

Tabel 3.6
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.900	38

Sumber : Pengolahan Data SPSS 20.0

Berdasarkan Tabel 3.6 *Reliability Statistics* pada 38 butir pertanyaan, menunjukkan bahwa semua pertanyaan tersebut reliabel. Nilai *Cronbach Alpha* menunjukkan lebih dari 0,60 yaitu 0,900.

3.10 Analisis Faktor

Analisis faktor merupakan analisis yang mencoba menemukan hubungan antar sejumlah variabel-variabel yang saling bebas satu sama lain sehingga dapat dibuat satu atau beberapa set variabel yang lebih sedikit dari jumlah variabel awal. Variabel yang memiliki korelasi terbesar akan berkelompok membentuk suatu set variabel. Dengan kata lain variabel terbesar akan membentuk faktor. Dalam menguji faktor-faktor yang mempengaruhi motivasi wisatawan berkunjung ke Museum Geologi Bandung, peneliti menggunakan metode analisis faktor eksploratori dengan pengolahan data menggunakan program *SPSS 20.0*.

Menurut Santoso (2006, hlm 11) proses analisis faktor mencoba menemukan hubungan antara variabel-variabel yang saling independen satu dengan yang lain, sehingga bisa dibuat satu atau beberapa kumpulan variabel yang lebih sedikit dari jumlah variabel awal. Adapun tujuan-tujuan analisis faktor menurut Santoso (2006, hlm 12) yaitu:

- a. *Data summarization*, yaitu mengidentifikasi adanya hubungan antar variabel dengan melakukan uji korelasi. Jika korelasi dilakukan antar variabel (dalam pengertian SPSS adalah kolom), analisis tersebut dinamakan *R Factor Analysis*.

- b. *Data reduction*, yaitu proses berikutnya setelah proses *data summarization*. Membuat variabel set baru yang dinamakan faktor untuk menggantikan sejumlah variabel tertentu.

Maka dapat disimpulkan bahwa metode analisis faktor ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan menemukan faktor apa saja yang dapat mewakili motivasi berkunjung wisatawan ke Museum Geologi Bandung, sehingga diketahui faktor-faktor yang paling dominan untuk bisa mengembangkan kawasan tersebut.

3.11 Asumsi Analisis Faktor

Menurut Santoso (2006, hlm.13) pada analisis faktor, sejumlah asumsi harus dipenuhi, yaitu sebagai berikut:

- a. Korelasi antarvariabel independen. Besar korelasi atau korelasi antar independen variabel harus cukup kuat, misalnya diatas 0,5.
- b. Korelasi parsial. Besar korelasi parsial, korelasi antar dua variabel dengan menganggap tetap variabel yang lain, justru harus kecil. Pada SPSS deteksi terhadap korelasi parsial diberikan lewat pilihan *Anti Image Correlation*.
- c. Pengujian seluruh matriks korelasi (korelasi antar variabel), yang diukur dengan besaran *Bartlett Test of Sphericity* atau *Measure Sampling Adequacy* (MSA). Pengujian ini mengharuskan adanya korelasi yang signifikan di antara paling sedikit beberapa variabel.
- d. Pada beberapa kasus, asumsi Normalitas dari variabel-variabel atau faktor yang terjadi sebaiknya dipenuhi

Dengan hasil di atas, maka dapat dikatakan bahwa variabel yang digunakan memungkinkan untuk dilakukan analisis lebih lanjut. Selanjutnya, untuk melihat korelasi antarvariabel independen dapat diperhatikan tabel *Anti Image Matrices*. Nilai yang diperhatikan adalah MSA (*Measure Image Adequacy*). Nilai MSA berkisar antara 0 hingga 1, dengan ketentuan sebagai berikut: Santoso (2006, hlm.20)

- a. $MSA = 1$, variabel dapat diprediksi tanpa kesalahan oleh variabel yang lain.
- b. $MSA > 0.5$, variabel masih bisa di prediksi dan bisa di analisis lebih lanjut.

- c. $MSA < 0.5$, variabel tidak bisa di prediksi dan tidak bisa di analisis lebih lanjut, atau di keluarkan dari variabel lainnya.

3.12 Model Analisis Faktor

Dalam menguji faktor-faktor yang mempengaruhi motivasi wisatawan untuk berkunjung ke Museum Geologi Bandung, peneliti menggunakan metode analisis faktor eksploratori atau analisis komponen utama dengan pengolahan data menggunakan program SPSS 20.0.

Analisis faktor eksploratori atau analisis komponen utama adalah suatu teknik untuk mereduksi data dari variabel asal menjadi variabel baru atau faktor yang jumlahnya lebih kecil dari variabel awal. Proses analisis faktor eksploratori bertujuan untuk mengidentifikasi adanya hubungan antar variabel dengan melakukan uji korelasi (*Data Summarization*), yaitu:

- a. R Factor Analysis : Jika korelasi dilakukan antar variabel, dalam SPSS R Factor Analysis adalah kolom.
- b. Q Factor Analysis : Jika korelasi dilakukan antar responden, dalam SPSS Q Factor Analysis adalah baris.

Setelah itu, tujuan berikutnya adalah mereduksi data, yaitu membuat sebuah variabel set baru yang disebut faktor untuk menggantikan sejumlah variabel tertentu (*Data Reduction*). Yang perlu diperhatikan dalam mereduksi data adalah faktor dan kontribusi variabel terhadap faktor, faktor *loading* dan faktor *score*. Adapun proses yang harus dilakukan dalam menggunakan metode analisis faktor adalah sebagai berikut: (Santoso, 2006)

1. Menentukan variabel-variabel yang akan dianalisis
2. Menguji variabel-variabel yang telah ditentukan dengan pengukuran MSA (*Measure of Sampling Adequacy*). Pada tahap awal, dilakukan penyaringan terhadap sejumlah variabel sehingga mendapat variabel-variabel yang memenuhi syarat untuk dianalisis. Untuk melihat ada tidaknya korelasi, digunakan *Kaiser Meyer Oikin* (KMO) *measure of sampling adequacy*, yang

merupakan indeks yang dipergunakan untuk meneliti ketepatan analisis faktor. Nilai 0,5-1,0 berarti analisis faktor tepat, jika kurang dari 0,5 maka analisis faktor dikatakan tidak tepat.

3. Setelah beberapa variabel yang memenuhi syarat diperoleh, maka proses akan berlanjut kepada inti analisis faktor yaitu *factoring*. *Factoring* merupakan proses yang akan mengekstrak satu faktor atau lebih dari variabel-variabel yang telah lolos pada uji variabel sebelumnya. Pada tahap ini dilakukan ekstraksi terhadap sekumpulan variabel yang ada sehingga membentuk satu atau lebih faktor. Metode yang digunakan adalah *varimax*. *Varimax* adalah metode rotasi *orthogonal* yang memaksimalkan faktor pembobot, dan mengakibatkan korelasi variabel-variabel dengan suatu faktor mendekati satu, serta korelasi dengan faktor lainnya mendekati nol, sehingga mudah diinterpretasikan.

Pada dasarnya metode ini menunjukkan jumlah varians dari satu variabel yang bisa dijelaskan dengan faktor yang ada. Kemudian tabel yang berikutnya muncul adalah *Total Variance Explained* yang menampilkan *eigenvalues* (akar ciri) dari masing-masing faktor. Untuk suatu faktor *The Eigenvalues* menunjukkan jumlah varian sebagai kontribusi dari faktor yang bersangkutan terhadap *variance*, karena masing-masing variabel sudah dibakukan dengan rata-rata nol dan variannya satu.

Besarnya *eigenvalue* menjadi dasar untuk menentukan banyaknya jumlah faktor yang bisa diterima. Semakin besar *eigenvalue* setiap faktor, maka faktor tersebut semakin *reliable* untuk mewakili sekelompok variabel. Faktor akan bermakna apabila *eigenvalue* faktor lebih besar dari satu (≥ 1). Setelah mengetahui faktor yang dapat diterima, tabel *Component Matrix* menunjukkan distribusi masing-masing variabel terhadap faktor dan angka-angka pada tabel akan menunjukkan faktor *loadings* yang menunjukkan besarnya korelasi antar variabel dengan faktor yang terbentuk. Variabel dengan *loadings* yang besar dapat diartikan sebagai komponen penyusun terbesar dari faktor yang terkait.