

## BAB III

### OBJEK DAN METODE PENELITIAN

#### 3.1 Objek Penelitian

Penelitian ini dilakukan untuk meneliti mengenai pengaruh antara variabel penelitian *tourism storytelling* Kawah Putih terhadap variabel *behavioral intention*. Adapun yang menjadi objek penelitian sebagai variabel bebas (independent variabel) adalah *tourism storytelling* (X) yang terdiri dari *understandability* (X<sub>1</sub>), *interestingness* (X<sub>2</sub>), *educability* (X<sub>3</sub>), *uniqueness* (X<sub>4</sub>), *sensibility* (X<sub>5</sub>) sedangkan yang menjadi variabel terikat (dependet variabel) adalah *behavioral intentions* (Y). Menurut Uma Sekaran (2013:69) *dependent variable* atau variabel terikat adalah variabel yang menjadi perhatian utama bagi peneliti. Sedangkan *independent variable* atau variabel bebas adalah salah satu yang mempengaruhi variabel dependen baik secara positif atau negatif.

Penelitian ini dilaksanakan di suatu daya tarik wisata alam yang terletak di Kabupaten Bandung Selatan yaitu di Kawah Putih dengan unit analisis dalam penelitian ini adalah wisatawan yang berkunjung ke Kawah Putih yang sudah membaca cerita Kawah Putih pada *website*, *brosure*, *travel agent*, *travel blogger* dan papan informasi. Berdasarkan unit analisis penelitian tersebut diteliti mengenai pengaruh *tourism storytelling* terhadap *behavioral intentions* wisatawan Kawah Putih.

#### 3.2 Metodologi Penelitian

##### 3.2.1 Jenis Penelitian dan Metode yang digunakan

Metode dan penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan memecahkan suatu masalah. Berdasarkan tujuan penelitian dan variabel-variabel yang diteliti maka jenis penelitian ini adalah penelitian *deskripif* dan *verifikatif*. Penelitian deskriptif adalah jenis penelitian konklusif yang memiliki tujuan utama untuk mendeskripsikan sesuatu biasanya penjelasan mengenai karakteristik pasar atau fungsi (Uma Sekaran, 2013:100). Melalui jenis penelitian deskriptif dalam penelitian ini bertujuan untuk memperoleh gambaran mengenai *tourism*

*storytelling* dan gambaran mengenai *behavioral intentions*. Sedangkan penelitian verifikatif merupakan penelitian untuk menguji secara kausal, yaitu hubungan antara variabel independen dan dependen (Malhotra, 2009:104). Dalam penelitian ini akan diuji kebenaran hipotesis mengenai pengumpulan data di lapangan, dalam hal ini dilakukan survei terhadap pengunjung Kawah Putih untuk mengetahui pengaruh *Tourism Storytelling* dalam menciptakan *behavioral intentions* di Kawah Putih.

Berdasarkan jenis penelitian di atas yaitu penelitian *deskriptif* dan *verifikatif* maka metode penelitian yang digunakan adalah *explanatory survey*. Menurut Malhotra (2010:96) *explanatory survey* dilakukan untuk mengeksplorasi situasi masalah, yaitu untuk mendapatkan ide-ide dan wawasan ke dalam masalah yang dihadapi manajemen atau para peneliti tersebut.

### 3.2.2 Operasional Variabel

Pengertian operasional variabel menurut Noor (2013:97) adalah bagian yang mendefinisikan sebuah konsep atau variabel agar dapat di ukur, dengan cara melihat pada dimensi (indikator) variabel yang diteliti

Variabel yang dikaji dan dianalisis dalam penelitian ini meliputi: *independent variabel tourism storytelling* (x) yang memiliki lima dimensi yaitu *understandability, interestingness, educability, uniqueness, sensibility*. Sedangkan *Behavioral intentions* (Y) sebagai *dependent variabel* memiliki faktor-faktor yang terdiri dari *intentions to recommend to others* dan *intentions for return to visit* Secara lebih rinci dapat dilihat pada Tabel 3.1 berikut:

**TABEL 3.1**  
**OPERASIONAL VARIABEL**

Variabel / Sub Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
1	2	3	4	5
<i>Tourism Stortelling</i> (X)	<i>Tourism storytelling is to increase the value of tourism destination with stimulating activities and after deploying a new value on the basis of individual experience processes developed on the story of tourist destinations.</i>			
	<i>Tourism storytelling</i> adalah untuk meningkatkan nilai destinasi dengan merangsang kegiatan pariwisata dan setelah ini menyebarkan			

Variabel / Sub Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
1	2	3	4	5
	nilai baru atas dasar proses pengalaman individual dikembangkan mengenai cerita dari destinasi wisata. Choi Seung Soon, 2016			
<i>Understandability</i> (X1)	Pernyataan Jelas	Tingkat Kemampuan website/brosure/Travel bloger/Travel Agent/papan informasi Kawah Putih dalam memberikan informasi / cerita Kawah Putih sehingga dapat dimengerti dengan baik	Ordinal	III.A.1
	Penjelasan Akurat	Tingkat kesesuaian website/brosure/Travel bloger/Travel Agent/papan informasi Kawah Putih dalam menjelaskan informasi / cerita Kawah Putih degan keadaan sebenarnya di Kawah Putih	Ordinal	III.A.2
	Deskripsi Rinci	Tingkat kemampuan website/brosure/Travel bloger/Travel Agent/papan informasi Kawah Putih dalam memeberikan informasi / cerita Kawah Putih secara ilmiah dengan rinci	Ordinal	III.A.3
	Kesempatan Pengalaman	Tingkat kemampuan website/brosure/Travel bloger/Travel Agent/papan informasi Kawah Putih dalam memberikan informasi / cerita Kawah Putih untuk berkesempatan mendapatkan pengalaman saat mengunjungi Kawah Putih	Ordinal	III.A.4
	Daya Tarik	Tingkat kemampuan kreativitas website/brosure/Travel bloger/Travel Agent/papan informasi Kawah Putih dalam memberikan informasi / cerita Kawah Putih	Ordinal	III.A.5

Variabel / Sub Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
1	2	3	4	5
<i>Interestingness</i> (X2)	Imajinasi	Tingkat kemampuan website/brosure/Travel bloger/Travel Agent/papan informasi Kawah Putih dalam memberikan informasi / cerita Kawah putih sehingga wisatawan dapat berimajinasi tentang keadaan Kawah Putih	Ordinal	III.A.6
	Keunikan Karakteristik	Tingkat kemampuan website/brosure/Travel bloger/Travel Agent/papan informasi Kawah Putih dalam memberikan informasi/ cerita keunikkan Kawah Putih	Ordinal	III.A.7
	Sejarah	Tingkat kemampuan website/brosure/Travel bloger/Travel Agent/papan informasi Kawah Putih dalam memberikan informasi / cerita sejarah tentang Kawah Putih	Ordinal	III.A.8
	Cerita menarik	Tingkat Kemampuan website/brosure/Travel bloger/Travel Agent/papan informasi Kawah Putih dalam memberikan kemenarikan informasi/ cerita Kawah Putih.	Ordinal	III.A.9
	Kenangan	Tingakat Kemampuan website/brosure/Travel bloger/Travel Agent/papan informasi Kawah Putih dengan memberikan informasi melalui hasil pengalaman/ kenangan wisatawan	Ordinal	III.A.10
Romantis	Tingkat Kemampuan website/brosure/Travel bloger/Travel Agent/papan informasi Kawah Putih dalam memberikan cerita Kawah putih sehingga memberikan kesan romantis ketika berkunjung ke Kawah putih	Ordinal	III.A.11	

Variabel / Sub Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
1	2	3	4	5
<i>Sensibility</i> (X4)	Biaya	Tingkat Kemampuan website/brosure/Travel bloger/Travel Agent/papan informasi Kawah Putih dalam menyampaikan informasi / cerita Kawah Putih dengan kesesuaian biaya yang dikeluarkan saat berkunjung ke Kawah Putih	Ordinal	III.A.12
	Kegembiraan	Tingkat kesesuaian website/brosure/Travel bloger/Travel Agent/papan informasi Kawah Putih dalam menyampaikan cerita Kawah Putih sehingga memberikan rasa gembira / senang kepada wisatawan saat berkunjung ke Kawah Putih	Ordinal	III.A.13
	Menarik	Tingkat Kemampuan website/brosure/Travel bloger/Travel Agent/papan informasi Kawah Putih memberikan informasi/ cerita secara menarik	Ordinal	III.A.14
	Kenikmatan	Tingkat kemampuan website/brosure/Travel bloger/Travel Agent/papan informasi Kawah Putih dalam menceritakan kesenangan wisatawan melalui pengalaman wisatawan selama berkunjung ke Kawah Putih	Ordinal	III.A.15
<i>Educability</i> (X5)	Mendapat Pengetahuan	Tingkat kemampuan website/brosure/Travel bloger/Travel Agent/papan informasi Kawah Putih dalam memberikan informasi / cerita Kawah Putih sehingga wisatawan mendapatkan pengetahuan baru tentang Kawah Putih	Ordinal	III.A.16
	Meningkatkan Pemahaman	Tingkat Kemampuan website/brosure/Travel	Ordinal	III.A.17

Variabel / Sub Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
1	2	3	4	5
		bloger/Travel Agent/papan informasi Kawah Putih untuk memberikan / meningkatkan pemahaman tentang Kawah Putih		
	<i>Behavioral traveler intentions in making judgments about whether a travel experience quite well after the trip. It can help us to understand whether the tourists will return and recommend, or if they will complain and not to go again.</i>			
<i>Behavioral Intentions</i>	<i>Behavioral intentions</i> wisatawan dalam membuat penilaian tentang apakah pengalaman perjalanan yang cukup baik setelah perjalanan. itu dapat membantu kita untuk memahami apakah turis akan kembali dan merekomendasikan, atau jika mereka akan mengeluh dan tidak pergi lagi. Zhang Tao & Yan Nan, 2016.			
		Tingkat seberapa kuat niat untuk mengunjungi kembali Kawah Putih	Ordinal	III.B.1
<i>Intentions for return to visit</i>	Return to visit	Tingkat Seberapa besar kemungkinan untuk mengunjungi Kawah Putih dalam jangka waktu 6 bulan sampai 1 tahun kedepan	Ordinal	III.B.2
		Tingkat Seberapa kuat pertimbangan untuk berkunjung ke Kawah Putih sebagai pilihan utama	Ordinal	III.B.3
		Tingkat kesediaan untuk merekomendasikan kawah putih kepada orang lain	Ordinal	III.B.4
<i>Intentions to recommend to others</i>	Recommend to others	Tingkat kesediaan untuk mengajak keluarga dan orang terdekat untuk datang ke Kawah Putih	Ordinal	III.B.5
		Tingkat kesediaan untuk membicarakan hal –hal positif tentang Kawah Putih kepada orang lain	Ordinal	III.B.6

Sumber: Diolah oleh peneliti dari berbagai sumber literatur, 2017

### 3.2.3 Sumber dan Cara Penentuan Data

#### 3.2.3.1 Sumber Data

Menurut Silalahi (2010:289-291), berdasarkan sumbernya, data dibagi menjadi dua yaitu data primer dan data sekunder. Data primer merupakan data yang dikumpulkan dari situasi aktual ketika peristiwa terjadi. Data primer merupakan data yang dikumpulkan secara langsung oleh peneliti dalam penelitian eksploratif, deskriptif, maupun kausal dengan menggunakan metode pengumpulan data berupa survei ataupun observasi. Selanjutnya yaitu data sekunder yang merupakan data yang dikumpulkan dari tangan kedua atau lebih sumber-sumber lain yang telah tersedia sebelum penelitian dilakukan. Data sekunder merupakan struktur dan historis mengenai variabel-variabel yang telah dikumpulkan dan dihimpun sebelumnya oleh pihak lain.

Sedangkan menurut Riduwan (2010:106) data adalah bahan mentah yang perlu diolah sehingga menghasilkan informasi atau keterangan, baik kualitatif maupun kuantitatif yang menunjukkan fakta. Sumber adalah segala sesuatu yang dapat memberikan keterangan tentang data. Untuk kepentingan penelitian ini, jenis dan sumber data diperlukan dikelompokkan ke dalam dua golongan yaitu:

#### 1. Data Primer

Menurut Uma Sekaran dan Bougie (2013:113), data primer merupakan informasi yang diperoleh peneliti secara *first-hand* atau tangan pertama mengenai variabel-variabel yang diteliti untuk mencapai tujuan penelitian. Dalam penelitian ini, data primer adalah data tanggapan responden atas kuesioner yang didistribusikan.

#### 2. Data Sekunder

Menurut Uma Sekaran dan Bougie (2013:113), data sekunder merupakan informasi yang telah dikumpulkan dari sumber-sumber yang sudah ada. Data sekunder merupakan struktur dan historis mengenai variabel-variabel yang telah dikumpulkan dan dihimpun sebelumnya oleh pihak lain.

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

**TABEL 3.2**  
**JENIS DAN SUMBER DATA**

No.	Jenis Data	Sumber Data	Katagori Data
1.	Jumlah Pegunungan yang ada di Jawa Barat	Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Jawa Barat	Data Sekunder
2.	Jumlah kunjungan wisatawan ke Kawah Putih tahun 2011-2016	Marketing Ecotourism Centre	Data Sekunder
3.	Data Hasil Pra-Penelitian <i>Behavioral Intentions</i>	Penyebaran Kuesioner	Data Primer
4.	Data Hasi Penelitian <i>Tourism Storytelling</i>	Penyebaran Kuesioner	Data Primer
5.	Data Hasil Penelitian <i>Behavioral Intentions</i>	Penyebaran Kuesioner	Data Primer

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2017

### 3.2.4 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

#### 3.2.4.1 Populasi

Pelaksanaan suatu penelitian membutuhkan populasi sebagai sumber data, juga tidak terlepas dari penelitian yang akan di teliti, karena melalui objek penelitian akan diperoleh suatu pemecahan masalah yang akan menunjang keberhasilan penelitian. Penelitian yang dilakukan melalui pengumpulan dan penganalisaan data, langkah utama yang harus dilakukan adalah penentuan suatu populasi.

Populasi merupakan sejumlah objek yang dapat dijadikan sumber penelitian. Sekaran dan Bougie (2013:240) mengemukakan bahwa populasi mengacu pada keseluruhan kelompok orang, kejadian, atau hal-hal tertentu yang ingin diketahui atau diinvestigasi oleh peneliti. Sedangkan Indrawan (2014:93) mengemukakan bahwa populasi adalah kumpulan dari keseluruhan elemen yang akan ditarik kesimpulannya.

Berdasarkan pengertian populasi tersebut maka dapat dikatakan bahwa populasi merupakan keseluruhan atau totalitas objek yang dibatasi oleh kriteria tertentu. Maka yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah seluruh karakteristik yang mempengaruhi, dan anggota populasinya yakni pengunjung Kawah Putih selama tahun 2016. Jumlah pengunjung yang mengunjungi Kawah Putih dijelaskan pada Tabel 3.3 berikut ini.



**TABEL 3.3**  
**WISATAWAN YANG BERKUNJUNG KE KAWAH PUTIH TAHUN 2016**

Pengunjung	Jumlah populasi
Wisatawan	223.281

Sumber : Marketing *Ecotourism Centre*,2017

### 3.2.4.2 Sampel

Menurut Sekaran dan Bougie (2013:241), sampel merupakan suatu subset atau sub kelompok dari populasi. Pada umumnya dalam penelitian tidak dilakukan dengan menggunakan keseluruhan dari populasi yang ada. Adanya keterbatasan biaya, serta waktu yang tersedia menjadi penyebab mengapa penelitian hanya mengambil sebagian dari populasi yang ada. Sebagian populasi itulah yang disebut sampel. Seperti yang diungkapkan Hair Jr et al (2011:163) “Sampel adalah subset yang relatif kecil dimiliki oleh populasi”.

Menurut Bernson et.al. (2012:250) menyatakan bahwa sampel adalah populasi yang terpilih untuk selanjutnya dianalisis. Sedangkan Maholtra (2009:364) berpendapat bahwa sampel adalah sub-kelompok populasi yang terpilih untuk berpartisipasi dalam studi.

Untuk memperoleh sampel yang representatif dari suatu populasi, maka setiap subjek dalam populasi diupayakan untuk memiliki peluang yang sama untuk menjadi sampel. Untuk menentukan berapa minimal sampel yang dibutuhkan jika ukuran populasi diketahui dapat digunakan rumus slovin (Husein Umar, 2010:146) seperti berikut:

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

Keterangan :

$n$  = Ukuran sampel

$N$  = Ukuran populasi

$e$  = Kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan sampel yang dapat di tolerir adalah 0,1 atau 10%

**Carina Yuniar Audian, 2017**

*PENGARUHTOURISM STORYTELLING TERHADAP BEHAVIORAL INTENTIONS WISATAWAN KAWAH PUTIH ( Survei terhadap Wisatawan yang Sudah Membaca Cerita Kawah Putih )*

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

Adapun perhitungan jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

$$N = 223.281 \quad e = 0,1$$

Maka :

$$n = \frac{223.281}{1+(223.281)(0,1)^2} = 99,96 \approx 100$$

Berdasarkan penentuan sampel dengan menggunakan teknik rumus Slovin, maka diperoleh ukuran sampel (n) sebanyak 100.

### 3.2.4.3 Teknik Sampling

Sekaran dan Bougie (2013:244), teknik sampling merupakan proses menyeleksi sampel secukupnya dengan elemen yang tepat dari populasi, sehingga penelitian dengan sampel tersebut dan memahami sifat dan karakteristiknya memungkinkan peneliti menggeneralisasi sifat dan karakteristik seluruh elemen populasi. Dengan kata lain, teknik sampling merupakan proses menentukan sampel yang akan mewakili sifat dan karakteristik setiap elemen dalam populasi penelitian.

Menurut Maholtra (2009:379) “Sebuah teknik sampling dapat diklasifikasikan sebagai *non probability* dan *probability*”. Sampel *probability* merupakan sampel dimana setiap elemen atau anggota populasi memiliki peluang yang sama untuk terpilih sebagai sampel. Sedangkan sampel *non probability* kebalikan dari sampel *probability* dimana setiap elemen atau populasi tidak memiliki peluang yang sama dan pemilihan sampel bersifat objektif.

Pada penelitian ini, penulis mengambil sampel berdasarkan teknik *purposive sampling*. Teknik *purposive sampling* adalah teknik dimana sampel terbatas pada orang-orang tertentu yang dapat memberikan informasi yang diperlukan dalam penelitian, baik dikarenakan hanya orang-orang tersebut yang memiliki informasi yang diperlukan atau mereka menyesuaikan dengan kriteria yang ditentukan oleh peneliti (Sekaran dan Bougie, 2013:252). Teknik ini dipilih karena populasi dan sampel yang dipilih memiliki karakteristik tertentu. Karakteristik tersebut yaitu wisatawan yang sudah membaca cerita Kawah Putih dari *website, brosure, travel agent, travel blogger* dan papan informasi.

### 3.2.5 Teknik Pengumpulan Data

Data yang telah terkumpul digunakan untuk menguji hipotesis, menurut Sekaran dan Bougie (2013:116), teknik pengumpulan data merupakan bagian terintegrasi dari desain penelitian. Secara umum terdapat empat teknik pengumpulan data, yaitu observasi, wawancara, angket/kuesioner serta studi literatur. Untuk memperoleh data yang lengkap dalam penelitian ini, penulis menggunakan beberapa teknik penelitian sebagai berikut:

#### 1. Wawancara

Menurut Sekaran dan Bougie (2013:118), *interview* atau wawancara merupakan teknik pengumpulan data yang berarti, khususnya pada tahap *exploratory* penelitian.. Proses wawancara dilakukan dengan cara tatap muka secara langsung dengan narasumber yaitu pihak manajemen *Ecotourism Centre*. Adapun tujuan dari dilakukannya wawancara tersebut untuk memperoleh data mengenai profil perusahaan dan jumlah kunjungan wisatawan ke Kawah Putih yaitu dari tahun 2010-2016.

#### 2. Observasi

Observasi dilakukan dengan cara melakukan peninjauan serta pengamatan secara langsung terhadap gejala yang tampak tanpa menanyakannya secara langsung kepada objek yang diteliti (Sekaran dan Bougie, 2013:130).

#### 3. Kuisisioner

Merupakan teknik pengumpulan data primer yang dilakukan dengan cara menyebarkan seperangkat daftar pertanyaan tertulis yang berisi profil responden, pengalaman responden, tanggapan responden.

#### 4. Studi literature

Merupakan pengumpulan informasi yang berhubungan dengan teori-teori yang ada kaitannya dengan masalah variabel yang diteliti mengenai *Tourism storytelling* dan *Behavioral Intentions* baik melalui buku maupun jurnal serta artikel yang diterbitkan.

Lebih jelasnya mengenai teknik pengumpulan data dalam penelitian ini, maka peneliti mengumpulkan dan menyajikannya dalam Tabel 3.4 sebagai berikut:

**TABEL 3.4**  
**TEKNIK PENGUMPULAN DATA**

No.	Teknik Pengumpulan Data	Sumber Data
1	Wawancara	Bagian Marketing <i>Ecotourism Centre</i>
2	Observasi	Kegiatan <i>Tourism Storytelling</i> dan <i>Behavioral Intention</i> di Kawah Putih
3	Kuisisioner	Pengunjung yaitu wisatawan yang berkunjung ke Kawah Putih.
4	Studi Literatur	<i>Tourism Storytelling</i> dan <i>Behavioral Intention</i> di Kawah Putih.

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer dan Data Sekunder, 2017

### 3.2.6 Pengujian Validitas dan Reabilitas

Data merupakan gambaran dari variabel yang di teliti serta berfungsi membentuk hipotesis. Oleh karena itu, data menjadi hal penting dalam suatu penelitian. Benar tidaknya data tergantung dari baik tidaknya instrumen pengumpulan data. Instrumen yang baik harus memenuhi dua persyaratan penting yaitu valid dan reliabel. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner, maka setelah terkumpul kuesioner dari para responden, langkah selanjutnya adalah mengolah data menafsirkan data sehingga dari hasil tersebut dapat di lihat apakah *tourism storytelling* (Variabel X) memiliki pengaruh terhadap *behavioral intentions* (Variabel Y) atau tidak.

#### 3.2.6.1 Pengujian Validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan kevalidan dari suatu instrumen. Suatu instrumen yang valid mempunyai validitas yang tinggi, sebaliknya instrumen yang kurang valid memiliki validitas rendah juga. Menurut Uma Sekaran (2013:225), 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.

Maholtra (2009:36) mengemukakan “validitas dapat didefinisikan sebagai sejauh mana perbedaan bendar dalam apa yang sedang diukur bukan kesalahan sistematik atau acak”. Adapun tipe validitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah validitas konstruk yang dilakukan dengan cara mengkorelasikan antar skor yang diperoleh dari masing- masing item berupa pertanyaan dengan skor totalnya. Skor total ini merupakan nilai yang diperoleh dari penjumlahan semua skor item. Berdasarkan ukuran statistik, bila ternyata skor semua item yang disusun menurut dimensi konsep berkorelasi dengan skor totalnya, maka dapat dikatakan bahwa alat ukur tersebut mempunyai validitas.

Penelitian mengenai pengaruh *Tourism Storytelling* terhadap *Behavioral Intention* di Kawah Putih, dilakukan untuk mengetahui apakah variabel *Tourism Storytelling* (X) ada pengaruh atau tidak terhadap *Behavioral Intention* (Y), dengan menafsirkan data yang terkumpul dari responden melalui kuisisioner. Perhitungan uji validitasinstrumen dilakukan menggunakan program *IBM SPSS Statistic (Statistical Product for Service Solutions) 23 for windows*.

Rumus yang digunakan untuk menguji validitas menggunakan nilai korelasi antara data pada masing-masing pernyataan dengan skor total memakai teknik korelasi product moment yang dikemukakan oleh Pearson.

Rumus teknik korelasi “*product moment*” ialah sebagai berikut :

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

Keterangan :

- $r_{xy}$  = Koefisien korelasi *product moment*
- $n$  = Jumlah sampel atau banyaknya responden
- $X$  = Skor yang diperoleh subjek dalam setiap item
- $Y$  = Skor total yang diperoleh subjek dari seluruh item
- $\sum X^2$  = Kuadrat faktor variabel X
- $\sum Y^2$  = Kuadrat faktor variabel Y
- $\sum XY$  = Jumlah perkalian faktor korelasi variabel X dan Y

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

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

Keputusan pengujian validitas item instrument, menggunakan taraf signifikansi adalah sebagai berikut :

1. Nilai r dibandingkan dengan nilai r tabel dengan dk= n-2 dan taraf signifikansi  $\alpha=0,05$
2. Item pertanyaan yang diteliti dikatakan valid, jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$
3. Item pertanyaan yang diteliti dikatakan tidak valid, jika  $r_{hitung} < r_{tabel}$
4. Berdasarkan jumlah angket yang di uji sebanyak 30 responden dengan tingkat signifikansi 5% dan derajat kebebasan (dk) n-2 (30-2=28), maka di dapat nilai  $r_{tabel}$  sebesar 0,361

Adapun dalam penelitian ini yang akan diuji adalah validitas dari instrumen *tourism storytelling* yang terdiri dari *understandability, interestingness, uniqueness, sensibility* dan *educability* sebagai variabel X dan *behavioral Intentions* sebagai variabel Y. Perhitungan validitas item instrumen dilakukan dengan menggunakan program SPSS *Statistic 23 for windows*. Berikut ini adalah hasil pengujian validitas dari item pertanyaan yang diajukan peneliti.

**TABEL 3.5**  
**HASIL PENGUJIAN VALIDITAS**

No	Pernyataan	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
<b><i>Understandability</i></b>				
1.	Tingkat Kemampuan website/brosure/Travel blogger/Travel Agent/papan informasi Kawah Putih dalam memberikan informasi / cerita Kawah Putih sehingga dapat dimengerti dengan baik	0,776	0,361	Valid
2.	Tingkat kesesuaian website/brosure/Travel blogger/Travel Agent/papan informasi Kawah Putih dalam menjelaskan informasi / cerita Kawah Putih dengan keadaan sebenarnya di Kawah Putih	0,731	0,361	Valid

No	Pernyataan	r <sub>hitung</sub>	r <sub>tabel</sub>	Keterangan
3.	Tingkat kemampuan website/brosure/Travel blogger/Travel Agent/papan informasi Kawah Putih dalam memeberikan informasi / cerita Kawah Putih secara ilmiah dengan rinci	0,777	0,361	Valid
4.	Tingkat kemampuan website/brosure/Travel blogger/Travel Agent/papan informasi Kawah Putih dalam memberikan informasi / cerita Kawah Putih untuk berkesempatan mendapatkan pengalaman saat mengunjungi Kawah Putih	0,694	0,361	Valid
5.	Tingkat kemampuan kreativitas website/brosure/Travel blogger/Travel Agent/papan informasi Kawah Putih dalam memberikan informasi / cerita Kawah Putih	0,657	0,361	Valid
6.	Tingkat kemampuan website/brosure/Travel blogger/Travel Agent/papan informasi Kawah Putih dalam memberikan informasi / cerita Kawah putih melalui daya khayal	0,764	0,361	Valid
<b><i>Interestingnes</i></b>				
7.	Tingkat kemampuan website/brosure/Travel blogger/Travel Agent/papan informasi Kawah Putih dalam memberikan informasi/ cerita keunikkan Kawah Putih	0,922	0,361	Valid
8.	Tingkat kemampuan website/brosure/Travel blogger/Travel Agent/papan informasi Kawah Putih dalam memberikan informasi / cerita sejarah tentang Kawah Putih	0,853	0,361	Valid
9.	Tingkat Kemampuan website/brosure/Travel blogger/Travel Agent/papan informasi Kawah Putih dalam memberikan kemenarikan informasi/ cerita Kawah Putih.	0,830	0,361	Valid
<b><i>Uniquenes</i></b>				

No	Pernyataan	r <sub>hitung</sub>	r <sub>tabel</sub>	Keterangan
10.	Tingkat Kemampuan website/ brosure/ Travel blogger/ Travel Agent/ papan informasi Kawah Putih dengan memberikan informasi melalui hasil pengalaman/ kenangan wisatawan	0,906	0,361	Valid
11.	Tingkat Kemampuan website/ brosure/ Travel blogger/ Travel Agent/ papan informasi Kawah Putih dalam memberikan cerita Kawah putih sehingga memberikan kesan romantis ketika berkunjung ke Kawah putih	0,873	0,361	Valid
<b>Sensibility</b>				
12.	Tingkat Kemampuan website/ brosure/ Travel blogger/ Travel Agent/papan informasi Kawah Putih dalam menyampaikan informasi / cerita Kawah Putih dengan kesesuaian biaya yang dikeluarkan saat berkunjung ke Kawah Putih	0,864	0,361	Valid
13.	Tingkat kesesuaian website/brosure/ Travel blogger/Travel Agent/papan informasi Kawah Putih dalam menyampaikan cerita Kawah Putih sehingga memberikan rasa gembira / senang kepada wisatawan saat berkunjung ke Kawah Putih	0,907	0,361	Valid
14.	Tingkat Kemampuan website/brosure/ Travel blogger/Travel Agent/papan informasi Kawah Putih memberikan informasi/ cerita secara menarik	0,892	0,361	Valid
15.	Tingkat kemampuan website/brosure/ Travel blogger/Travel Agent/papan informasi Kawah Putih dalam menceritakan kesenangan wisatawan melalui pengalaman wisatawan selama berkunjung ke Kawah Putih	0,832	0,361	Valid
<b>Educability</b>				
16.	Tingkat kemampuan website/brosure/Travel blogger/Travel	0,936	0,361	Valid



No	Pernyataan	r <sub>hitung</sub>	r <sub>tabel</sub>	Keterangan
	Agent/papan informasi Kawah Putih dalam memberikan informasi / cerita Kawah Putih sehingga wisatawan mendapatkan pengetahuan baru tentang Kawah Putih			
17.	Tingkat Kemampuan website/brosure/Travel blogger/Travel Agent/papan informasi Kawah Putih untuk memberikan / meningkatkan pemaham tentang Kawah Putih	0,936	0,361	Valid
	<b><i>Intentions for return to visit</i></b>			
18.	Tingkat seberapa kuat niat untuk mengunjungi kembali Kawah Putih	0,873	0,361	Valid
19.	Tingkat Seberapa besar kemungkinan untuk mengunjungi Kawah Putih dalam jangka waktu 6 bulan sampai 1 tahun kedepan	0,915	0,361	Valid
20.	Tingkat Seberapa kuat pertimbangan untuk berkunjung ke Kawah Putih sebagai pilihan utama	0,781	0,361	Valid
	<b><i>Intentions to recommend to others</i></b>			
21.	Tingkat kesediaan untuk merekomendasikan kawah putih kepada orang lain	0,805	0,361	Valid
22.	Tingkat kesediaan untuk mengajak keluarga dan orang terdekat untuk datang ke Kawah Putih	0,803	0,361	Valid
23	Tingkat kesediaan untuk membicarakan hal –hal positif tentang Kawah Putih kepada orang lain	0,830	0,361	Valid

Sumber: Pengolahan Data, 2017 (Menggunakan SPSS 23 for windows)

Berdasarkan kuisioner yang diuji sebanyak 30 responden dengan tingkat signifikansi 5% dan derajat bebas (df)  $n-2$  ( $30-2=28$ ), maka diperoleh nilai  $r_{tabel}$  sebesar 0,361 dari tabel hasil pengujian validitas diketahui bahwa pertanyaan pertanyaan yang diajukan kepada responden seluruhnya dinyatakan valid karena

memiliki  $r_{hitung}$  lebih besar dari  $r_{tabel}$  sehingga pertanyaan-pertanyaan tersebut dapat dijadikan alat ukur terhadap konsep yang seharusnya diukur.

Berdasarkan Tabel 3.5 terlihat bahwa tujuh belas item pertanyaan pada dimensi X valid dan dapat diketahui bahwa nilai tertinggi terdapat dua pada dimensi *Educability* dengan item pernyataan Tingkat kemampuan website/brosure/Travel blogger/Travel Agent/papan informasi Kawah Putih dalam memberikan informasi / cerita Kawah Putih sehingga wisatawan mendapatkan pengetahuan baru tentang Kawah Putih dan Tingkat Kemampuan website/brosure/Travel blogger/Travel Agent/papan informasi Kawah Putih untuk memberikan / meningkatkan pemaham tentang Kawah Putih yang bernilai sama yaitu 0,935, sedangkan nilai terendah terdapat pada dimensi *understandability* dengan item pernyataan Tingkat kemampuan website/brosure/Travel blogger/Travel Agent/papan informasi Kawah Putih dalam memberikan informasi / cerita Kawah Putih untuk berkesempatan mendapatkan pengalaman saat mengunjungi Kawah Putih yang bernilai 0,694. Pada enam item pertanyaan yang terdapat pada dimensi Y valid dan dapat diketahui bahwa nilai tertinggi terdapat pada dimensi *intention for return to visit* dengan item pernyataan Tingkat Seberapa besar kemungkinan untuk mengunjungi Kawah Putih dalam jangka waktu 6 bulan sampai 1 tahun kedepan yang bernilai 0,915, sedangkan nilai terendah terdapat pada dimensi *intention to recommend to visit* dengan item pernyataan Tingkat Seberapa kuat pertimbangan untuk berkunjung ke Kawah Putih sebagai pilihan utama yang bernilai 0,781.

### 3.2.6.2 Pengujian Reliabilitas

Reliabilitas adalah tingkat konsistensi suatu alat ukur dalam mengukur gejala yang sama. Jika suatu alat ukur dipakai dua kali atau lebih untuk mengukur gejala yang sama dan hasil pengukuran relatif konsisten, maka alat ukur tersebut reliabel. Uji reliabilitas merupakan ukuran suatu kestabilan dan konsistensi responden dalam menjawab hal yang berkaitan dengan konstruk-konstruk pertanyaan yang merupakan dimensi suatu variabel dan disusun dalam suatu bentuk kuisisioner (Sujarweni,2014:85).

Menurut Sekaran dan Bougie (2013:228), uji reliabilitas merupakan suatu uji yang mampu mengindikasikan bahwa tidak adanya bias pada instrumen

penelitian (*error free*), serta untuk memastikan konsistensi pengukuran. Jika suatu instrumen dapat dipercaya maka data yang dihasilkan oleh instrumen tersebut dapat dipercaya. Uji reliabilitas dilakukan untuk mendapatkan tingkat ketepatan alat pengumpulan data yang digunakan. Dalam kata lain reliabilitas adalah suatu nilai yang menunjukkan konsistensi suatu alat pengukur dalam mengukur gejala yang serupa. Reliabilitas memiliki pengertian bahwa suatu instrumen dalam penelitian memiliki akurasi nilai sehingga dapat dipercaya dan digunakan sebagai alat pengumpul data, karena instrumen tersebut sudah baik.

Pada penelitian ini reliabilitas dicari dengan menggunakan rumus *alpha* atau *cronbach's alpha* ( $\alpha$ ) dikarenakan instrumen pertanyaan kuesioner yang dipakai merupakan rentangan antara beberapa nilai dalam hal ini menggunakan skala likert 1 sampai dengan 5. Menurut Anderson dalam Sekaran (2006:177): *Cronbach alpha* adalah koefisien kehandalan yang menunjukkan seberapa baik item dalam suatu kumpulan secara positif berkorelasi satu sama lain. *Cronbach alpha* dihitung dalam rata-rata interkorelasi antar item yang mengukur konsep. Semakin dekat *cronbach alpha* dengan 1, semakin tinggi keandalan konsistensi internal.

Langkah-langkah yang dilakukan untuk menguji reliabilitas dengan menggunakan program *IBM SPSS Statistic (Statistical Product for Service Solutions) 23.0 for windows* adalah sebagai berikut:

1. Distribusi data pada excel *copy* ke SPSS di *data view*
2. Klik *variable view*, lalu isi kolom *name* dengan variabel-variabel penelitian.
3. Kemudian klik *analyze, scale* dan pilih *reliability analysis*.
4. Pindahkan semua pernyataan tanpa jumlah ke kolom items.
5. Klik *statistics*, kemudian pada kolom *descriptive for*, klik *scale if item deleted*
6. Kemudian klik *continue* dan OK

Keputusan uji reliabilitas dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Jika instrumen dikatakan reliabel apabila  $Cronbach\ alpha > 0,70$ .
2. Jika instrumen dikatakan tidak reliabel  $Cronbach\ alpha < 0,70$ .

Pengujian reliabilitas instrument diuji kepada sebanyak 30 responden dengan tingkat signifikansi 5% dan derajat kebebasan (df)  $n-2$  ( $30-2=28$ ) dengan menggunakan program *SPSS Statistic 23.0 for windows*, diketahui bahwa semua variabel *reliable* hal ini dikarenakan  $C\sigma$  masing-masing variable lebih besar

dibandingkan dengan koefisien *alpha cronbach* yang bernilai 0,70. Berikut tabel uji reliabilitas instrumen penelitian pada tabel 3.6.

**TABEL 3.6**  
**HASIL PENGUJIAN RELIABILITAS**

No	Variabel	C $\sigma$ hitung	Ket
1	<i>Tourism Storytelling</i>	0,927	Reliabel
2	<i>Behavioral Intentions</i>	0,842	Reliabel

Sumber: Pengolahan Data, 2017 (Menggunakan SPSS 23 for windows)

Berdasarkan Tabel 3.6 hasil pengolahan data kuisioner pengukuran reliabilitas untuk variabel *tourism storytelling* dan *behavioral Intentions* dinyatakan reliabel karena skor lebih besar dibandingkan dengan C $\sigma$ tabel yang bernilai 0,700.

### 3.2.7 Analisis Data

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 kedalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun kedalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain (Sugiyono, 2013:428).

#### 3.2.7.1 Analisis Data Deskriptif

Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif untuk melihat faktor penyebab. Analisis deskriptif bertujuan untuk mengubah kumpulan data mentah menjadi informasi yang mudah dipahami. Analisis data deskriptif dilakukan dengan menggolongkan, mengklasifikasikan dan menginterpretasikan data-data yang didapat yang selanjutnya dianalisis, sehingga diperoleh gambaran umum tentang variabel berdasarkan beberapa analisis sebagai berikut:

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 presentase (Naresh K. Maholtra, 2009:480).
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 yang memiliki sejumlah kategori atau nilai-nilai yang berbeda (Naresh K. Maholtra, 2009:493)

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

Analisis data deskriptif tersebut diatas digunakan untuk mendeskripsikan variabel-variabel dalam penelitian, yaitu sebagai berikut.

1. Analisis data deskriptif tentang *tourism storytelling* di Kawah Putih yang terdiri dari *Understandability, interestingness, educability, uniqueness* dan *sensibility*
2. Analisis data deskriptif tentang *behavioral intention* yang terdiri dari *Intentions to recommend to others* dan *Intentions for return to visit*.

### 3.2.7.2 Analisis Data Verifikatif

Alat penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah angket. Angket disusun berdasarkan variabel yang diteliti yaitu memberikan keterangan dan data mengenai pengaruh *tourism storytelling* yang terdiri dari *Understandability, interestingness, uniqueness, sensibility* dan *educability* terhadap *behavioral intentions*. Dalam penelitian kuantitatif analisis data dilakukan setelah data seluruh responden terkumpul. Kegiatan analisis data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

#### 1. Menyusun Data

Kegiatan ini untuk mengecek kelengkapan identitas responden, kelengkapan data, pengisian data yang di sesuaikan dengan tujuan penelitian.

## 2. Tabulasi Data

Tabulasi Data yang dilakukan :

- a. Memberikan skor pada setiap item
- b. Menjumlahkan skor pada setiap item
- c. Menyusun ranking skor pada setiap variabel penelitian

## 3. Menganalisis Data

Merupakan proses pengolahan data dengan menggunakan rumus-rumus statistik, menginterpretasi data agar diperoleh suatu kesimpulan. Adapun metode analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis deskriptif dan verifikatif.

## 4. Pengujian

Proses pengujian hipotesis pada penelitian ini adalah metode verifikatif, maka dilakukan analisis jalur.

### 3.2.7.3 Pengujian Hipotesis

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda. Regresi berganda digunakan untuk melihat hubungan atau pengaruh simultan ataupun parsial ( $X_1$ ), ( $X_2$ ), ( $X_3$ ), ( $X_4$ ) dan ( $X_5$ ) terhadap *behavioral intentions* wisatawan Kawah Putih.

Skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah *ordinal scale* yaitu skala yang berbentuk peringkat yang menunjukkan suatu urutan preferensi/penilaian. Skala ordinal perlu di transformasi menjadi skala interval dengan menggunakan *Method Successive Interval* (MSI). 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 di peroleh 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:

$$\text{Scale Value} = \frac{x(\text{Density at lower linier}) - (\text{Density at upper linier})}{(\text{Area below upper linier}) - (\text{Area below lower linier})}$$

- f. Menghitung hasil transformasi dari setiap pilihan jawaban melalui rumusan persamaan berikut:

$$\text{Nilai hasil transformasi : Score} = \text{scale value minimum} + 1$$

Keterangan :

- *Density at lower limit* = Kepadatan batas bawah
- *Density at upper limit* = Kepadatan batas atas
- *Area below upper limit* = Daerah dibawah batas atas
- *Area below lower limit* = Daerah dibawah batas bawah

- g. Data penelitian yang telah berskala interval selanjutnya akan ditentukan pasangan data variabel independen dengan variabel dependen serta akan ditentukan persamaan yang berlaku untuk pasangan-pasangan tersebut.

#### 3.2.7.4 Teknik Analisis Linear Regresi Berganda

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi berganda. Analisis regresi berganda adalah suatu alat analisis peramalan nilai pengaruh dua atau lebih variabel independen ( $X_1$ ,  $X_2$ ,  $X_3$ ,  $X_4$ , dan  $X_5$ ) terhadap variabel dependen ( $Y$ ) untuk membuktikan ada atau tidaknya hubungan kausal antara dua atau lebih variabel independen. Skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah *ordinal scale* yang berbentuk peringkat yang menunjukkan suatu urutan presensi/penilaian. Skala ordinal ini perlu ditransformasi menjadi skala interval dengan menggunakan *Method Successive Interval*.

Penelitian ini tidak mentransformasi dengan cara manual tetapi dengan bantuan aplikasi Microsoft Excel dengan Add-ins MSI (*Method Successive Interval*) dengan langkah sebagai berikut:

1. *Install add-ins Successive.xla* pada *Microsoft Excel*
2. Jalankan aplikasi *Microsoft Excel*.
3. Buka data yang akan diolah menjadi MSI

Carina Yuniar Audian, 2017

PENGARUH TOURISM STORYTELLING TERHADAP BEHAVIORAL INTENTIONS WISATAWAN KAWAH PUTIH ( Survei terhadap Wisatawan yang Sudah Membaca Cerita Kawah Putih )

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

4. Klik *Toolbar Statistics*.
5. Pilih *Succesive Interval*.
6. Pada Menu Input Pilih *data range*, lalu *drag* data yang akan di MSI.
7. Pada Menu *Output* pilih kolom tempat MSI.
8. Pilih *Next*.
9. Pada Menu *Select Variables*, pilih seluruh *item* yang akan di MSI-kan.
10. Pilih *Next*.
11. Pada Menu *Min Value* isi dengan 1 dan *Max Value* dengan 5.
12. Klik Menu *Display Summary*, lalu *Next*.
13. Klik *Finish*.

Data penelitian yang telah berskala interval selanjutnya akan ditemukan pasangan data variabel independen dengan variabel dependen serta akan ditemukan persamaan yang berlaku untuk pasangan-pasangan tersebut. Untuk mendapatkan kelima variabel mempunyai hubungan kausal atau tidak, maka harus didasarkan pada teori atau konsep-konsep tentang variabel-variabel tersebut.

Perumusan persamaan regresi berganda berdasarkan lima variabel bebas tersebut sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5$$

Keterangan:

a = Konstanta

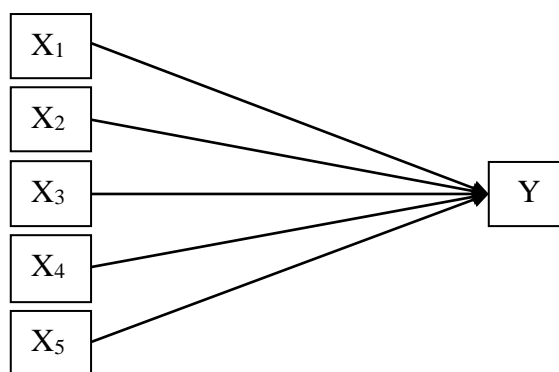
b = Koefisien regresi

Y = Variabel dependen ( variabel terikat )

X = Variabel Independen ( variabel bebas)

Analisis regresi berganda akan dilakukan bila jumlah variabel independen minimal dua atau lebih. Menerjemahkan ke dalam beberapa sub hipotesis yang menyatakan pengaruh sub variabel independen yang paling dominan terhadap variabel dependen, lebih jelasnya dapat dilihat pada Gambar 3.1 berikut:





**GAMBAR 3.1**  
**REGRESI BERGANDA**

Keterangan :

$X_1$  = *Understandability*

$X_2$  = *Interestingness*

$X_3$  = *Uniqueness*

$X_4$  = *Sensibility*

$X_5$  = *Educability*

$Y$  = *Behavioral Intentions*

Sebelum penggunaan alat analisis regresi untuk mengestimasi suatu model dengan sejumlah data, maka biasanya untuk beberapa masalah yang muncul dan perlu terlebih dahulu diadakan pengujian asumsi klasik yang secara statistik harus dipenuhi yaitu sebagai berikut :

### 1. Uji Asumsi Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji data variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y) pada persamaan regresi yang dihasilkan, apakah berdistribusi normal atau berdistribusi tidak normal. Jika distribusi data normal, maka analisis data dan pengujian hipotesis digunakan statistik parametrik. Untuk mendeteksi apakah data yang digunakan berdistribusi normal atau tidak dilakukan dengan menggunakan *normal probability plot*. Suatu model regresi memiliki data berdistribusi normal apabila sebaran datanya terletak disekitar garis diagonal pada *normal probability plot* yaitu dari kiri bawah ke kanan atas berarti berdistribusi normal. Data berdistribusi normal, jika nilai sig (signifikansi)  $> 0,05$ . Sedangkan data berdistribusi tidak normal, jika nilai sig  $< 0,05$ . Langkah-langkah Uji Normalitas dengan Rumus Kolmogorov-Smirnof:

Carina Yuniar Audian, 2017

PENGARUH TOURISM STORYTELLING TERHADAP BEHAVIORAL INTENTIONS WISATAWAN KAWAH PUTIH ( Survei terhadap Wisatawan yang Sudah Membaca Cerita Kawah Putih )

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

Buat data *unstandardized residual* terlebih dahulu, caranya : pilih menu Analyze - Regression - Linear -masukkan variabel Y ke Dependent, masukkan variabel X ke Independent (s)Klik Save - pada bagian Residual, centang (V)Unstandardized (abaikan kolom yang lain) - klik Continue-klik OK, maka akan muncul variabel baru dengan nama RES\_1Selanjutnya pilih menu Analyze, lalu pilih NonparametricTest, Legacy Dialogs-pilih submenu 1-SampleK-S Masukkan variabel unstandardized residual ke kotakTest Variable List Pada Test Distribution centang (V) normalKlik OK, untuk mengakhiri perintah.

## 2. Uji Asumsi Multikolinearitas

Uji multikolinearitas adalah untuk melihat ada atau tidaknya korelasi koefisien ( $r$ ) yang tinggi antara variabel-variabel bebas dalam suatu model regresi linear berganda. Dua parameter yang paling sering digunakan untuk mendeteksi multikolinearitas adalah nilai tolerance dan nilai VIF (*Variance Inflation Factor*). Melihat nilai tolerance, tidak terjadi multikolinearitas, jika nilai *Tolerance* lebih besar 0,01. Terjadi multikolinearitas, jika nilai *Tolerance* lebih kecil atau sama dengan 0,10. Melihat nilai VIF, tidak terjadi multikolinearitas, jika nilai VIF lebih kecil 10,00. Terjadi multikolinearitas, jika nilai VIF lebih besar atau sama dengan 10,00. Langkah-langkah yang dilakukan adalah sebagai berikut:

Dari menu SPSS, Pilih menu Analyze, kemudiannya submenu regression, lalu pilih linear, Pada kotak Dependent, isikan variabel Y, Pada kotak Independent, isikan variabel X, Pada kotak method, pilih EnterSelanjutnya pilih Statistics, di layar akan muncul tampilan windows Linear Regression Statistics. Aktifkan pilihan (dengan centang) Covariance matrix dan Collinearity Diagnostics, Tekan Continue, abaikan yang lain dan tekan Ok

## 3. Uji Asumsi Autokorelasi

Uji autokorelasi adalah untuk melihat apakah terjadi korelasi antara suatu periode  $t$  dengan periode sebelumnya ( $t - 1$ ). Uji autokorelasi hanya dilakukan pada data *time series* (runtut waktu) dan tidak perlu dilakukan

pada data *cross section* seperti pada kuesioner dimana pengukuran semua variabel dilakukan secara serempak pada saat yang bersamaan. Persamaan regresi yang baik adalah tidak memiliki masalah autokorelasi. Jika terjadi autokorelasi maka persamaan tersebut menjadi tidak baik atau tidak layak dipakai prediksi. Gejala autokorelasi di deteksi dengan melakukan uji *Durbin-Watson* (DW). Hasil perhitungan *Durbin-Watson* (DW) dibandingkan dengan nilai nilai  $d_{tabel}$  pada  $\alpha=0,05$

#### 4. Uji Asumsi Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang memenuhi persyaratan adalah dimana terdapat kesamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap atau disebut homoskedastisitas. Persamaan regresi dikatakan tidak terdeteksi heteroskedastisitas jika nilai  $t$  hitung lebih kecil dari  $t$  tabel dan nilai signifikansi lebih besar dari 0,05. Dikatakan heteroskedastisitas, jika  $t$  hitung lebih besar dari  $t$  tabel dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05. Adapun cara untuk menguji Heteroskedastisitas dengan aplikasi IBM SPSS 23 for Windows sebagai berikut:

Klik menu Analyze, Regression, Linear. Setelah terbuka jendela. Masukkan Variabel X ke kotak Variabel Independent dan masukkan Variabel Y ke kotak Variabel Dependent. Cari tombol "SAVE" lalu klik maka akan muncul jendela baru, cari "Unstandardized" lalu centang, OK dan OK lagi. Abaikan output dan lihat ada sebuah variable baru bernama "RES\_1". Klik Transform, Compute Variable, Pada kotak "Target Variable" isi dengan RES2. Pada kotak "Numeric Expression" ketikkan rumus "ABS\_RES(RES\_1)". Abaikan output dan lihat ada sebuah variable baru bernama "RES2".

Klik menu Analyze, Regression, Linear. Setelah terbuka jendela. Keluarkan variabel Y dari kotak variable dependent dan masukkan variable RES2 ke kotak variable dependent. Cari tombol "SAVE" lalu klik maka akan

muncul jendela baru, cari Unstanarized, dan hilangkan centang. Ok dan klik OK kembali untuk melihat output kolom “Sig”.

Proses untuk menguji hipotesis dimana metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode regresi berganda. Dalam hal ini analisis regresi berganda digunakan mengukur pengaruh antara lebih dari satu variabel *independent* (variabel bebas) terhadap variabel *dependent* (variabel terikat).

Data yang diperoleh dari penelitian ini adalah data ordinal yang merupakan skala yang mengandung unsur kategori atau persamaan juga menunjukkan peringkat atau urutan. Rancangan hipotesis dalam penelitian ini adalah :

#### A. Secara Simultan

1.  $H_0 : b_i = 0$  artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara *tourism storytelling* yang terdiri dari *understandability*, *interestingness*, *uniqueness*, *sensibility* dan *educability* terhadap *behavioral intentions* wisatawan Kawah Putih
2.  $H_1 : b_i \neq 0$  artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara *tourism storytelling* yang terdiri dari *understandability*, *interestingness*, *uniqueness*, *sensibility* dan *educability* terhadap *behavioral intentions* wisatawan Kawah Putih

Pengujian hipotesis ini dengan menggunakan uji f hitung dengan rumus :

$$f = \frac{R^2(N-M-1)}{m(1-R^2)}$$

Keterangan :

R = Koefisien korelasi ganda

M = Jumlah prediktor

n = Jumlah anggota sampel

Kriteria pengambilan keputusan untuk hipotesis yang diajukan adalah :

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

Jika  $f_{hitung} < f_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak artinya X tidak berpengaruh terhadap Y

#### B. Secara Parsial

1.  $H_0 : b_1 = 0$ , artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan *Understandability* terhadap *behavioral intention*.

Carina Yuniar Audian, 2017

PENGARUH TOURISM STORYTELLING TERHADAP BEHAVIORAL INTENTIONS WISATAWAN KAWAH PUTIH ( Survei terhadap Wisatawan yang Sudah Membaca Cerita Kawah Putih )

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

$H_1 : b_1 \neq 0$ , artinya terdapat pengaruh yang signifikan *Understandability* terhadap *behavioral intention*.

2.  $H_0 : b_2 = 0$ , artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan *Interstingness* terhadap *behavioral intention*.

$H_1 : b_2 \neq 0$ , artinya terdapat pengaruh yang signifikan *Interstingness* terhadap *behavioral intention*.

3.  $H_0 : b_3 = 0$ , artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan *Uniqueness* terhadap *behavioral intention*.

$H_1 : b_3 \neq 0$ , artinya terdapat pengaruh yang signifikan *Uniqueness* terhadap *behavioral intention*.

4.  $H_0 : b_4 = 0$ , artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan *Sensibility* terhadap *behavioral intention*.

$H_1 : b_4 \neq 0$ , artinya terdapat pengaruh yang signifikan *Sensibility* terhadap *behavioral intention*.

5.  $H_0 : b_5 = 0$ , artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan *Educability* terhadap *behavioral intention*.

$H_1 : b_5 \neq 0$ , artinya terdapat pengaruh yang signifikan *Educability* terhadap *behavioral intention*.