

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Lokasi Penelitian

Lokasi yang akan dijadikan tempat penelitian adalah kawasan Kampoeng Tulip Bandung yang berlokasi di Komplek Banyu Biru Blok H No 17, jalan Pasir Pogor Ciwastra Bandung, lokasinya sekitar 200 meter dari gerbang masuk perumahan Pasir Pogor. Kampoeng Tulip Bandung dibangun di atas areal lahan seluas 800 meter persegi. Lokasi wisata tersebut mudah untuk dijangkau baik menggunakan kendaraan pribadi maupun kendaraan umum.

B. Metode Penelitian

Dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif, menurut Sugiyonno (2006) menjelaskan bahwa, “Pendekatan deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih (independen) tanpa membuat perbandingan, atau menghubungkan dengan variabel yang lain”. Penelitian deskriptif disini bertujuan untuk memperoleh deskripsi atau gambaran mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen terhadap daya tarik wisata di Kampoeng Tulip Kota Bandung. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisis kepuasan pengunjung terhadap daya tarik wisata, maka akan dideskripsikan faktor yang mempengaruhi kepuasan pengunjung, yaitu daya tarik wisata.

Berdasarkan jenis penelitian deskriptif yang dilaksanakan melalui pengumpulan data di lapangan yang dilakukan oleh peneliti maka metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *deskriptive survey* dan metode *explanatory survey*. Menurut Ker Linger yang dikutip oleh Sugiyono (2006) yang dimaksud dengan metode survey yaitu “Metode penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil, tetapi ada yang dipelajari adalah data dari *sample* yang diambil dari populasi tersebut, sehingga ditemukan kejadian-kejadian relatif, distribusi, dan hubungan-hubungan antar variabel sosiologis maupun psikologis.”

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

C. Jenis dan Sumber Data

Segala sesuatu yang dapat memberikan informasi mengenai data yang diteliti disebut sumber data. Data penelitian digolongkan menjadi dua yaitu data primer dan data sekunder.

1. Pengumpulan Data Primer

Menurut Sugiyono (2015) sumber data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari subjek penelitian. Data primer bersifat asli dan berasal dari tangan pertama atau responden yaitu pengunjung Kampong Tulip. Pengambilan data primer dilakukan oleh peneliti dengan menyebarkan kuisisioner mengenai kepuasan pengunjung terhadap daya tarik wisata kepada para pengunjung Kampong Tulip secara langsung untuk kemudian hasilnya diolah oleh peneliti

2. Pengumpulan Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung dari subjek penelitian. Data sekunder sering juga disebut sebagai data dari tangan ketiga. Biasanya data sekunder berasal dari studi dokumentasi atau studi kepustakaan yang sudah ada, namun peneliti masih harus menganalisis kembali dari data tersebut.

a) Studi Kepustakaan

Studi Kepustakaan dilakukan peneliti yaitu mencari data yang dibutuhkan dengan membaca buku terkait kepuasan pelanggan serta jurnal yang berhubungan dengan permasalahan yang diteliti.

b) Dokumentasi

Studi Dokumentasi diperoleh dengan cara melakukan kajian dengan menggunakan media gambar, dan dokumen-dokumen yang terkait dengan permasalahan yang diteliti.

Tabel 3.1
Jenis dan Sumber Data

| No. | Data | Jenis Data | Sumber Data |
|-----|---|------------|---|
| 1 | Kepuasan pengunjung terhadap daya tarik wisata | Primer | Kuisisioner yang diberikan kepada pengunjung Kampoeng Tulip |
| 2 | Profil mengenai Kampoeng Tulip kota Bandung | | Pengelola Kampoeng Tulip kota Bandung |
| 3 | Jumlah kunjungan wisatawan tahun 2015-2016 di Kampoeng Tulip kota Bandung | | Pengelola Kampoeng Tulip kota Bandung |
| 4 | Dokumentasi Kampoeng Tulip kota Bandung | Sekunder | Dokumentasi pribadi |

Sumber: Diolah oleh peneliti tahun 2017

D. Operasional Variabel

Menurut Sugiyono (2011) variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya. Operasional variable yang digunakan oleh peneliti adalah hasil dari pengamatan peneliti terhadap wawancara pra-penelitian yang peneliti lakukan. Kemudian peneliti melakukan studi literature untuk menetapkan variable atau faktor yang mempengaruhi kepuasan pengunjung di Kampoeng Tulip. Setelah itu peneliti melakukan bimbingan dengan dosen pembimbing untuk kemudian mendapat persetujuan terhadap variabel dan teori yang peneliti gunakan.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan variabel tunggal yaitu variabel daya tarik wisata yang menjadi salah satu faktor kepuasan konsumen

menurut Chi (dalam Hengky H, 2011). Berikut adalah penjelasan teoritis dari sub variabel yang ada pada Tabel 3.2 :

Warpani, Suwardjoko (2007) mengungkapkan bahwa Daya Tarik memiliki 6 komponen inti yang dapat diuraikan sebagai berikut :

1. Keaslian
2. Keragaman
3. Keunikan
4. Kemenarikan
5. Kebersihan
6. Keamanan

Tabel 3.2
Operasional Variabel

| Variabel | Konsep Variabel | Indikator | Ukuran | Skala |
|--------------------------|---|-----------------------------|---|---------|
| Daya Tarik Wisata | Daya tarik wisata (<i>tourst attraction</i>) adalah segala sesuatu yang menjadi pemicu kunjungan wisatawan. Warpani, Suwardjoko P (2007, hlm 46) | Keaslian | Tingkat keaslian panorama bentang alam | Ordinal |
| | | | Tingkat keaslian flora dan fauna | Ordinal |
| | | Keberagaman/ variasi | Tingkat keragaman flora | Ordinal |
| | | | Tingkat keragaman atraksi wisata dengan tema negeri Belanda | Ordinal |
| | | | Tingkat Keragaman fasilitas pendukung | Ordinal |

| | | | | |
|--|--|--------------------|---|---------|
| | | | Tingkat keragaman aktivitas wisata | Ordinal |
| | | Keunikan | Tingkat keunikan konsep yang di usung oleh Kampoeng Tulip Bandung | Ordinal |
| | | | Tingkat keunikan arsitektur | Ordinal |
| | | Kemenarikan | Tingkat kemenarikan tema negeri Belanda | Ordinal |
| | | | Tingkat kemenarikan pemandangan di Kampoeng Tulip Bandung | Ordinal |
| | | | Tingkat kemenarikan aktivitas wisata | Ordinal |
| | | | Tingkat kemenarikan souvenir yang dijual | Ordinal |
| | | Kebersihan | Tingkat kebersihan lingkungan di Kampoeng Tulip Bandung | Ordinal |
| | | | Tingkat kebersihan fasilitas | Ordinal |

| | | | | |
|--|--|-----------------|---|---------|
| | | | Tingkat ketersediaan tempat sampah | Ordinal |
| | | Keamanan | Tingkat keamanan lokasi | Ordinal |
| | | | Tingkat keamanan dan kenyamanan wahana aktivitas wisata | Ordinal |

Sumber : Diolah Peneliti, 2017.

E. Populasi dan Sampel

Dalam penelitian ini, populasi dan sampel digunakan untuk mendapat gambaran dan identifikasi mengenai harapan dan persepsi pengunjung terhadap daya tarik wisata sehingga dapat mengukur tingkat kepuasan pengunjung di Kampong Tulip Kota Bandung. Sehingga perlu diketahui beberapa jumlah sampel dari populasi yang akan diteliti. Menurut Sugiyono (2010), populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah pengunjung Kampong Tulip kota Bandung. Sugiyono (2012) mengemukakan bahwa jumlah sample 30-500 orang termasuk ukuran yang layak dalam penelitian. Sugiyono (2012), sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representative (mewakili). Adapun teknik menentukan jumlah sampelnya berupa *non probability sampling* yaitu dengan menggunakan quota sampling.

Dalam penelitian ini yang menjadi sampel penelitian adalah sebagian pengunjung Kampong Tulip Bandung pada tahun 2016 sebanyak 89.704

pengunjung yang diperoleh dari pengelola Kampoeng Tulip Kota Bandung dan dihitung menggunakan rumus Slovin.

Untuk pengambilan jumlah sampel, dilakukan dengan menggunakan perhitungan formula Slovin, yaitu :

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2} \dots \dots \dots (1)$$

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

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

$$n = 99.8$$

$$n = 100$$

Berdasarkan perhitungan diatas, dapat ditarik kesimpulan bahwa sampel yang akan diambil dari penelitian ini adalah sebanyak 100 pengunjung Kampoeng Tulip kota Bandung.

F. Teknik Sampling

Dalam pengambilan sampel, penulis memakai teknik *Probability Sampling* yaitu *Simple Random Sampling*. Menurut Sugiyono (2011), *simple random sampling* adalah teknik untuk mendapatkan sampel yang langsung dilakukan pada unit sampling. Dengan demikian setiap unit sampling sebagai unsur populasi yang terampil memperoleh peluang yang sama untuk menjadi sampel atau untuk mewakili populasi. Jadi sampel yang digunakan yaitu para pengunjung yang berkunjung ke Kampoeng Tulip Kota Bandung.

Pertimbangan tertentu ini, dilakukan oleh peneliti dengan menyebarkan kuisioner terhadap pengunjung Kampoeng Tulip kota Bandung secara langsung karena peneliti menganggap bahwa pengunjung yang sedang berkunjung di Kampoeng Tulip dapat memberikan data secara *real* karena para pengunjung masih merasakan secara langsung dari jasa yang diberikan oleh Kampoeng Tulip sehingga pengunjung tidak perlu mengingat-mgikat akan pengalaman yang pernah mereka rasakan dan akan menghasilkan data yang lebih akurat. Dalam penelitian ini, sampel yang dipilih berdasarkan latar

belakang usia minimal 15 tahun keatas agar para responden mengerti dan dapat menjawab pertanyaan yang diberikan.

G. Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian

Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara mengadakan peninjauan langsung pada instansi yang menjadi objek untuk mendapatkan data primer dan data sekunder. Dalam pengumpulan data peneliti memerlukan berbagai macam teknik untuk mendapatkan data yang akurat sehingga dapat diuji kebenarannya. Maka dalam penelitian ini peneliti memakai teknik pengumpulan data yakni :

1. Wawancara

Sugiyono (2014) wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit/kecil. Dalam hal ini, peneliti melakukan wawancara terhadap Bapak Doni selaku pengelola Kampong Tulip dan lima orang pengunjung Kampong Tulip kota Bandung yang dilakukan dalam wawancara pra-penelitian. Wawancara dilakukan untuk mengetahui pendapat pengunjung terhadap daya tarik wisata Kampong Tulip Bandung dan juga tujuan mereka dalam melakukan wisata di Kampong Tulip kota Bandung. Dalam tehnik wawancara peneliti menggunakan pedoman wawancara 5w1h (what, why, when, who, where, dan how) dengan total pertanyaan sebanyak 6 pertanyaan yang diajukan kepada pengunjung Kampong Tulip. Adapun kendala yang peneliti dapatkan saat melakukan wawancara yaitu banyak wisatawan yang tidak ingin diganggu saat sedang melakukan wisata, danadajuga beberapa wisatawan yang kurang antusias untuk menjawab pertanyaan yang peneliti ajukan. Maka dari itu peneliti memilih pengunjung yang sedang bersantai dan meminta izin terlebih dahulu mengenai kesediaanya untuk diwawancara olehpeneliti.

Tabel 3.3
Waktu Pelaksanaan Wawancara

| Tanggal | Narasumber | Lokasi |
|-----------------|--|-----------------------------------|
| 3 Maret 2017 | Wisatawan yang berkunjung sebanyak 5 orang | Kampoeng Tulip kota Bandung |

Sumber: diolah peneliti, 2017

2. Kuesioner

Sugiono (2014) kuisisioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pernyataan atau pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Dalam penyusunan kuisisioner, langkah pertama yang dilakukan oleh peneliti adalah membuat operasional variabel dan setelah mendapat persetujuan oleh dosen pembimbing, peneliti mengembangkan opvar tersebut menjadi 17 pertanyaan kuisisioner dengan membuat dua penilaian terhadap harapan (*expectation*) dan persepsi (*perceived experience*) dalam pernyataan yang sudah dibuat oleh peneliti. Sebelum peneliti menyebarkan kuisisioner secara langsung kepada pengunjung Kampoeng Tulip, peneliti terlebih dahulu meminta persetujuan terhadap pihak pengelola dan juga melakukan revisi dengan dosen pembimbing agar kuisisioner yang disebarkan bisa memberikan data yang sesuai.

Menurut Sugiyono (2014, hlm 93) skala likert digunakan untuk mengatur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomenal sosial. Dalam penelitian ini, fenomena sosial yang terjadi adalah kepuasan pengunjung terhadap daya tarik wisata. Dengan skala likert, maka variable yang akan di ukur dijabarkan menjadi indikator variable. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrument berupa pernyataan. Jawaban setiap item instrument yang menggunakan skala likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai yang sangat negative, yang dapat berupa kata-

kata dan untuk keperluan analisis kuantitatif, maka jawaban itu dapat diberi skor, misalnya:

Tabel 3.4

Tabel Pengukuran Skala Likert

| Skala jawaban tingkat kepentingan | Skor | Skala jawaban tingkat kinerja |
|--|-------------|--------------------------------------|
| Sangat Penting | 5 | Sangat Setuju |
| Penting | 4 | Setuju |
| Cukup | 3 | Cukup |
| Tidak Penting | 2 | Tidak Setuju |
| Sangat Tidak Penting | 1 | Sangat Tidak Setuju |

Sumber: Diolah oleh peneliti 2017

Kuisisioner disebarakan secara langsung kepada pengunjung Kampoeng Tulip kota Bandung sebanyak 100 orang pengunjung. Penyebaran kuisisioner dilakukan dua kali yaitu pada tanggal 14 Juni 2017 sebanyak 35 kuisisioner dan pada tanggal 30 Juni 2017 sebanyak 65 pengunjung. Berikut adalah rincian penyebaran kuisisioner:

Tabel 3.5

Data Penyebaran Kuisisioner

| Tanggal | Waktu | Lokasi Penyebaran | Jumlah Sampel |
|----------------|--------------|-----------------------------|----------------------|
| 14 Juni 2017 | 13.00-17.00 | Kampoeng Tulip kota Bandung | 35 pengunjung |
| 30 Juni 2017 | 11.00-16.00 | Kampoeng Tulip kota Bandung | 65 pengunjung |

Sumber: diolah peneliti, 2017

Penyebaran kuisisioner dilakukan sebanyak dua kali dikarenakan pada hari pertama penyebaran kuisisioner, pengunjung di Kampoeng tulip sangat sepi dikarenakan sedang bulan Ramadhan, sehingga peneliti memutuskan untuk menyebarkan kuisisioner kembali pada tanggal 30 Juni 2017 pada saat libur cuti bersama. Adapun kendala yang peneliti dapatkan ketika penyebaran kuisisioner yaitu sedikitnya pengunjung yang datang karena

penelitian dilakukan saat bulan Ramadhan dimana memang sedikit pengunjung yang datang ketika bulan Ramadhan, maka dari itu untuk memenuhi kuota kuisisioner yang disebarakan peneliti melakukan penyebaran kuisisioner saat setelah Hari Raya Idul Fitri dimana jumlah pengunjung sedang tinggi karena masih musim libur (cuti bersama).

3. Observasi

Sugiyono (2014) observasi sebagai teknik pengumpulan data yang mempunyai ciri spesifik bila dibandingkan dengan teknik yang lain. Dalam penelitian ini, peneliti melakukan pengamatan langsung ke Kampoeng Tulip Bandung dan melihat reaksi dan aksi pengunjung terhadap daya tarik wisata yang ada disana. Dalam teknik ini, peneliti tidak mendapatkan kendala saat pelaksanaannya, observasi dilakukan secara fleksibel saat melakukan penyebaran kuisisioner sehingga dapat mengefesiansikan waktu yang digunakan.

4. Dokumentasi

Sugiyono (2011: 326) dokumen catatan peristiwa yang telah berlaku, dokumen bisa berbentuk lisan, gambar atau karya-karya monumental dari seseorang studi dokumen merupakan pelengkap dari penggunaan metode observasi dan wawancara. Dalam hal ini peneliti melakukan pengambilan dokumentasi pribadi di Kampoeng Tulip kota Bandung.

5. Studi Literatur yaitu pengambilan menurut teori atau buku yang bersangkutan dengan penelitian. Studi literature dilakukan oleh peneliti untuk memperkaya hasil dari penelitian yang dilakukan.

H. Uji Validitas dan Reabilitas

1. Uji Validitas

Menurut Suharsimi Arikunto (2010: 211) yang dimaksud dengan validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan dan kesahihan suatu instrumen. Rumus untuk menghitung kevalidan dari suatu instrumen adalah rumus korelasi *product moment*, yaitu sebagai berikut :

$$r = \frac{\sum(XY)}{\sqrt{(\sum X^2)(\sum Y^2)}}$$

Sugiyono, 2010

Keterangan :

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

Kriteria Uji jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka data dinyatakan valid. Dimana skor r tabel yang dianggap menjadi syarat minimum adalah jika $r = 0,361$. Setelah instrumen dinyatakan valid, maka dapat dilihat kriteria penafsiran mengenai indeks korelasinya (r) pada tabel 3.6 sebagai berikut :

Tabel 3.6

Tabel Koefisien Korelasi nilai r

| Interval Koefisien | Tingkat Hubungan |
|--------------------|------------------|
| 0,800 – 1,000 | Sangat Kuat |
| 0,600 – 0,799 | Kuat |
| 0,400 – 0,599 | Cukup Kuat |
| 0,200 – 0,399 | Rendah |
| 0,000 – 0,199 | Sangat Rendah |

Sumber : Sugiyono (2009)

Keputusan pengujian validitas responden dengan menggunakan taraf signifikan sebagai berikut :

- Item pertanyaan yang diteliti dikatakan valid jika $t_{hitung} > t_{tabel}$
- Item pertanyaan yang diteliti dikatakan tidak valid jika $t_{hitung} < t_{tabel}$

Perhitungan validitas instrumen dilakukan dengan bantuan *software IBM SPSS Statistics 23 for Windows*.

a. Hasil uji validitas daya tarik wisata

Dalam pengolahan data penulis menggunakan software IBM SPSS Statistics 23 dan juga microsoft excel 2010 dengan rumus/syntax untuk mengetahui kevalidan dari per pertanyaan yang diajukan kepada responden dengan rumus penghitungan uji validitas pada instrumen penelitian tersebut. Berikut hasil dari pengolahan data dibawah ini :

Tabel 3.7
Hasil pengukuran uji validitas instrument penelitian
Expectation Ratings Table

| No. | Pernyataan | r hitung | r tabel | Keterangan |
|-----|--|----------|---------|------------|
| 1. | Tingkat keaslian panorama bentang alam | 9.34 | 2.63 | Valid |
| 2. | Tingkat keaslian flora dan fauna | 10.08 | 2.63 | Valid |
| 3. | Tingkat keragaman flora dan fauna | 6.56 | 2.63 | Valid |
| 4. | Tingkat keragaman atraksi wisata dengan kesesuaian tema negeri Belanda | 11.71 | 2.63 | Valid |
| 5. | Tingkat Keragaman fasilitas pendukung | 12.16 | 2.63 | Valid |
| 6. | Tingkat keragaman aktivitas wisata | 9.87 | 2.63 | Valid |
| 7. | Tingkat keunikan konsep yang diusung oleh Kampoeng Tulip Bandung | 8.51 | 2.63 | Valid |
| 8. | Tingkat keunikan arsitektur | 8.11 | 2.63 | Valid |
| 9.. | Tingkat kemenarikan tema negeri Belanda | 9.19 | 2.63 | Valid |
| 10. | Tingkat kemenarikan pemandangan di Kampoeng Tulip | 11.21 | 2.63 | Valid |
| 11. | Tingkat kemenarikan aktivitas wisata | 10.49 | 2.63 | Valid |
| 12. | Tingkat kemenarikan souvenir yang | 11.17 | 2.63 | Valid |

| | | | | |
|-----|---|-------|------|-------|
| | dijual | | | |
| 13. | Tingkat kebersihan lingkungan di Kampoeng Tulip Bandung | 12.64 | 2.63 | Valid |
| 14. | Tingkat kebersihan fasilitas | 11.25 | 2.63 | Valid |
| 15. | Tingkat ketersediaan tempat sampah | 11.37 | 2.63 | Valid |
| 16. | Tingkat keamanan dan kenyamanan lokasi | 11.03 | 2.63 | Valid |
| 17. | Tingkat keamanan wahana aktivitas wisata | 7.99 | 2.63 | Valid |

Sumber : diolah oleh peneliti (2017)

Berdasarkan tabel 3.7 uji validitas diatas dapat dilihat terdapat 17 pertanyaan yang bernilai positif dan dinyatakan valid. Ini berdasarkan dari nilai r hitung yang hasilnya lebih besar dari nilai r tabel = 2.6269, sehingga 17 item pernyataan tersebut dinyatakan layak dapat dijadikan sebagai instrument penelitian. Perhitungan validitas ini menggunakan bantuan software IBM SPSS Statistics 23 for Windows. Berikutnya terdapat tabel 3.8, yaitu tabel uji validitas *Perceived Performance*.

Tabel 3.8

**Hasil pengukuran uji validitas instrument penelitian
Perceived Experience Ratings Table**

| No. | Pernyataan | r hitung | r tabel | Keterangan |
|-----|--|----------|---------|------------|
| 1. | Tingkat keaslian panorama bentang alam | 11.51 | 2.63 | Valid |
| 2. | Tingkat keaslian flora dan fauna | 13.40 | 2.63 | Valid |
| 3. | Tingkat keragaman flora | 11.13 | 2.63 | Valid |
| 4. | Tingkat keragaman atraksi wisata dengan kesesuaian tema negeri Belanda | 13.52 | 2.63 | Valid |
| 5. | Tingkat Keragaman fasilitas pendukung | 18.39 | 2.63 | Valid |
| 6. | Tingkat keragaman | 18.85 | 2.63 | Valid |

| | | | | |
|-----|---|-------|------|-------|
| | aktivitas wisata | | | |
| 7. | Tingkat keunikan konsep yang di usung oleh Kampoeng Tulip Bandung | 19.76 | 2.63 | Valid |
| 8. | Tingkat keunikan arsitektur | 19.60 | 2.63 | Valid |
| 9.. | Tingkat kemenarikan tema negeri Belanda | 19.30 | 2.63 | Valid |
| 10. | Tingkat kemenarikan pemandangan di Kampoeng Tulip Bandung | 16.57 | 2.63 | Valid |
| 11. | Tingkat kemenarikan aktivitas wisata | 14.85 | 2.63 | Valid |
| 12. | Tingkat kemenarikan souvenir yang dijual | 13.82 | 2.63 | Valid |
| 13. | Tingkat kebersihan lingkungan di Kampoeng Tulip Bandung | 15.09 | 2.63 | Valid |
| 14. | Tingkat kebersihan fasilitas | 12.75 | 2.63 | Valid |
| 15. | Tingkat ketersediaan tempat sampah | 14.43 | 2.63 | Valid |
| 16. | Tingkat keamanan dan kenyamanan lokasi | 16.47 | 2.63 | Valid |
| 17. | Tingkat keamanan wahana aktivitas wisata | 9.07 | 2.63 | Valid |

Sumber : diolah oleh peneliti (2017)

Berdasarkan tabel 3.8 uji validitas diatas dapat dilihat terdapat 17 pertanyaan yang bernilai positif dan dinyatakan valid. Ini berdasarkan dari nilai r hitung yang hasilnya lebih besar dari nilai r tabel = 2.63, sehingga 17 item pernyataan tersebut dinyatakan layak dapat dijadikan sebagai instrument penelitian. Perhitungan validitas ini menggunakan bantuan software IBM SPSS Statistics 23 for Windows.

2. Uji Realibilitas

Menurut Sugiono (2012) Instrument yang reliable berarti instrument yang bila digunakan berkali-kali untuk mengukur data yang sama akan menghasilkan data yang sama juga. Berikut merupakan rumus yang digunakan untuk mengukur reliabilitas dengan rumus Spearman Brown :

$$r_{ri} = \frac{r_{rb}}{\sqrt{n}}$$

r_{ri} = Reabilitas internal seluruh instrument

r_{rb} = Korelasi *product moment* antara belahan pertama dan kedua

Dengan kata lain, penggunaan instrument yang valid dan reliable dalam pengumpulan data akan menghasilkan penelitian yang valid dan reliable pula. Jadi instrument yang valid dan reliable merupakan suatu syarat agar hasil penelitian terbukti keabsahannya.

Untuk menyatakan hubungan bisa digunakan kriteria Guilforf dalam Kudus (2013), yaitu :

- a. < 0,20 : hubungan yang sangat kecil dan bisa diabaikan
- b. 0,20 -< 0,40 : hubungan yang kecil (tidak erat)
- c. 0,40 -< 0,70 : hubungan yang cukup erat
- d. 0,70 -< 0,90 : hubungan yang erat (reliable)
- e. 0,90 -< 1,00 : hubungan yang sangat erat (sangat reliable)

Untuk mengukur reliabilitas indikator-indikator dalam kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini, peneliti menggunakan program SPSS Statistics 23.0

Reliability Statistics

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|------------------|------------|
| .906 | 17 |

Sumber : diolah oleh peneliti (2017)

Gambar 3.1

Hasil pengukuran uji realibilitas instrumen penelitian

Expectation Ratings Table

Hasil Pengukuran uji relaibitas instrument penelitian Importance Rating Table dapat diketahui bahwa hubungan ke 17 atribut yang diteliti memiliki hubungan yang erat dengan mengacu pada kriteria Guilford dalam Muhammad (2013) dengan skor 0.906.

Reliability Statistics

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|------------------|------------|
| .964 | 17 |

Sumber : diolah oleh peneliti (2017)

Gambar 3.2

Hasil pengukuran uji realibilitas instrumen penelitian

Perceived Experience Ratings Table

Hasil Pengukuran uji relaibitas instrument penelitian Performance Rating Table dapat diketahui bahwa hubungan ke 17 atribut yang diteliti memiliki hubungan yang cukup erat dengan mengacu pada kriteria Guilford dalam Muhammad (2013) dengan skor 0.964.

I. Teknik Analisis Data

Kepuasan konsumen adalah ketika kenyataan yang ada melebihi persepsi dari persepsi awal konsumen akan suatu produk atau jasa disediakan. Kotler dan Keller (2008: 117) menyatakan bahwa kepuasan konsumen sebagai tingkat perasaan seseorang sebagai hasil dari perbandingan antara kenyataan dan harapan yang diterima dari sebuah produk atau jasa.

Menurut Kotler dan Keller (2008: 137) ada beberapa faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan yaitu :

- a) Harapan.
- b) Tujuan (*Objective*)
- c) *Perceived Performance* (Kinerja yang dirasakan)
- d) *Attribute Satisfaction* dan *Information Satisfaction*

1. Pendekatan Skala Likert

Menurut Sugiyono (2012), analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber data lain terkumpul dengan cara mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan.

Tabel 3.9
Kriteria Bobot Nilai Alternatif

| Skala | Skor |
|-------------------|------|
| Sangat Baik | 5 |
| Baik | 4 |
| Cukup | 3 |
| Tidak Baik | 2 |
| Sangat Tidak Baik | 1 |

Sumber : Sugiono(2012)

Karena hasil dari data yang menggunakan skala Likert merupakan data ordinal sedangkan analisis data menggunakan regresi yang membutuhkan data interval. Maka perlu dikonversikan terlebih dahulu. Data ordinal yang telah didapat dikonversikan menjadi data interval.

2. Garis Kontinum

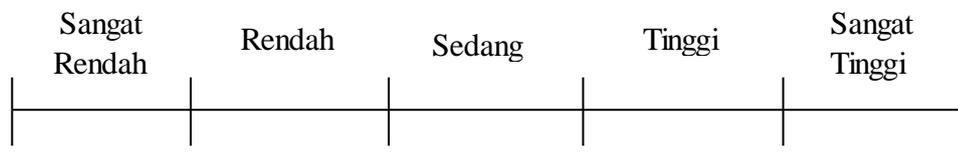
Dalam penelitian ini menggunakan skala Likert dimana hasil dari skala Likert merupakan data ordinal. Menurut Hasan (2009: 21) data ordinal merupakan data yang berasal dari objek atau kategori yang disusun menurut besarnya, dari tingkat terendah ke tingkat tertinggi atau sebaliknya, dengan jarak atau rentang yang tidak harus sama.

Data ordinal tersebut selanjutnya di buat skoring yang kemudian digambarkan melalui penggunaan tabel distribusi frekuensi untuk keperluan menganalisa data. Nilai numerikal tersebut dianggap sebagai objek dan selanjutnya melalui proses transformasi ditempatkan ke dalam interval. Untuk menganalisis setiap pertanyaan atau indikator, hitung frekuensi jawaban setiap kategori (pilihan jawaban) dan dijumlahkan.

Setelah setiap indikator mempunyai jumlah, selanjutnya peneliti membuat garis kontinum. Setelah mengetahui skor jumlah indikator, skor tersebut diklasifikasikan dengan garis kontinum. Sebelumnya ditentukan dulu jenjang intervalnya, yaitu dengan menggunakan rumus yang dikemukakan oleh Sudjana (2005: 79) sebagai berikut:

$$\text{Nilai Jenjang Interval (NJI)} = \frac{\text{Skor Maksimum} - \text{Skor Minimum}}{\text{Jumlah Jenjang}}$$

Dimana hasil dari Nilai Jenjang Interval (NJI) adalah interval untuk menentukan sangat setuju, setuju, cukup setuju, setuju, atau sangat setuju dari suatu variabel. Berikut merupakan gambar garis kontinum.



Gambar 3.3 Garis Kontinum

Sumber: Sugiyono (2014)

3. Analisis Kepuasan Pengunjung

Menurut Kotler (2004) dalam Tjiptono (2011) ada beberapa metode yang bisa dipergunakan setiap perusahaan untuk mengukur dan memantau kepuasan pelanggannya dan pelanggan pesaing. Metode yang digunakan oleh peneliti untuk mengukur tingkat kepuasan pelanggan adalah metode survey kepuasan pelanggan dengan menggunakan *derived satisfaction*, dengan menggunakan rumus kepuasan pelanggan, yaitu:

$$CS = \sum (Id_i - Pp_i)$$

Keterangan :

CS : Kepuasan Pelanggan

Id : Ideal (*Expectation*)

Pp : Tingkat Kinerja (*Perceived Experience*)

Dimana apabila:

CS < 0 pengunjung merasa sangat puas

CS = 0 pengunjung merasa puas

CS > 0 pengunjung merasa tidak puas

Dengan menggunakan rumus *customer satisfaction* tersebut, akan didapatkan tingkat kepuasan pelanggan dari setiap indikator yang telah peneliti tetapkan.

4. *Customer Satisfaction Index (CSI)*

Customer Satisfaction Indeks (CSI) atau Indeks Kepuasan Pengguna (IKP) digunakan untuk mengetahui tingkat kepuasan pengguna secara menyeluruh dengan memperhatikan tingkat kepentingan dari atribut-atribut produk atau jasa. Tingkat kepuasan pengguna dinilai dengan cara membandingkan antara kinerja (performance) yang dirasakan pelanggan dengan harapan mereka terhadap kualitas layanan jasa atau produk. Kualitas suatu produk atau jasa dapat diukur dengan beberapa indikator penyusun indeks kepuasan terhadap produk atau jasa.

Gambar 3.4 *Customer Satisfaction Index (CSI)*

| Atribut | Kepentingan (I) | Kepuasan (P) | Skor (S) |
|------------|-----------------|--------------|-----------------|
| | Skala: 1-5 | Skala: 1-5 | (S)=(I) x (P) |
| ... | | | |
| ... | | | |
| ... | | | |
| Skor Total | Total (I) = (Y) | | Total (S) = (T) |

Perhitungan keseluruhan CSI diilustrasikan pada gambar diatas. Nilai rata-rata pada kolom kepentingan (I) dijumlahkan sehingga diperoleh Y dan juga hasil kali I dengan P pada kolom skor (S) dijumlahkan dan diperoleh T. CSI diperoleh dari perhitungan $(T/5Y) \times 100\%$. Nilai 5 (pada 5Y) adalah nilai maksimum yang digunakan pada skala pengukuran. CSI dihitung dengan rumus:

$$CSI = \frac{T}{5Y} \times 100\% \dots\dots\dots (1)$$

Nilai maksimum CSI adalah 100%. Nilai CSI 50% atau lebih rendah menandakan kinerja pelayanan yang kurang baik. Nilai CSI 80% atau lebih tinggi mengindikasikan pelanggan merasa puas terhadap kinerja pelayanan

5. **Diagram Cartesius**

Diagram Cartesius dalam Rangkuti (2006) terdiri dari empat kuadran yang masing-masing menjelaskan keadaan yang berbeda. Keadaan-keadaan tersebut yaitu:

1). Kuadran I (*Focus Improvement*).

Kuadran ini memuat atribut yang dianggap penting oleh pengunjung tapi kinerja atribut pada kenyataannya belum sesuai dari apa yang diharapkan. Atribut yang termasuk di kuadran ini harus ditingkatkan.

2). Kuadran II (*Maintain Performance*).

Kuadran ini membuat atribut yang dianggap penting oleh pengunjung dan sudah sesuai sehingga tingkat kepuasannya relative lebih tinggi. Atribut di kuadran ini harus dipertahankan.

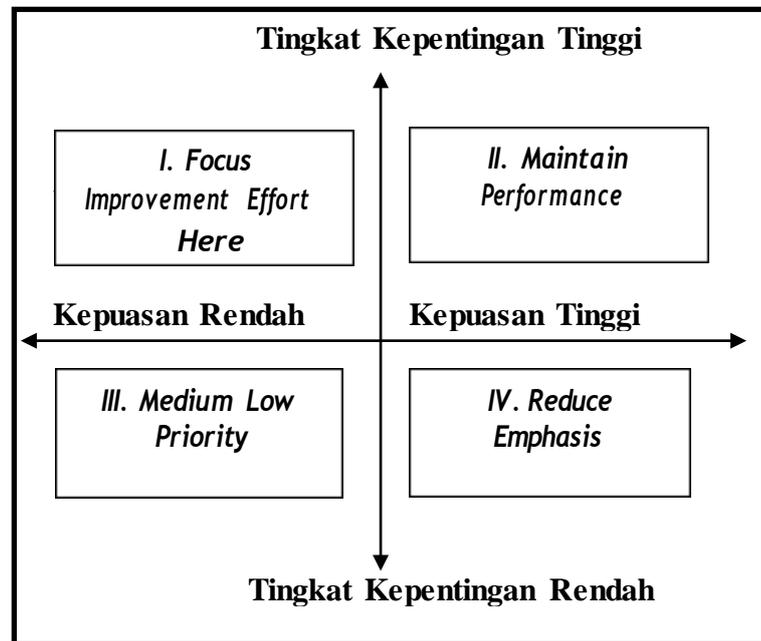
3). Kuadran III (*Medium Low Priority*).

Kuadran ini memuat atribut yang dianggap kurang penting oleh pengunjung dan kinerja atribut tersebut kurang dari apa yang diharapkan. Peningkatan atribut yang masuk ke kuadran ini perlu dipertimbangkan walaupun tidak begitu dianggap penting oleh pengunjung.

4). Kuadran IV (*Reduce Emphasis*).

Kuadran ini memuat atribut yang dianggap kurang penting oleh pengunjung sedangkan kinerja pada atribut ini terlalu tinggi sehingga dianggap berlebihan. Harus lebih diperhatikan untuk kuadran ini agar terjaga efisiensinya

Diagram kartesius ditunjukkan pada diagram di bawah ini:



Gambar 3.5 Matriks Importance-Performance

Sumber: Diolah Peneliti (2017)