

BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis pengaruh motivasi wisatawan terhadap keputusan berkunjung di Kawah Putih Ciwidey Kab. Bandung. Penelitian ini terdiri dari dua variabel yaitu motivasi wisatawan yang terdiri dari *novelty* (X_1), *prestige* (X_2), *physical activity* (X_3), dan *relaxation dan escape* (X_4) dan keputusan berkunjung sebagai variabel dependen (Y). Variabel penelitian menurut Sugiyono (2014, hlm. 59) adalah “Suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut kemudian ditarik kesimpulannya”.

Penelitian ini dilaksanakan di suatu kawasan wisata berbasis alam yang dikelola oleh perhutani, yaitu Kawah Putih Ciwidey. Unit analisis atau responden dalam penelitian ini adalah wisatawan yang berkunjung ke Kawah Putih Ciwidey. Menurut Sedarmayanti dan Hidayat (2011, hlm. 71) “Unit analisis adalah sesuatu yang berdasarkan tujuannya yang dijadikan suatu kesatuan karakteristik yang akan di ukur”.

Penelitian ini dilakukan pada kurun waktu kurang dari satu tahun, maka metode yang digunakan adalah *cross sectional method*. Menurut Husein Umar (2008, hlm. 45) pendekatan *cross sectional* yaitu metode penelitian dengan cara mempelajari objek dalam kurun waktu tertentu/tidak berkesinambungan dalam jangka panjang. Sedangkan menurut Sedarmayanti dan Hidayat (2011, hlm. 34) metode *cross sectional* adalah:

Metode yang mengambil subyek dari berbagai tingkat umur dan karakteristik lain dari waktu yang bersamaan. Bertujuan untuk memperoleh data yang lebih lengkap, cepat, sehingga dapat menggambarkan perkembangan individu selama masa pertumbuhan.

Pengumpulan informasi dari subjek penelitian hanya dilakukan satu kali dalam satu periode waktu, sehingga penelitian ini merupakan *one-shot* atau *cross sectional* (Maholtra, 2009, hlm. 101).

3.2 Metodologi Penelitian

3.2.1 Jenis Penelitian dan Metode yang Digunakan

Jenis-jenis penelitian yang telah dikemukakan Sekaran dan Bougi (2010, hlm. 103) pada umumnya dapat berupa eksplorasi (*exploratory*), deskriptif, atau uji hipotesis, hal ini disesuaikan dengan tingkat pengetahuan tentang pokok penelitian yang sudah ada. Jenis penelitian yang peneliti gunakan adalah jenis penelitian deskriptif dan verifikatif (pengujian hipotesis).

Menurut Sugiyono (2014, hlm. 56), “Penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui keberadaan variabel mandiri baik satu variabel atau lebih yang berdiri sendiri tanpa membuat perbandingan dan atau mencari hubungan variabel satu sama lain”. Sekaran dan Bougi (2010, hlm. 105) menjelaskan pula tentang penelitian deskriptif sebagai berikut “*A descriptive study is undertaken in order to ascertain and be able to describe the characteristic of the variable of interest in situation.*” hal tersebut dapat disimpulkan bahwa penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk memastikan dan dapat menggambarkan karakteristik dari setiap variabel yang diteliti dalam sebuah situasi. Adapun pengertian penelitian verifikatif menurut Sugiyono (2014, hlm. 59) “Penelitian yang membandingkan keberadaan satu variabel atau lebih pada dua atau lebih sampel yang berbeda, atau pada waktu yang berbeda.”

Berdasarkan jenis penelitian deskriptif dan verifikatif. Maka metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah *explanatory survey*. Menurut Kerlinger dalam Sugiyono (2012, hlm. 12) metode survey adalah penelitian yang dilakukan pada populasi besar atau kecil, tetapi data yang dipelajari adalah data dari sampel yang diambil dari populasi tersebut, sehingga ditemukan kejadian-kejadian relatif, distributif dan hubungan-hubungan antar variabel sosiologis maupun psikologis. Sedangkan Menurut Sugiyono (2014, hlm. 61), yang dimaksud dengan metode survey adalah metode yang digunakan untuk mendapatkan data dari tempat tertentu yang alamiah (bukan buatan), tetapi

peneliti melakukan perlakuan dalam pengumpulan data, misalnya dengan mengadakan kuisioner, tes, dan wawancara terstruktur.

Berdasarkan jenis penelitian yang digunakan yaitu penelitian jenis deskriptif dan ekplanatif, maka metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survey dan *explanatory survey*. Menurut Sherri L. Jackson (2012, hlm. 20) menyatakan metode survey adalah mempertanyakan individu pada sebuah topik atau beberapa topik kemudian menggambarkan tanggapan mereka. Sedangkan metode *explanatory survey* menurut Maholtra (2009, hlm. 98) dilakukan untuk mengeksplorasi situasi masalah atau penelitian melalui masalah atau situasi untuk mendapatkan wawasan dan pemahaman.

3.2.2 Operasionalisasi Variabel

Penelitian ini meliputi dua variabel inti, yaitu variabel bebas dan variabel terikat. Menurut Maholtra (2009, hlm. 248), yang dimaksud dengan variabel bebas dan terikat yaitu:

Variabel bebas (*independent variable/predictor variable*) merupakan variabel atau alternatif yang dimanipulasi dan yang mempengaruhi diukur dan dibandingkan. variabel terikat (*dependent variable/criterion variable*) merupakan variabel yang mengukur efek dari variabel independen pada unit tes.

Operasionalisasi variabel merupakan kegiatan mengurai variabel menjadi sejumlah variabel operasional atau variabel empiris yang menunjuk langsung pada hal-hal yang dapat diamati atau diukur (Uber Silalahi, 2009, hlm. 201).

Konsep operasional variabel dalam penelitian ini digunakan untuk mengukur nilai dari variabel Y yaitu keputusan berkunjung. Operasional variabel X yaitu motivasi wisatawan yang terdiri dari *novelty*, *prestige*, *physical activity*, dan *relaxation* dan *escape* yang secara rinci disajikan pada tabel berikut:

TABEL 3.1
OPERASIONALISASI VARIABEL PENELITIAN

Variabel/Sub Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
1	2	3	4	5	6

Motivasi (X)	<i>Motivation as an energizing condition of the organisme that serve to direct that organism toward the goal of a certain class.</i> Motivasi sebagai suatu kondisi yang menggerakkan manusia ke arah suatu tujuan tertentu. Mehmeoglu dan Normann (2013, hlm.4)				
Variabel/Sub Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
1	2	3	4	5	6
<i>Novelty (X₁)</i>	kebutuhan akan hal baru mengarah kepada pengalaman yang tak terbayangkan sebelumnya, berpetualangan, melakukan apa yang tidak orang lain lakukan.	Keinginan untuk mendapatkan pengalaman baru	Tingkat keinginan mendapatkan pengalaman baru	Ordinal	1
		Keinginan untuk merasakan budaya baru	Tingkat keinginan merasakan budaya baru	Ordinal	2
		Keinginan untuk bertemu orang baru	Tingkat keinginan untuk bertemu orang baru	Ordinal	3
<i>prestige (X₂)</i>	keinginan wisatawan untuk aktualisasi diri, dengan suatu kebanggaan apabila berkunjung ke suatu destinasi tertentu.	Keinginan untuk meningkatkan status sosial	Tingkat untuk meningkatkan status sosial	Ordinal	4
		Keinginan untuk mengunjungi tempat yang telah dikunjungi teman, kerabat	Tingkat keinginan untuk mengunjungi tempat yang telah dikunjungi teman, kerabat	Ordinal	5
		Keinginan membuat teman dan sahabat terkesan	Tingkat keinginan membuat teman dan sahabat terkesan	Ordinal	6
<i>Physical activity (x₃)</i>	keinginan wisatawan untuk melakukan kegiatan atau aktifitas fisik seperti berjalan kaki, berkuda, <i>hiking</i> dan lain-lan.	Keinginan untuk melakukan <i>trekking</i> di Kawah Putih Ciwidey	Tingkat keinginan untuk melakukan <i>trekking</i>	Ordinal	7
		Keinginan untuk <i>hiking</i> di Kawah Putih Ciwidey	Tingkat keinginan untuk <i>hiking</i>	Ordinal	8
<i>Relaxation dan escape</i>	motivasi wisatawan untuk mencari kesenangan dengan cara bersantai, menghilangkan <i>stress</i> dan kejenuhan dengan melarikan diri dari rutinitas sehari-hari.	Keinginan untuk menikmati pemandangan alam	Tingkat keinginan untuk menikmati pemandangan alam	Ordinal	9
		Keinginan untuk bersantai dan memanjakan diri	Tingkat keinginan untuk bersantai dan memanjakan diri	Ordinal	10

		Keinginan untuk menemukan sensasi dan kegembiraan	Tingkat keinginan untuk menemukan sensasi dan kegembiraan	Ordinal	11
		Keinginan untuk meningkatkan kesehatan	Tingkat keinginan untuk meningkatkan kesehatan	Ordinal	12
		Keinginan untuk menikmati cuaca dingin	Tingkat keinginan untuk menikmati cuaca dingin	Ordinal	13
Keputusan berkunjung (Y)	Keputusan pembelian merupakan proses keputusan dimana konsumen benar-benar memutuskan untuk membeli salah satu produk diantara berbagai macam alternatif pilihan. Kotler dan Keller (2016, hlm. 195)				
Pemilihan produk (Y ₁)	pada tahap ini konsumen dihadapkan pada sikapnya terhadap kebutuhan atau keinginan suatu produk.	Keinginan berkunjung karena kemenarikan atraksi wisata	Tingkat keinginan berkunjung karena kemenarikan atraksi wisata	Ordinal	14
		Keinginan berkunjung karena keunggulan wisata di Kawah Putih Ciwidey	Tingkat Keunggulan wisata di Kawah Putih Ciwidey	Ordinal	15
Pilihan merek (Y ₂)	pada tahap ini konsumen harus memutuskan merek mana yang akan dibeli. Setiap merek memiliki perbedaan-perbedaan tersendiri. Dalam hal ini perusahaan harus mengetahui bagaimana konsumen memilih sebuah merek.	Keinginan berkunjung karena citra merek objek wisata dimata wisatawan	Tingkat keinginan berkunjung karena citra merek objek wisata Kawah Putih Ciwidey dimata wisatawan	Ordinal	16
		Kepopuleran objek wisata	Tingkat kepopuleran objek wisata Kawah Putih Ciwidey	Ordinal	17
		Kepercayaan terhadap objek wisata	Tingkat kepercayaan terhadap merek objek wisata Kawah Putih Ciwidey	Ordinal	18
Waktu kunjungan (Y ₃)	yang dilakukan pada tahap ini yakni menentukan waktu berkunjung, kapan konsumen membutuhkan atau menginginkan untuk mengunjungi suatu daya tarik wisata tersebut.	Waktu berkunjung ke destinasi pada waktu <i>weekdays</i>	Tingkat keinginan berkunjung ke Kawah Putih ketika <i>weekdays</i>	Ordinal	19
		Waktu berkunjung ke destinasi pada <i>weekend</i>	Tingkat keinginan berkunjung ke Kawah Putih Ciwidey ketika hari libur	Ordinal	20

Jumlah kunjungan (Y ₄)	ini didasarkan pada seberapa besar kebutuhan atau keinginan konsumen berkunjung ke daya tarik tersebut.	Keinginan wisatawan dalam melakukan kunjungan dalam waktu satu tahun	Tingkat keinginan berkunjung ke Kawah Putih Ciwidey dalam waktu satu tahun	Ordinal	21
		Keinginan Wisatawan dalam melakukan kunjungan kembali	Tingkat keinginan Wisatawan untuk berkunjung kembali ke Kawah Putih	Ordinal	22
Metode pembayaran (Y ₅)	konsumen dapat mengambil keputusan tentang daya tarik wisata yang akan dikunjungi pada saat karena adanya fasilitas pembayaran.	Keinginan wisatawan melakukan pembayaran dengan tunai	Tingkat keinginan wisatawan melakukan pembayaran dengan tunai	Ordinal	23
		Keinginan wisatawan melakukan pembayaran dengan non tunai	Tingkat keinginan wisatawan melakukan pembayaran dengan non tunai	Ordinal	24

Sumber : Pengolahan Data, 2016

3.2.3 Jenis dan Sumber Data

Dalam sebuah penelitian, data merupakan hasil pengamatan dan pengukuran yang perlu mendapatkan sumber yang jelas. Menurut Sedarmayanti dan Hidayat (2011, hlm. 72), “Data adalah informasi/keterangan, baik kualitatif maupun kuantitatif yang menunjukan suatu fakta”. Berdasarkan sumbernya, data dibedakan menjadi dua yaitu :

1. Data Primer (*Primary Data Source*)

Data primer merupakan data yang dikumpulkan secara langsung oleh pihak pertama. Peneliti dapat mengolah kembali data primer yang diperoleh untuk menjawab masalah atau tujuan penelitian yang dilakukan dalam penelitian eksploratif.

2. Data Sekunder (*Secondary Data Source*)

Data sekunder adalah data yang dikumpulkan melalui pihak kedua, biasanya diperoleh melalui badan/intansi yang bergerak dalam proses pengumpulan data, baik itu intansi pemerintah maupun swasta. Berikut jenis data dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini seperti yang dijelaskan dalam Tabel 3.2:

TABEL 3.2
JENIS DAN SUMBER DATA

Data Penelitian	Jenis Data	Sumber Data
Data jumlah kunjungan dan pertumbuhan wisatawan mancanegara ke Indonesia	Sekunder	Badan Pusat Statistik
Profil Kawah Putih Ciwidey	Sekunder	Disbudpar
Data kunjungan wisatawan Kawah Putih Ciwidey	Sekunder	KBM Wisata & Jasa Lingkungan Wil.I
Tanggapan responden mengenai faktor-faktor yang memotivasinya untuk berkunjung ke Kawah Putih Ciwidey	Primer	Wisatawan
Tanggapan responden mengenai keputusan berkunjung ke Kawah Putih Ciwidey	Primer	Wisatawan

Sumber: Hasil Pengolahan Data Sekunder dan Primer, 2016

3.2.4 Populasi, Sampel, dan Teknik *Sampling*

3.2.4.1 Populasi

Dalam mengumpulkan dan menganalisis suatu data, menentukan populasi merupakan langkah pertama yang sangat penting. Sugiyono (2014, hlm. 389) mengemukakan pengertian populasi sebagai berikut “Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”. Malhotra (2009, hlm. 369) mendefinisikan populasi “*The total of all elements that share some common set of characteristics*” keseluruhan unsur-unsur yang terbagi dalam beberapa kumpulan karakteristik.

Berdasarkan pengertian populasi tersebut maka populasi dalam penelitian ini adalah wisatawan nusantara yang berkunjung ke daya tarik wisata di Kawah Putih Ciwidey yaitu pada tahun 2015 berjumlah 269,305 wisatawan (Sumber: Pehutani dan jasa lingkungan wil.I:2016)

3.2.4.2 Sampel

Pada umumnya penelitian yang dilakukan tidak meneliti semua populasi. Hal tersebut disebabkan karena beberapa faktor seperti keterbatasan biaya dan waktu yang tersedia. Oleh karena itu peneliti mengambil sebagian dari populasi yang disebut sampel. Menurut Sugiyono (2014, hlm. 73), yang dimaksud dengan sampel adalah “bagian dari populasi itu”. Berdasarkan definisi yang didapat bahwa sampel hanyalah sebagian dari populasi dan mampu mewakili populasi, maka tidak mungkin keseluruhan dari populasi dapat diteliti, hal ini disebabkan oleh beberapa faktor diantaranya keterbatasan biaya, tenaga, dan waktu yang tersedia. Menurut Anwar Sanusi (2012, hlm. 87) sampel adalah bagian dari elemen-elemen populasi yang terpilih. Sedangkan menurut Suharsimi Arikunto (2010, hlm. 131) mendefinisikan “sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang di teliti”. Suatu penelitian tidak mungkin keseluruhan populasi diteliti. Maka itu peneliti diperkenankan mengambil sebagian dari objek populasi yang di tentukan dengan catatan bagian yang diambil tersebut mewakili yang tidak di teliti atau representatif. Agar memperoleh sampel yang representatif dari populasi, maka setiap subjek dalam populasi diupayakan untuk memiliki peluang yang sama untuk menjadi sampel.

Untuk mengukur sampel, peneliti menggunakan teknik Slovin (dalam Husein Umar 2010, hlm. 146), yaitu dengan rumus:

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

Keterangan:

n = ukuran sampel

N = ukuran populasi

e = kelonggaran penelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditolerir (e = 0.1 atau 10%).

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

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

$$n = \frac{269,305}{1 + 269,305 \cdot (0.1)^2}$$

$$n \approx 100$$

Berdasarkan hasil dari perhitungan di atas, diperoleh hasil sampel sebesar 99,98 tetapi untuk jaminan keakuratan, sebaiknya sampel ditambah sedikit lebih banyak dari jumlah matematikanya. Berdasarkan ukuran sampel (n) minimal, maka dalam penelitian ini ditetapkan ukuran sampel (n) sebanyak 100 responden agar lebih representatif.

3.2.4.3 Teknik *Sampling*

Sugiyono (2014, hlm. 118) mengemukakan bahwa teknik sampling adalah teknik pengambilan sampel yang akan digunakan dalam penelitian sehingga dapat diperoleh nilai karakteristik perkiraan (*estimate value*). Sedangkan menurut Uma Sekaran (2009, hlm. 116) teknik sampling adalah teknik pengambilan sampel. Penarikan sampel merupakan suatu proses pemilihan sejumlah elemen dari populasi sehingga dengan mempelajari sampel akan memungkinkan untuk menggeneralisasi karakteristik elemen populasi. Menurut Malhotra (2009, hlm. 379) “Sebuah teknik sampling dapat diklasifikasikan sebagai *non probability* dan *probability*”. Sampel *non probability* yaitu dimana setiap elemen atau populasi tidak memiliki peluang yang sama dan pemilihan sampel bersifat objektif. Sedangkan, sampel *probability* merupakan sampel dimana setiap elemen atau anggota populasi memiliki peluang yang sama untuk terpilih sebagai sampel.

Teknik sampling pada dasarnya dikelompokkan menjadi dua yaitu *probability sampling* yang meliputi *systematic random sampling*, *proportionate stratified random*, *disproportionate stratified random*, dan *arearandom*. Sedangkan *non probability sampling* meliputi sampling sistematis, sampling

kuota, sampling aksidental, purposif sampling, sampling jenuh, dan *snowball sampling*.

Adapun teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *systematic random sampling*. Sistematis sampling acak (*random sampling*) adalah cara pengambilan sampel, dimana hanya unsur pertama yang dipilih secara acak, sedang unsur-unsur berikutnya dipilih secara sistematis menurut suatu pola tertentu.

Dalam penelitian ini wisatawan yang akan dijadikan sampel tersebar di seluruh. Menurut Sugiyono (2014, hlm. 118) *systematic random sampling* merupakan teknik pengambilan sampel berdasarkan urutan dari anggota populasi yang telah diberi nomor urut. Peneliti melakukan pengambilan sampel sebanyak 100 orang responden.

3.2.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan suatu proses pengadaaan data untuk kepentingan penelitian. Menurut Sugiyono (2014, hlm. 193) menjelaskan bahwa terdapat dua hal utama yang mempengaruhi kualitas data hasil penelitian yaitu, kualitas instrumen penelitian dan kualitas pengumpulan data. Secara umum terdapat beberapa teknik pengumpulan data, yaitu observasi, wawancara, dokumentasi, kuesioner serta studi literatur. Adapun teknik pengumpulan data yang peneliti gunakan adalah sebagai berikut:

1. Wawancara

Teknik ini dipakai sebagai media untuk berkomunikasi secara langsung dengan responden untuk mengetahui pendapat responden mengenai implementasi dari motivasi wisatawan Kawah Putih Ciwidey dan keputusan berkunjung wisatawan. Wawancara juga dilakukan pada pihak pengelola Kawah Putih Ciwidey, tentang implementasi dari motif wisatawan dan untuk memperoleh data mengenai profil Kawah Putih Ciwidey serta jumlah kunjungan wisatawan tahun 2013-2015.

2. Observasi

Observasi dilakukan dengan cara meninjau serta melakukan pengamatan langsung terhadap objek yang diteliti yaitu Kawah Putih Ciwidey khususnya mengenai motivasi wisatawan dan keputusan berkunjung.

3. Kuesioner

Kuesioner berisi pertanyaan dan pernyataan mengenai karakteristik responden, pengalaman responden di Kawah Putih Ciwidey, pelaksanaan implementasi motivasi wisatawan serta keputusan berkunjung. Kuesioner ini ditujukan kepada wisatawan yang berkunjung ke Kawah Putih Ciwidey. Adapun langkah-langkah dalam penyusunan kuesioner adalah:

- a. Menyusun daftar pertanyaan
- b. Merumuskan item-item pertanyaan serta alternatif jawaban, sehingga responden dapat langsung memilih jawaban yang ada
- c. Menetapkan skor yang diberikan untuk setiap item pertanyaan.

4. Studi literatur

Merupakan usaha pengumpulan informasi yang berhubungan dengan teori-teori yang ada kaitannya dengan masalah variabel yang diteliti yaitu motivasi wisatawan dan keputusan berkunjung dari beberapa literatur yaitu jurnal, buku, skripsi, disertasi serta artikel-artikel yang berkaitan dengan variabel yang diteliti.

Alat ukur yang digunakan untuk membuat pertanyaan-pertanyaan pada kuisisioner yaitu dengan menggunakan *skala likert*. Menurut Malhotra (2009, hlm. 306) pengertian *skala likert* yaitu:

A measurement scale with five response categories ranging from "strongly disagree" to "strongly agree" which requires the respondent to indicate a degree of agreement or disagreement with each of a series of statements related to the stimulus object.

Setiap pertanyaan memiliki skor jawaban yang terdiri dari lima kategori yang terdiri dari kategori paling tinggi sampai paling rendah yang mengharuskan responden untuk menunjukkan tingkat persetujuan dengan masing-masing dari serangkaian pernyataan yang berhubungan dengan objek stimulus.

3.2.6 Pengujian Validitas dan Realibilitas

Data mempunyai kedudukan yang sangat penting dalam suatu penelitian, karena menggambarkan variabel yang diteliti dan berfungsi sebagai pembentuk hipotesis. Oleh karena itu, diperlukan pengujian data untuk mendapatkan mutu yang baik. Untuk menguji layak atau tidak layaknya instrumen penelitian (kuisioner) yang disebarkan kepada responden dilakukan dua tahap pengujian yaitu uji validitas dan reliabilitas. Keberhasilan mutu hasil penelitian dipengaruhi oleh data yang valid dan reliabel. Oleh karena itu dibutuhkan instrumen penelitian yang valid dan reliabel.

Sugiyono (2014, hlm. 172) mengungkapkan bahwa, data valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Instrumen yang *reliable* adalah instrumen yang baik digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama akan menghasilkan data yang sama. Dengan menggunakan instrumen yang valid dan reliabel dalam pengumpulan data, maka diharapkan hasil penelitian akan menjadi valid dan *reliable*.

3.2.6.1 Pengujian Validitas

Sugiyono (2014, hlm. 121) menyatakan bahwa valid artinya instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Sedangkan Malhotra (2009, hlm. 36) mengemukakan definisi dari validitas adalah sejauh mana perbedaan benda dalam apa yang sedang diukur bukan kesalahan sistematis 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.

Adapun rumus yang digunakan untuk menghitung kevalidan dari suatu instrumen adalah rumus korelasi *Product Moment*, yang dikemukakan oleh Pearson sebagai berikut :

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

Arikunto (2008, hlm. 146)

Dimana r_{xy} = Indeks korelasi antara dua variabel yang dikorelasikan.

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

Keputusan pengujian validitas responden menggunakan taraf signifikansi sebagai berikut :

1. Item pertanyaan-pertanyaan responden penelitian dikatakan valid jika r_{hitung} lebih besar atau sama dengan r_{tabel} ($r_{hitung} \geq r_{tabel}$).
2. Item pertanyaan-pertanyaan responden penelitian dikatakan tidak valid jika r_{hitung} lebih kecil dari r_{tabel} ($r_{hitung} < r_{tabel}$).

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

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

Keputusan pengujian validitas item instrumen, adalah sebagai berikut:

1. Nilai r dibandingkan dengan harga r_{tabel} dengan $db = n-2$ dan taraf signifikansi $\alpha = 0,05$
2. Item yang diteliti dikatakan valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ maupun nilai probabilitas statistik $<$ (level of significant 5% = 0,05).
3. Item yang diteliti dikatakan tidak valid jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maupun nilai probabilitas statistik $>$ (level of significant 5% = 0,05).

Perhitungan validitas item instrumen dilakukan dengan bantuan program *IBM SPSS Statistic (Statistical Product for Service Solutions) 20 for windows*. Berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan *IBM SPSS (Statistical Product for Service Solutions) 20 for window*, maka diperoleh hasil pengujian validitas item-item pertanyaan dari sebanyak 30 responden sebagai berikut:

TABEL 3.3
HASIL PENGUJIAN VALIDITAS MOTIVASI WISATAWAN DAN
KEPUTUSAN BERKUNJUNG

No	Pertanyaan	R _{hitung}	Tingkat Signifikan	Signifikansi	Keterangan
Motivasi Wisatawan					
<i>Novelty</i>					
1	Keinginan untuk mendapatkan pengalaman baru	0,822	0,000	< 0,05	Valid
2	Keinginan merasakan budaya baru	0,769	0,000	< 0,05	Valid
3	Keinginan untuk bertemu orang baru	0,750	0,000	< 0,05	Valid
<i>Prestige</i>					
4	Keinginan untuk meningkatkan status sosial	0,792	0,000	< 0,05	Valid
5	Keinginan untuk mengunjungi tempat yang telah dikunjungi teman dan sahabat	0,844	0,000	< 0,05	Valid
6	Keinginan membuat teman dan sahabat terkesan	0,882	0,000	< 0,05	Valid
<i>Physical Activity</i>					
7	Keinginan untuk <i>trekking</i> di Kawah Putih Ciwidey	0,722	0,000	< 0,05	Valid
8	Keinginan untuk <i>hiking</i> di sekitar Kawah Putih	0,752	0,000	< 0,50	Valid
<i>Relaxation dan Escape</i>					
9	Keinginan untuk menikmati pemandangan alam	0,614	0,000	< 0,05	Valid
10	Keinginan untuk bersantai dan memanjakan diri	0,816	0,000	< 0,05	Valid
11	Keinginan untuk menemukan sensasi dan kegembiraan	0,818	0,000	< 0,05	Valid

No	Pertanyaan	R _{hitung}	Tingkat Signifikan	Signifikansi	Keterangan
12	Keingina untuk meningkatkan kesehatan	0,720	0,000	< 0,05	Valid
13	Keinginan untuk menikmati cuaca dingin	0,816	0,000	< 0,05	Valid
Keputusan Berkunjung					
Pemilihan Produk					
14	Keinginan berkunjung karena kemenarikan objek wisata di Kawah Putih Ciwidey	1,000	0,000	< 0,05	Valid
15	Keinginan berkunjung karena keunggulan objek wisata Kawah Putih Ciwidey	1,000	0,000	< 0,05	Valid
Pilihan Merek					
16	Keinginan berkunjung karena citra merek objek wisata Kawah Putih Ciwidey dimata wisatawan	0,933	0,000	<0,05	Valid
17	Keinginan berkunjung karena kepopuleran objek wisata Kawah Putih Ciwidey	0,930	0,000	<0,005	Valid
Waktu kunjungan					
18	Keinginan berkunjung ke Kawah Putih Ciwidey ketika <i>weekdays</i>	0,740	0,000	<0,005	Valid
19	Keinginan berkunjung ke Kawah Putih Ciwidey ketika <i>weekend</i>	0,856	0,000	<0,005	Valid
Jumlah Kunjungan					
20	Keinginan berkunjung ke kawah Putih Ciwidey dalam waktu satu tahun	0,691	0,000	<0,005	Valid
21	Keinginan untuk berkunjung kembali ke Kawah Putih Ciwdey	0,720	0,000	<0,005	Valid
Metode Pembayaran					
22	Keinginan melakukan pembayaran dengan tunai	0,736	0,000	<0,005	Valid

No	Pertanyaan	R _{hitung}	Tingkat Signifikan	Signifikansi	Keterangan
23	Keinginan melakukan pembayaran dengan non tunai	0,723	0,000	<0,005	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2016

Data pada Tabel 3.4 merupakan hasil pengolahan data pengujian validitas dari setiap item pernyataan mengenai motivasi wisatawan dan keputusan berkunjung yang diperoleh dari sebanyak 30 responden yang merupakan wisatawan yang berkunjung ke Kawah Putih Ciwidey. Hasilnya pengujian validitas tersebut menyatakan bahwa setiap item pernyataan valid karena tingkat signifikan kurang dari 0,05. Dengan demikian pernyataan pada instrumen ini dinyatakan sah.

3.2.6.2 Pengujian Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2014, hlm. 173) reliabilitas berkenaan dengan derajat konsistensi dan stabilitas data atau temuan. Dalam pandangan positivistic, suatu data dinyatakan reliabel apabila dua atau lebih peneliti dalam objek yang sama menghasilkan data yang sama atau peneliti sama dalam waktu berbeda menghasilkan data yang sama, atau sekelompok data bila dipecah menjadi dua menunjukkan data yang tidak berbeda.

Pegujian reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan rumus *Cronbach alpha*, yaitu

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

Sumber : (Husein Umar, 2008, hlm. 125 dan Suharsimi Arikunto, 2008, hlm. 171)

Keterangan :

r_{11} = Reliabilitas instrumen

k = Banyaknya butir pertanyaan

σt^2 = Varians total

$\sum \sigma b^2$ = Jumlah varian butir

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

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

Keterangan:

n = Jumlah sampel

σ = Nilai varian

x = Nilai skor yang dipilih (total nilai dari nomor-nomor butir pertanyaan)

Keputusan uji reliabilitas ditentukan dengan 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.

TABEL 3.4
HASIL PENGUJIAN RELIABILITAS MOTIVASI WISATAWAN
DAN KEPUTUSAN BERKUNJUNG

No.	Variabel	C σ hitung	C σ	Keterangan
1	Motivasi Wisatawan	0,887	>0,70	Reliabel
2	Keputusan Berkunjung	0,769	>0,70	Reliabel

Sumber: Hasil pengolahan data 2016

Berdasarkan hasil pengujian reliabilitas instrumen dengan menggunakan *IBM SPSS Statistic (Statistical Product for Service Solutions) 20 for window*, menunjukkan nilai *alpha cronbach* lebih dari 0,70 dan dapat dinyatakan reliabel. Dengan demikian penelitian mengenai motivasi wisatawan dan keputusan berkunjung pada instrumen ini dinyatakan reliabel dan dapat dipercaya.

3.2.7 Rancangan Analisis Data

Menurut Sugiyono (2014, hlm. 428) analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam 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.

3.2.7.1 Rancangan Analisis Data Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk mencari kuatnya hubungan antara variabel melalui analisis korelasi dan membuat perbandingan dengan

membandingkan rata-rata data sampel atau populasi tanpa perlu menguji signifikansinya. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah kuesioner. Kuesioner ini disusun oleh penulis berdasarkan variabel yang terdapat dalam penelitian, yaitu:

1. Analisis deskriptif tentang motivasi wisatawan di Kawah Putih Ciwidey yang terdiri dari *novelty*, *prestige*, *physical activity*, *relaxation* dan *escape*.
2. Analisis deskriptif tentang keputusan berkunjung wisatawan Kawah Putih Ciwidey.

Setelah dilakukannya analisis deskriptif, analisis berikutnya dilakukan setelah keseluruhan data yang diperoleh dari responden telah terkumpul. Kegiatan analisis data dalam penelitian ini dilakukan melalui beberapa tahap berikut ini:

1. Menyusun data

Penyusunan data dilakukan dengan memeriksa kelengkapan data mulai dari identitas responden hingga pengisian data yang disesuaikan dengan tujuan penelitian.

2. Memeriksa kesempurnaan dan kebenaran data yang terkumpul

3. Tabulasi data

- a. Memberikan skor pada setiap item
- b. Menjumlahkan skor pada setiap item
- c. Mengubah jenis data
- d. Menyusun ranking skor pada setiap variabel penelitian

4. Menganalisis data

Kegiatan ini dilakukan dimulai dari pengolahan data-data yang diperoleh untuk kemudian dianalisis dengan menginterpretasi data berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan rumus-rumus statistik *SPSS windows for.20*.

3.2.7.2 Rancangan Analisis Data Verifikatif

Analisis verifikatif dalam penelitian ini menggunakan regresi linier berganda dan 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 untuk mengecek kelengkapan identitas responden, kelengkapan data, dan pengisian data yang disesuaikan dengan tujuan penelitian.

2. Tabulasi Data

Tabulasi data yang dilakukan,

- a. Memberikan skor pada setiap item
- b. Menjumlahkan skor pada setiap item
- c. Menyusun rangking 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 regresi berganda.

3.2.7.3 Pengujian Hipotesis

Sebagai langkah terakhir dari analisis data adalah pengujian hipotesis. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi berganda. Analisis regresi berganda digunakan untuk menentukan besarnya pengaruh variabel independen (X) yaitu motivasi yang terdiri dari *novelty* (X_1), *prestige* (X_2), *physical activity* (X_3), *relaxation* dan *escape* (X_4) terhadap variabel dependent (Y) yaitu keputusan berkunjung.

Operasi matematika tidak berlaku untuk data ordinal, maka dalam proses merubahnya menjadi data interval dipakai proporsi untuk menentukan nilai dari setiap point angka ordinal. Pada penelitian ini menggunakan data ordinal seperti yang dijelaskan dalam operasionalisasi variabel sebelumnya, oleh karena itu

semua data ordinal yang terkumpul terlebih dahulu ditransformasi menjadi skala interval dengan menggunakan *method of successive interval* (MSI). Untuk lebih jelasnya proses analisis regresi berganda akan dilakukan dengan langkah-langkah sebagai berikut:

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/penilaian. Skala ordinal ini perlu ditransformasi menjadi skala interval dengan menggunakan *Method Successive Interval*. 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:

$$Scale Value = \frac{Dencity at Lower Limit) - (Dencity at Upper Limit)}{(Area Below Upper Limit) - (Are Below Lower Limit)}$$

Data penelitian yang telah berskala interval selanjutnya akan ditentukan pasangan data *variable independent* dengan *variable dependent* serta akan ditentukan persamaan yang berlaku untuk pasangan-pasangan tersebut.

3.2.7.4 Teknik Analisis Linear Regresi Berganda

Analisis regresi yang digunakan pada penelitian ini yaitu analisis regresi berganda. Analisis regresi berganda merupakan satu analisis peramalan nilai pengaruh dua variabel bebas (X) atau lebih terhadap variabel terikat (Y) untuk

membuktikan ada atau tidaknya hubungan kausal antara dua variabel bebas atau lebih. Bentuk persamaan regresi berganda untuk dua prediktor sebagai berikut:

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

(Sugiyono, 2014, hlm. 277)

Keterangan :

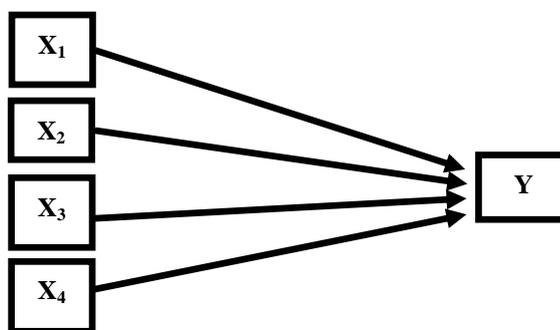
a = konstanta

b = koefisien regresi

Y = variabel dependen (variabel terikat)

X = variabel independen (variabel bebas)

Menurut Sugiyono (2014, hlm. 277) analisis regresi linier berganda digunakan bila penelitian bermaksud meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen (kriterium), bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor prediktor dimanipulasi (dinaikan-turunkan nilainya). Analisis regresi linier 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 =*novelty*

X_2 =*prestige*

X_3 =*physical activity*

X_4 =*relaxation dan escape*

Vici Noor Fajrina, 2016

PENGARUH MOTIVASI WISATAWAN TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG

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

Y =keputusan berkunjung

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, sebagai berikut:

a. Uji Asumsi Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Jika asumsi ini dilanggar maka uji statistik menjadi tidak valid untuk jumlah sampel kecil. Ada dua cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan analisis grafik dan uji statistik.

Uji Normalitas digunakan untuk mengetahui apakah populasi berdistribusi normal atau tidak. Uji ini biasanya digunakan untuk mengukur data berskala ordinal, interval, maupun rasio. Jika analisis menggunakan metode parametrik, maka persyaratan normalitas harus dipenuhi, yaitu data berasal distribusi yang normal. Jika data tidak berdistribusi normal, atau jumlah sampel sedikit dan jenis data adalah nominal atau ordinal maka metode yang digunakan adalah statistik non parametrik. Dalam Uji normalitas ini, dikatakan berdistribusi normal jika signifikansi lebih besar dari 5% atau 0,05 (Uji *One Sample Kolmogorov-Smirnov*).

b. Uji Asumsi Heteroskedastisitas

Uji Autokorelasi digunakan untuk mengetahui ada tidaknya penyimpangan asumsi klasik autokorelasi, yaitu korelasi yang terjadi antara residual pada satu pengamatan dengan pengamatan yang lain pada model regresi. Prasyarat yang harus terpenuhi adalah tidak adanya autokorelasi dalam model regresi.

Uji Heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika *variance* dari residual satu pengamatan ke

pengamatan lain tetap, maka disebut Homoskedastisitas dan jika berbeda disebut Heteroskedastisitas. Dasar analisisnya adalah bahwa jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas. Sebaliknya jika ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas (Ghozali, 2009, hlm. 115).

c. Uji Multikolinieritas

Multikolerasi adalah situasi adanya kolerasi yang kuat antara variabel bebas yang satu dengan variabel bebas yang lain dalam analisis regresi. Dua parameter yang paling umum digunakan untuk mendeteksi multikolinieritas adalah nilai *Tolerance* dan Nilai VIF (*Variance Inflation Factor*). Suatu regresi dikatakan terdeteksi multikolinieritas apabila VIF menjauhi 1 atau nilai *tolerance* menjauhi 1. Untuk mengetahui terjadinya multikolinieritas dalam penelitian digunakan nilai VIF dengan bantuan SPSS 20 *for window* yang menurut Suliyanto (2013:73) dilakukan sebagai berikut:

- a. Masukkan data yang akan di uji multikolinieritas di *data view*, sedangkan di *variabel view* beri nama data tersebut. Kemudian klik *analyze*, lalu klik *regression*, kemudian klik *linier*. Masukkan variabel y pada kotak *dependent*, dan variabel x pada kotak *independent*. Setelah itu klik *statistic* pada *regression coefficient*.
- b. Lalu aktifkan *covariance matrix* dan *collinearity*, nonaktifkan *estimates* dan model *fit* lalu klik *continue*.
- c. Pada *coefficients* model dikatakan tidak terjadi multikolinier apabila nilai VIF < 5.

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 penamaan juga menunjukkan peringkat atau urutan. Hipotesis yang diuji dalam rangka penerimaan atau penolakan hipotesis dapat ditulis sebagai berikut:

Jika $t_{hitung} \geq t_{tabel}$, maka H_a diterima, dan H_0 ditolak

Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima, dan H_a ditolak

Pada taraf kesalahan 0,05 dengan derajat kebebasan $dk (n-2)$ serta pada uji satu pihak, yaitu uji pihak kanan. Secara statistik, hipotesis yang akan diuji dalam rangka pengambilan keputusan penerimaan atau penolakan hipotesis dapat ditulis sebagai berikut:

1. Hipotesis $H_0 : \rho = 0$

Artinya tidak terdapat pengaruh antara motivasi yang terdiri dari *novelty* (X_1), *prestige* (X_2), *physical activity* (X_3), *relaxation* dan *escape* (X_4) terhadap keputusan berkunjung wisatawan di Kawah Putih Ciwidey.

2. Hipotesis $H_a : \rho \neq 0$

Artinya terdapat pengaruh antara motivasi yang terdiri dari *novelty* (X_1), *prestige* (X_2), *physical activity* (X_3), *relaxation* dan *escape* (X_4) terhadap keputusan berkunjung wisatawan di Kawah Putih Ciwidey.