BAB III
OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Penelitian ini menganalisis variable bebas atau *independent variable* dan variable terikat *independent variable*. Dalam penelitianini yang menjadi variable bebas atau *independent variable* yaitu, Evaluasi*Event Marketing*(X) yang memiliki empat sub variabel, *message*(X_1),*interaction*(X_2), dan *integration*(X_3).Masalah penelitian yang merupakan penelitian variabel terikat atau *dependent variable* adalah Citra (Y) yang memiliki indikator persepsi,kognisi, motivasi, sikap.

Objek penelitian ini adalah pendapat responden tentang Evaluasi*Event Marketing* terhadap Citra Taman Lalu Lintas Kota Bandung sebagaiwisata edukasi lalu lintas, sedangkan subjek penelitian ini adalah instansi pendidikan yang mengikuti *event*"CAMEJASA" di Taman Lalu Lintas Kota Bandung pada tahun 2011.

3.2 Metode Penelitian

Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan memecahkan suatu masalah. Menurut Sugiyono (2011:2) yang dimaksud dengan "metode penelitian adalah cara ilmiah untuk mendapatkan dan dengan tujuan dan kegunaan tertentu".

Lissa Utami Dewi, 2013

Evaluasi event marketing CSR "Camejasa" terhadap citra taman lalu lintas kota bandung.

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu

Berdasarkan tujuan penelitian dan variabel-variabel yang diteliti, maka jenis penelitian ini adalah penelitian *deskriptif* dan *verifikatif*, yaitu menguji kebenaran suatu hipotesis yang telah diuraikan pada Bab II, melalui pengumpulan data di lapangan (instansi pendidikan yang menggikuti *event*"CAMEJASA" di Taman Lalu Lintas Kota Bandung). Agar tercapai tujuan dari penelitian ini maka diperlukan suatu metode dan teknik penelitian yang sesuai.

Menurut Traver Travens dalam Husein Umar (209:21) penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri baik satu variabel atau lebih (*independent*) tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan dengan variabel lain. Penelitian *deskriptif* di dalam penelitian ini bertujuan untuk memperoleh deskripsi atau gambaran mengenai evaluasi *event marketing(message,interaction,*dan*integration*)dan citraTaman Lalu Lintas Kota Bandung sebagai wisata edukasi lalu lintas.

Sedangkan jenis penelitian *verifikatif* menguji kebenaran suatu hipotesis yang dilakukan melalui pengumpulan data di lapangan. Penelitian ini akan diuji mengenai kebenaran hipotesis melalui pengumpulan data di lapangan, dalam hal ini dilakukan melalui survei terhadap instansi pendidikan untuk mengevaluasi *event marketing (message,interaction,*dan *integration*)"CAMEJASA" terhadap citraTaman Lalu Lintas Kota Bandung sebagai wisata edukasi lalu lintas.

3.2.1 Jenis Penelitian dan Metode yang Digunakan

Dalam suatu penelitian diperlukan suatu metode untuk mempermudah penulis dalam membuat suatu kesimpulan. Berdasarkan jenis penelitian *deskriptif* dan *verifikatif* tersebut yang dilaksanakan melalui pengumpulan data di lapangan, maka metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah *explanatory survey*. Menurut Ker Linger dalam Sugiyono (2011:85) mengemukakan bahwa:

> Penelitian survey adalah penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil, tetapi data yang dipelajari adalah data dari sampel yang diambil dari populasi tersebut, sehingga ditemukan kejadian-kejadian relatif, distribusi dan hubungan-hubungan antar variabel, sosiologis maupun psikologis.

Penelitian dengan menggunakan metode ini yaitu informasi dari sebagian populasi dikumpulkan langsung di tempat kejadian secara empiris dengan tujuan untuk mengetahui pendapat dari sebagian populasi terhadap objek yang sedang diteliti.

3.2.2 Operasionalisasi Variabel

Penelitian ini meliputi dua variabel inti, yaitu variabel bebas dan variabel terikat. Variabel yang akan dikaji dalam penelitian ini meliputi evaluasi *event marketing* (X). Sub variabel *service delivery* terdiri dari *message*(X_1), *interaction*(X_2), dan*integration*(X_3). Variabel lainnya yang diteliti adalah Citra (Y) yang terdiri dari persepsi, kognisi, motivasi, sikap.

Pengaruh variabel-variabel tersebut dapat dianalisis melalui pengukuran veriabel-variabel penelitian yang dijelaskan dalam tabel operasionalisasi variabel. Pengoperasian variabel dari kedua variabel yang dijadikan objek pada penelitian

ini menggunakan skala ordinal, yaitu data yang berjenjang atau berbentuk peringkat, tidak hanya menyatakan peringkat kategori tapi menyatakan peringkat kategori tersebut. Secara lebih rinci operasionalisasi variabel dalam penelitian ini digambarkan dalam Tabel 3.1 sebagai berikut:

TABEL 3.1
OPERASIONALISASI VARIABEL

Variabel/ Sub variabel	Konsep	Indokator	Ukuran	Skala	No. Item
Evaluasi *Event Marketing* (X)	Cara untuk melihat bagaimana suatu *event* dapat digunakan dalam pengembangan *event* dimasa yang akan datang Nordberg, dalam Anna Eckerstein (2002:32)				
Message (X_1)	Melalui pesan menciptakan sesuatu yang berharga bagi pelanggan dan memberikan pelanggan suatu pengalaman. Anna Eckerstein (2002)	• Kejelasan pesan	• Tingkat kejelasan pembekalan informasi mengenai materi "CAMEJASA"	Ordinal	IIIA.1
		• Kesesuaian pesan	• Tingkat kesesuaian pesan dengan kebutuhan peserta		IIIA.2
		• Kegunaan pesan	• Tingkat kegunaan informasi yang diberikan mengenai materi "CAMEJASA"		IIIA.3
		• Kemenarikan pesan	• Tingkat kemenarikan materi yang disampaikan		IIIA.4
		• Kunikan	• Tingkat keunikan *event* yang diselenggarakan		IIIA.5
Interaction (X_2)	Hubungan yang tercipta antara pelanggan dan penyelenggara	• Interaksi	• Tingkat interaksi antara peserta dengan penyelenggara *event*		IIIB.1

LanjutanTabel 3.1

	event. Anna Eckerstein	• Keakraban	• Tingkat Keakraban peserta dengan penyelenggara *event*	Ordinal	IIIB.2
		• Ketersediaan Materi	• Tingkat ketersediaan materi yang mendukung interaksi antara peserta dengan penyelenggara *event*		IIIB.3
		• Kesenangan	• Tingkat kesenangan berinteraksi dengan penyelenggara *event*		IIIB.4
Integration (X_3)	Suatu interaksi yang berkaitan dengan bagaimana pemasaran *event* bisa bekerja selaras dengan strategi pemasaran yang dilakukan suatu perusahaan untuk menciptakan suatu *event* yang baik Anna Eckerstein (2002)	• Efisien	• Tingkat Efisiensi penyelenggaraan *event*"CAMEJASA"	Ordinal	IIIC.1
		• Efektifitas	• Tingkat Efektifitas *event* "CAMEJASA"		IIIC.2
		• Kualitas	• Tingakt Kualitas *event* "CAMEJASA"		IIIC.3
			• Tingkat kesesuaian antara *event* yang diadakan dengan citra Taman lalu Lintas sebagai Wisata Edukasi Lalu Lintas Kota Bandung		IIIC.4
Citra Perusahaan/ *CorporateI mage* (Y)	Kesan, perasaan, gambaran dari public terhadap perusahaan; kesan yang dengan sengaja diciptakan dari suatu objek, orang, atau organisasi. (Soleh Soemirat dan Elvinaro Ardianto 2010: 113)				
		Persepsi	• Tingkat perhatian peserta mengenai Taman Lalu Lintas		IVA.1

LanjutanTabel 3.1		sebagai Wisata Edukasi Lalu Lintas Kota Bandung	Ordinal	
		• Tingkat daya ingat peserta terhadap Taman Lalu Lintas sebagai Wisata Edukasi Lalu Lintas Kota Bandung		IVA.2
		• Tingkat kinerja pelayanan di Taman Lalu Lintas sebagai Wisata Edukasi Lalu Lintas		IVA.3
		• Tingkat kesesuain harapan wahana di Taman Lalu Lintas sebagai Taman Wisata Edukasi Lalu Lintas Kota Bandung		IVA.4
	Kognisi	• Tingkat Pengetahuan peserta mengenai Taman Lalu Lintas sebagai Wisata Edukasi Lalu Lintas Kota Bandung	Ordinal	IVB.1
		• Tingkat Pemahaman peserta mengenaai informasi Taman Lalu Lintas sebagai Wisata Edukasi Lalu Lintas Kota Bandung		IVB.2
		• Tingkat Keyakinan akan		IVB.3

		manfaat kunjungan ke Taman Lalu Lintas		
LanjutanTabel 3.1	Motivasi	• Tingkat motivasi mengunjungi Taman Lalu Lintas sebagai Wisata Edukasi Lalu Lintas Kota Bandung	Ordinal	IVC.1
		• Tingkat kemenarikan Taman Lalu Lintas sebagai Taman Wisata Edukasi Lalu Lintas Kota Bandung		IVC.2
		• Tingkat kesesuaian tujuan pengunjung datang ke Taman Lalu Lintas dengan citra Taman lalu Lintas sebagai Wisata Edukasi Lalu Lintas Kota Bandung	Ordinal	IVC.3
		• Tingkat minat mengunjungi Taman Lalu Lintas sebagai Taman Wisata Edukasi Lalu Lintas Kota Bandung		IVC.4
	Sikap	• Tingkat manfaat kunjungan di Taman Lalu Lintas sebagai Taman Wisata Edukasi Lalu Lintas Kota Bandung		IVD.1

LanjutanTabel 3.1		• Tingkat rekomendasi Taman Lalu Lintas sebagai Wisata Edukasi Lalu Lintas Kota Bandung	Ordinal	IVD.2
		• Tingkat keinginan untuk berkunjung kembali ke Taman Lalu Lintas sebagai Taman Wisata Edukasi Lalu Lintas Kota Bandung		IVD.3
		• Tingkat kepuasan kunjungan ke Taman Lalu Lintas sebagai Taman Wisata Edukasi Lalu Lintas Kota Bandung		IVD.4

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2012

3.2.3 Jenis dan Sumber Data

Sumber data dalam penelitian adalah subjek dari mana data diperoleh. Apabila penelitian menggunakan kuesioner atau wawancara, maka sumber data disebut responden, sedangkan jika penelitian menggunakan teknik observasi, maka sumber data bisa berupa benda, gerak, atau proses sesuatu. Menurut Husein Umar (2009:42) "data primer adalah data yang didapat dari sumber pertama baik individu atau perseorang seperti hasil wawancara atau hasil pengisian kuesioner yang biasa dilakukan oleh peneliti". Dengan kata lain data primer diperoleh secara

langsung. Sedangkan data sekunder menurut HuseinUmar (2009:42) adalah "data primer yang telah diolah lebih lanjut dan disajikan oleh pihak pengumpul data primer atau oleh pihak lain misalnya dalam bentuk tabel-tabel atau diagram-diagram".

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

TABEL 3.2
JENIS DAN SUMBER DATA

No.	Data	Jenis Data	Sumber Data
1	Pertumbuhan Wisatawan Mancanegara dan Wisatawan Nusantara ke Objek Wisata di Provinsi Jawa Barat Tahun 2006-2010	Sekunder	Disbudpar Provinsi Jawa Barat,2011
2	Jumlah Wisatawan Mancanegara dan Nusantara ke Objek Wisata Kota Bandung	Sekunder	Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung, 2011
3	Jumlah Pengunjung ke Taman Lalu Lintas Kota Bandung Tahun 2008-2011	Primer	Taman Lalu Lintas, 2012
4	Data citra yang diperoleh melalui pra penelitia	Primer	Responden

5	Kegiatan Program Wisata "CAMEJASA"	Primer	Taman Lalu LIntas, 2012

Sumber: Hasil pengolahan data, 2012

3.2.4 Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling

3.2.4.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2011:61)"Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya". Jadi populasi bukan hanya orang saja, tetapi juga benda-benda alam. Populasi juga bukan hanya jumlah yang ada pada objek atau subjek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik/sifat yang dimiliki oleh subjek atau objek yang diteliti itu.Berdasarkan pengertian di atas maka populasi dalam penelitian ini adalah jumlah Instaansi Pendidikan yang mengikuti *event*"CAMEJASA" pada tahun 2011 sebagai berikut:

TABEL 3.3
JUMLAH INSTANSI PENDIDIKAN YANG MENGIKUTI *EVENT* DI TAMAN LALU LINTAS KOTA BANDUNG TAHUN 2011

INSTANSI	JUMLAH
TK	64
SD	153
TOTAL	**217**

Sumber: Taman Lalu Lintas, 2012

3.2.4.2 Sampel

Menurut Sugiyono (2011:62) "sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut".

Dalam sebuah penelitian tidak mungkin semua populasi diteliti, hal ini disebabkan beberapa faktor diantaranya keterbatasan waktu, tenaga, dan biaya yang tersedia. Sehingga penelitian ini diperkenankan untuk mengambil sebagian saja dari objek populasi yang ditentukan dengan catatan bagian yang diambil tersebut *representatif* (mewakili).

Menurut Husein Umar (2008:59), mengemukakan bahwa untuk menghitung besarnya ukuran sampel, maka dapat dilakukan dengan menggunakan teknik Slovin dengan rumus:

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

Keterangan:
n : ukuran sampel
N : ukuran populasi
e : taraf kesalahan

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

$$n = \frac{217}{1 + 217 \times 0{,}05^2}$$

$$n = 140{,}68071 \approx 140$$

Jadi jumlah sampel minimal yang diteliti yakni sebanyak 140 sampel, maka dalam penelitian ini ukuran sampelnya adalah 140 responden yakni pengambil keputusan dari instansi pendidikan yang mengikuti *event*, yang terbagi menjadi menjadi dua kelompok yaitu Taman Kanak-kanak dan Sekolah dasar.

Berikut ini merupakan jumlah perhitungan sampel yang terbagi menjadi dua bagian :

TABEL 3.3
JUMLAH PERHITUNGAN SAMPEL

No.	Jumlah Instansi Pendidikan	Perhitungan
1.	TK	$\frac{64}{217}\ x\ 140 = 41$
2.	SD	$\frac{153}{217}\ x\ 140 = 99$
Total		**41 + 99 = 140 Instansi pendidikan**

Sumber : Perhitungan Sampel, 2012

3.2.4.3 Teknik Sampling

Teknik sampling merupakan suatu teknik pengambilan sampel yang akan digunakan dalam penelitian. Dalam menarik anggota sampel dari anggota populasi agar sampel representatif harus diupayakan agar setiap subjek dalam populasi memiliki peluang yang sama untuk menjadi sampel.

Pada dasarnya ada dua tipologi dari teknik pengambilan sampel yaitu *probability sampling* dan *nonprobability sampling* (Sugiyono, 2011:117). *Probability sampling* meliputi *simple random, proportionate stratified random, disproportionate stratified random,* dan *area random*. *Nonprobability sampling* meliputi, *sampling sistematis, sampling kuota, sampling insidental, purposive sampling, sampling jenuh,* dan *snowball sampling.*

Dalam penelitian ini peserta *event* yang akan dijadikan sampel bersifat beragam yang tersebar diseluruh populasi. Sehingga untuk mendapatkan sampel representatif, maka dalam penelitian ini digunakan *Proportionate stratified*

random. Menurut Uma Sekaran (2009:279) *Proportionate stratified random* merupakan pengambilan subjek sampel secara teratur berdasarkan pengelompokan segmen dari populasi.

Menurut Sugiyono (2011:73) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan penelitian tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi tersebut.

Penarikan sampel ditujukan untuk memudahkan peneliti dalam melakukan penelitian. Sampel merupakan perwakilan dari populasi penelitian. Dengan adanya sampel maka waktu, tenaga dan biaya yang dikeluarkan oleh peneliti menjadi lebih efisien.

Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sampel jenuh atau sampel total, yaitu cara pengambilan sampel dengan mengambil peserta instansi pendidikan yang mengikuti *event* dan melakukan kunjungan ke Taman Lalu Lintas Kota Bandung yang terdiri dari 140 instansi pendidikan yang terbagi atas 41 Taman Kanak-kanak, 99 Sekolah Dasar dimana yang menjadi responden adalah pengambil keputusan dari instansi pendidikan yang mengikuti *event* ”CAMEJASA” di Taman Lalu Lintas Kota Bandung.

3.2.5 Teknik Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2011:224), “teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data”.Data yang terkumpul digunakan untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Wawancara

   Digunakan sebagai teknik komunikasi langsung dengan responden mengenai evaluasi*event marketing*dan citra Taman Lalu Lintas Kota Bandung sebagai wisata edukasi lalu lintas. Teknik wawancara yang digunakan yaitu teknik wawancara tidak terstruktur yang menurut Sugiyono (2011:197) yaitu wawancara yang bebas dimana peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara yang telah tersusun secara sistematis dan lengkap untuk pengumpulan datanya. Pedoman wawancara yang digunakan hanya berupa garis-garis besar permasalahan yang akan ditanyakan.

   Dalam penelitian ini, wawancara dilakukan dengan pengelola Taman Lalu Lintas Kota Bandung, pengunjung atau wisatawan yang datang ke Taman Lalu Lintas Kota Bandung.

2. Kuesioner

   Teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Tujuannya untuk mendapatkan data primer yang berisi

pertanyaan dan pernyataan mengenai karakteristik responden, pengalaman responden yang *event* "CAMEJASA". Evaluasi *event marketing*(yang terdiri dari tigasub variabel, yaitu *Message, Interaction,* dan *Integration* serta citra Taman Lalu Lintas Kota Bandung sebagai wisata edukasi lalu lintas.

3. Studi Literatur

   Studi literatur merupakan usaha pengumpulan informasi yang berhubungan dengan teori-teori yang ada kaitannya dengan masalah dan variabel yang diteliti yang terdiri dari evalusi *event marketing*dan citra. Studi literatur tersebut disapat dari berbagai sumber, yaitu:a) Perpustakaan UPI, STMB TELKOM, Widyatama, Widyatama b) Skripsi, c) Jurnal, d) Media cetak (majalah),e) media Elektronik (Internet).

4. Observasi

   Observasi dilakukan dengan meninjau serta melakukan pengamatan langsung terhadap objek yang diteliti yaitu Taman Lalu Lintas Kota Bandung khususnya mengenai citra Taman Lalu Lintas Kota Bandung sebagai wisata edukasi lalu lintas.

3.2.6 Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas

Pada suatu penelitian, data mempunyai kedudukan paling tinggi, karena data merupakan gambaran dari variabel yang diteliti dan fungsinya sebagai pembentukan hipotesis. Oleh karena itu benar tidaknya data akan sangat menentukan mutu hasil penelitian. Sedangkan benar tidaknya data tergantung dari

baik tidaknya instrumen pengumpulan data. Instrumen yang baik harus memenuhi dua persyaratan penting yaitu valid dan *reliable*. Penelitian ini menggunakan data ordinal. Oleh karena itu, semua data ordinal yang terkumpul terlebih dahulu ditransformasi menjadi skala interval dengan menggunakan *method of successive interval* (MSI). Pengujian validitas dan realibilitas pada penelitian ini dilakukan dengan bantuan SPSS 18*for windows*.

3.2.6.1 Hasil Pengujian Validitas

Menurut Suharsimi Arikunto (2009:145) yang dimaksud dengan validitas adalah ”Suatu ukuran yang menunjukan tingkat kevalidan dan kesahihan suatu instrumen”. Suatu instrumen yang valid atau sah mempunyai validitas yang tinggi. Sebaliknya instrumen yang kurang berarti memiliki validitas yang rendah.

Jenis validitas yang digunakan adalah validitas konstruk yang menentukan validitas 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. Korelasi antar skor item dengan skor totalnya harus signifikan. Berdasarkan ukuran statistik, bila ternyata skor semua item yang disusun berdasarkan dimensi konsep berkorelasi dengan skor totalnya, maka dapat dikatakan bahwa alat ukur tersebut mempunyai validitas.

Langkah-langkah yang dilakukan untuk menguji validitas (Uma, 2008:110) adalah sebagai berikut:

1. Mendefinisikan secara operasional suatu konsep yang akan diukur.

2. Melakukan uji coba pengukur tersebut pada sejumlah responden.
3. Mempersiapkan tabel tabulasi jawaban.
4. Menghitung nilai korelasi antara data pada masing-masing pernyataan dengan skor total memakai rumus teknik korelasi *product moment* , yang rumusnya seperti berikut:

$$r = \frac{n\left(\sum XY\right) - \left(\sum X\right)\left(\sum Y\right)}{\sqrt{\left\{n\left(\sum X^2\right) - \left(\sum X\right)^2\right\}\left\{n\left(\sum Y^2\right) - \left(\sum Y\right)^2\right\}}}$$ (Sugiyono, 2011: 183)

Keterangan :
r = Koefisien validitas item yang dicari
X = Skor yang diperoleh subjek dari 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

Peneliti dapat memberi interprestasi terhadap kuatnya suatu hubungan dengan melihat besarnya koefisien korelasi. Berikut ini adalah pedoman untuk memberikan interprestasi terhadap koefisien korelasi:

TABEL 3.6
PEDOMAN UNTUK MEMBERIKAN INTERPRETASI KOEFISIEN KORELASI

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,5999	Sedang
0,60 – 0,7999	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat Kuat

Sumber : Sugiyono (2011:184)

Setelah melakukan analisis faktor dengan cara mengkorelasikan jumlah skor faktor dengan skor total, maka langkah selanjutnya adalah melakukan perbandingan antara r_{hitung} dengan $r_{tabel.}$ Berikut ini keputusan pengujian validitas instrumen:

1. Jika $r_{hitung} > r_{tabel,}$ maupun nilai probabilitas statistik < (*level of significant* 5% = 0,05) maka instrumen dikatakan valid.
2. Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, maupun nilai probabilitas statistik > (*level of significant* 5% = 0,05) maka instrumen dikatakan tidak valid.

Pengujian validitas item instrumen dilakukan dengan bantuan SPSS 18*for windows*. *Output* yang dihasilkan dari pengolahan SPSS merupakan data r_{hitung}. Untuk mengetahui apakah nilainya signifikan atau tidak, maka dilakukan uji korelasi dengan membandingkan r_{hitung} dengan r_{tabel}. Agar memperoleh nilai yang signifikan, maka r_{hitung} harus lebih besar dari r_{tabel} (dilihat dari tabel r *product moment* dengan taraf signifikansi 5% dan derajat kebebasan n-2, dimana n-2 merupakan jumlah responden).

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

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

Keputusan pengujian validitas item instrumen, adalah sebagai berikut:

1. Nilai r dibandingkan dengan harga r_{tabel} dengan dk= 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 SPSS 18*for windows*. Berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan SPSS 18*for windows* diperoleh hasil pengujian validitas dari item pertanyaan yang diajukan peneliti, berikut ini adalah hasil pengujian validitas dari item pertanyaan yang diajukan peneliti.

TABEL 3.5
HASIL PENGUJIAN VALIDITAS VARIABEL (X) EVALUASI *EVENT MARKETING*DAN VARIABEL (Y) CITRA

No.	Variabel	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
***EvaluasiEvent Marketing* (X)**				
***Message* (X_1)**				
1	Kejelasan pembekalan informasi mengenai materi "CAMEJASA"	0,658	0,361	Valid
2	Kesesuaian pesan dengan kebutuhan peserta	0,657	0,361	Valid
3	Kegunaan informasi yang diberikan mengenai materi "CAMEJASA"	0,596	0,361	Valid
4	Kemenarikan materi yang disampaikan	0,560	0,361	Valid
5	Keunikan *event* yang diselenggarakan	0,737	0,361	Valid
***Interaction*(X_2)**				
1	Interaksi antara peserta dengan penyelenggara *event*	0,719	0,361	Valid
2	Keakraban peserta dengan penyelenggara *event*	0,419	0,361	Valid

No.	Variabel	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
3	Ketersediaan materi yang mendukung interaksi antara peserta dengan penyelenggara *event*	0,540	0,361	Valid
4	Kesenangan berinteraksi dengan penyelenggara *event*	0,536	0,361	Valid
***Integration*(X_3)**				
1	Efisiensi (ketercapaian tujuan) penyelenggaraan *event*"CAMEJASA"	0,504	0,361	Valid
2	Tingkat Efektifitas *event* "CAMEJASA"	0,618	0,361	Valid
3	Tingkat Kualitas *event* "CAMEJASA"	0,583	0,361	Valid
4	Tingkat kesesuaianantara*event* yang diadakandengancitra Taman laluLintassebagaiWisataEdukasiLaluLintas Kota Bandung	0,743	0,361	Valid
Citra (Y)				
1	Perhatian peserta mengenai Taman Lalu Lintas sebagai Wisata Edukasi Lalu	0,608	0,361	Valid
2	Daya ingat peserta terhadap Taman Lalu Lintas sebagai Wisata Edukasi Lalu Lintas Kota Bandung	0,715	0,361	Valid
3	Keberagaman Kinerja pelayanan di Taman Lalu Lintas sebagai Wisata Edukasi Lalu Lintas fasilitas ruangan meeting	0,570	0,361	Valid
4	Kesesuain harapan wahana di Taman Lalu Lintas sebagai Taman Wisata Edukasi Lalu Lintas Kota Bandung	0,596	0,361	Valid
5	Pengetahuan peserta mengenai Taman Lalu Lintas sebagai Wisata Edukasi Lalu Lintas Kota Bandung	0,616	0,361	Valid
6	Pemahamanpesertamengenaiinformasi Taman LaluLintassebagaiWisataEdukasiLaluLintaskota Bandung	0,685	0,361	Valid
7	Keyakinanakanmanfaatkunjunganke Taman LaluLIntassebagaiWisataEdukasiLaluLintaskota	0,613	0,361	Valid

No.	Variabel	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
	Bandung			
8	Motivasimengunjungi Taman LaluLintassebagaiWisataedukasiLaluLintas Kota Bandung	0,901	0,361	Valid
9	Kemenarikan Taman Lalu Lintas sebagai Taman Wisata Edukasi Lalu Lintas Kota Bandung	0,632	0,361	Valid
10	Kesesuaiantujuanpengunjungdatangke Taman LaluLintasdengancitra Taman laluLintassebagaiWisataEdukasiLaluLintas Kota Bandung	0,889	0,361	Valid
11	Minat untuk mengunjungi Taman Lalu Lintas sebagai Taman Wisata Edukasi Lalu Lintas Kota Bandung Kota Bandung	0,469	0,361	Valid
12	Manfaat kunjungan di Taman Lalu Lintas sebagai Taman Wisata Edukasi Lalu Lintas Kota Bandung	0,619	0,361	Valid
13	Rekomendasi Taman Lalu Lintas sebagai Wisata Edukasi Lalu Lintas Kota Bandung	0,628	0,361	Valid
14	Keinginanuntukberkunjungkembalike Taman Lalu Lintas sebagai Taman Wisata Edukasi Lalu Lintas Kota Bandung	0,631	0,361	Valid
15	Kepuasan kunjungan ke Taman Lalu Lintas sebagai Taman Wisata Edukasi Lalu Lintas Kota Bandung	0,713	0,361	Valid

Sumber : Hasil Pengolahan Data, 2012

Berdasarkan hasil pengolahan data di atas, pengukuran validitas untuk sub variabelevaluasi*event marketing* menunjukan bahwa item-item pertanyaan dalam kuesioner valid karena skor r_{hitung} lebih besar daripada skor r_{tabel} yang bernilai 0,361. Hasil pengolahan data diatas , pengukuran validitas untuk variabelevaluasi*event marketing*menunjukan nilai tertinggi yaitu sebesar 0,743

dan terendah sebesar 0,419. Sedangkan hasil pengukuran validitas untuk variabel citra menunjukan nilai tertinggi yaitu sebesar 0,901 sedangkan yang terendah yaitu sebesar 0,469.

3.2.6.2 Hasil Pengujian Reliabilitas

Reliabilitas merupakan suatu ukuran yang menunjukkan bahwa suatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpulan data, karena instrumen tersebut sudah baik. Instrumen yang sudah dapat dipercaya, yang reliabel akan menghasilkan data yang dapat dipercaya juga. *Reliable* artinya dapat dipercaya, jadi dapat diandalkan.MenurutSugiyono (2011:183) "Reliabilitasadalahpengukuran yang berkali-kali menghasilkan data yang samaataukonsisten". Dalam pandangan positifistik, 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.

Pengujian reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan rumus *Cronbach alpha*, yaitu:

$$r11 = \left\{\frac{k}{(k-1)}\right\}\left\{1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_1^2}\right\}$$

(Husein Umar, 2008:125 dan Suharsimi, 2008:171)

Keterangan:

$r11$ = reliabilitas instrumen
k = banyaknya butir pertanyaan
σ_1^2 = varians total

$\sum \sigma_b^2$ = jumlah varians butir tiap pertanyaan

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

$$\sigma = \frac{\sum x^2 \left(\Sigma \not{\cdot}^2\right)}{n} / n$$

(Husein Umar, 2008:172)

n = jumlah sampel
σ = jumlah varians
X = nilai skor yang dipilih (total nilai dari nomor-nomor butir pertanyaan)

Koefisien *Cronbach alpha* merupakan statistik yang paling umum digunakan untuk menguji reliabilitas suatu instrumen penelitian. Suatu instrumen penelitian diindikasikan memiliki tingkat reliabilitas memadai jika Koefisien *Cronbach alpha* lebih besar atau sama dengan 0,70 (Hair, Anderson, Tatham & Black, Uma Sekaran):

> *Cronbach alpha* adalah koefisien keandalan yang menunjukan seberapa baik item dalam suatu kumpulan secara positif berkolerasi atau satu sama lain. *Cronbach alpha* dihitung dalam rata-rata interkolrasi antar item yang mengukur konsep. Semakin dekat *Cronbach alpha* dengan1, semakin tinggi keandalan konsistensi internal.

Perhitungan validitas dan reliabilitas pertanyaan dilakukan dengan bantuan program aplikasi *SPSS 18 for window*. Adapun langkah-langkah menggunakan *SPSS 18for window* sebagai berikut:

1) Memasukkan data variabel X dan Y setiap item jawaban responden atas nomor item pada data view.

2) Klik variabel view, lalu isi kolom *name* dengan variabel-variabel penelitian (misalnya X, Y) *width*, *decimal*, *label* (isi dengan nama-nama atas variabel penelitian), *coloum*, *align*, (*left*, *center*, *right*, *justify*) dan isi juga kolom *measure* (skala: ordinal).
3) Kembali ke data *view*, lalu klik *analyze* pada toolbar pilih *Reliability Analyze*
4) Pindahkan variabel yang akan diuji atau klik Alpha, OK.
5) Akan dihasilkan output, apakah data tersebut valid serta reliabel atau tidak dengan membandingkan data hitung dengan data tabel.

Pengujian reliabilitas instrumen dilakukan terhadap 30 responden dengan tingkat signifikansi 5% dan derajat kebebasan (dk) n-2 (30-2=28) dengan menggunakan *software* komputer SPSS (*Statistical Product for Service Solution*) 18, diketahui bahwa semua variabel reliabel, hal ini dikarenakan $C\sigma$ masing – masing variabel lebih besar dibandingkan dengan koefisien *alpha cronbach* yang bernilai 0,700. Berikut tabel uji reliabilitas instrumen penelitian:

TABEL 3.6
HASIL PENGUJIAN RELIABILITAS PENGARUH EVALUASI*EVENT MARKETING* TERHADAP CITRA TAMAN LALU LINTAS KOTA BANDUNG

No.	Variabel	$C\sigma_{\text{hitung}}$	$C\sigma_{\text{minimal}}$	Keterangan
1.	Evaluasi*Event Marketing*	0,825	0,700	Reliabel
2.	Citra	0,813	0,700	Reliabel

Sumber : Hasil Pengolahan Data 2012

Tabel 3.7 diatas variabel yang memiliki nilai reliabilitas tertinggi adalah evaluasi*event marketing* dengan nilai $C\sigma_{\text{hitung}}$ 0,825, sedangkan variabel citra memiliki nilai $C\sigma_{\text{hitung}}$ 0,813.

3.2.7 Rancangan Analisis Data dan Pengujian Hipotesis

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

Jenis data yang terkumpul dalam penelitian ini adalah data ordinal. Dimana sejalan dengan penelitian ini, yaitu untuk mengevaluasi *event marketing*untuk mempertahankan citra Taman Lalu Lintas Kota Bandung sebagai wisata edukasi lalu lintas dengan bantuan statistik untuk mengolah data yang terkumpul dari sejumlah kuesioner.

Alat penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner. Kuesioner disusun oleh peneliti berdasarkan variabel yang terdapat dalam penelitian, yaitu memberikan keterangan dan data mengenai evaluasi *event marketing* yang mempengaruhi citra Taman Lalu Lintas Kota Bandung sebagai wisata edukasi lalu lintas. Adapun yang menjadi variabel bebas atau variabel X adalah evaluasi *event marketing*yang memliki tiga sub dimensi yaitu *message*, *interaction*dan *integration*. Objek yang merupakan variabel terikat atau variabel Y

adalah citra. Sehingga penelitian ini akan diteliti pengaruh evalusi *event marketing*(X) terhadap citra (Y). Kegiatan analisis data dalam penelitian dilakukan melalui tahapan-tahapan sebagai berikut:

1. Menyusun Data

   Mengecek nama dan kelengkapan identitas responden, serta mengecek kelengkapan data yang diisi oleh responden. Untuk mengetahui karakteristik responden digunakan rumus persentase sebagai berikut:

   $$\% = \frac{n}{N} \text{ X } 100$$

   Dimana:

   n = nilai yang diperoleh

   N = jumlah seluruh nilai

   100 = konstanta

2. Menyeleksi data untuk memeriksa kesempurnaan dan kebenaran data yang terkumpul.

3. Tabulasi Data

   Tabulasi data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah:

   a) Memberikan skor pada setiap item. Salah satu persyaratan dalam menggunakan skala ordinal adalah peringkat jawaban diberikan skor antara 1 sampai dengan 5. Setiap variabel yang dinilai oleh responden, diklasifikasikan ke dalam lima alternatif jawaban (*numeric scale*), dimana setiap *option* terdiri dari lima kriteria skor sebagai berikut:

TABEL 3.7
SKOR ALTERNATIF JAWABAN

Alternatif Jawaban	Sangat Tinggi	Tinggi	Cukup tinggi	Tidak Tinggi	Sangat Tidak Tinggi
Positif	5	4	3	2	1

Sumber: Modifikasi dari Uma Sekaran (2006:51)

b) Menjumlahkan skor pada setiap item.

c) Menyusun ranking skor pada setiap variabel penelitian.

4. Menganalisis data dan menafsirkan hasil perhitungan berdasarkan angka-angka yang diperoleh dari perhitungan statistik.

3.2.7.1 Rancangan Analisis Data

Pada penelitian ini digambarkan dua jenis analisis yaitu analisis deskriptif khususnya bagi variabel yang bersifat kualitatif dan analisis kuantitatif berupa pengujian hipotesis dengan menggunakan uji statistik. Analisis deskriptif digunakan untuk melihat faktor penyebab, sedangkan analisis kuantitatif menitikberatkan dalam pengungkapan perilaku variabel penelitian. Dengan menggunakan kombinasi metode analisis tersebut dapat diperoleh generalisasi yang bersifat komperhensif.

Menurut Sugiyono (2011:207) analisis *deskriptif* dapat digunakan untuk mencari kuatnya hubungan antara variabel melalui analisis korelasi, melakukan prediksi dengan analisis regresi dan membuat perbandingan dengan membandingkan rata-rata data sampel atau populasi tanpa diuji signifikasinya. Melalui analisis korelasi dan membuat perbandingan rata-rata data sampel atau

populasi tanpa perlu diuji signifikannya. Analisis *deskriptif* bertujuan mengubah kumpulan data mentah menjadi mudah dipahami dalam bentuk informasi yang lebih ringkas. Analisis *deskriptif* juga dapat digunakan untuk menganalisa data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi.

Analisis data deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan variabel-variabel penelitian, yaitu:

1. Analisis deskriptif tanggapan wisatawan yang menggunakan paket *outbound* mengenai program evaluasi *event marketing*yang dilakukan pihak Taman Lalu Lintas Kota Bandung yang terdiri dari *message, interaction*dan *integration*
2. Analisis deskriptif tanggapan wisatawan yang menggikuti *event*"CAMEJASA" analisis citra.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis korelasi dan analisis regresi berganda. Regresi berganda digunakan untuk melihat hubungan atau pengaruh fungsional ataupun kausal evaluasi *event marketing*(X_1), *message*(X_2), *interaction*(X_3) dan *integration* (X_4) terhadap citra Taman Lalu Lintas sebagai Wisata Edukasi Lalu Lintas Kota Bandung.Adapun langkah-langkah untuk analisis verifikatif adalah sebagai berikut:

1) *Method of Succesive 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:

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

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.

2) Teknik Analisis Linear Regresi Berganda

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linear berganda (*multiple linear regression*). Analisis regresi linear berganda adalah suatu alat analisis peramalan nilai pengaruh dua atau lebih variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) untuk membuktikan ada atau tidaknya hubungan kausal antara dua variabel bebas atau lebih. Adapun untuk pengolahan data dilakukan bantuan program *SPSS 18for windows*, yang menurut uliyanto (2005:8) dilakukan sebagai berikut:

a. Masukan data dalam SPSS pada *data view*, dan pada *variable view* dalam kolom label berilah nama masing-masing variabel.
b. Klik *analyze*, *regression linier*. Lalu pindahkan variabel Y sebagai variabel bergantung ke kolom *dependent* serta variabel X1.1, X1.2, dan X1.3 sebagai variabel bebas ke kolom *independent*. Klik *method* pilih *enter*. Abaikan yang lain kemudian klik OK.

Sebelum mengolah data dengan menggunakan program *SPSS 18for windows*, peneliti harus menentukan terlebih dahulu teknik analisis yang digunakan. Teknik analisis regresi yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linear berganda. Menurut Asep Hermawan (2005:220**)** regresi linear berganda, merupakan suatu model statistik yang sesuai jika masalah penelitian mencakup satu variabel terikat (*dependent*) yang berskala pengukuran metrik (interval atau rasio), yang diduga dapat diprediksi oleh

variabel-variabel *independent* yang berskala pengukuran metrik (interval atau rasio).

Analisis regresi digunakan bila penelitian bermaksud ingin mengetahui kondisi diwaktu yang akan datang dengan suatu dasar keadaan sekarang atau ingin melihat kondisi waktu lalu dengan dasar keadaan dimana sifat ini merupakan prediksi atau perkiraan (Irianto, 2006:156). Arti kata prediksi bukanlah merupakan hal yang pasti tetapi merupakan suatu keadaan yang mendekati kebenaran. Dampak dari penggunaan analisis regresi dapat digunakan untuk memutuskan apakah naik dan menurunnya variabel dependen dapat dilakukan melalu menaikan dan menurunkan keadaan variabel independen atau untuk meningkatkan keadaan variabel dependen dapat dilakukan dengan meningkatkan variabel independen dan sebaliknya (Sugiyono, 2011:204).

Berdasarkan tujuan penelitian ini, maka variabel yang dianalisis adalah variabel independen yaituevaluasi *event marketing* (X_1), *message* (X_2), *interaction* (X_3) dan *integration* (X_4). Sedangkan variabel dependen adalah citra Taman Lalu Lintas sebagai Wisata Edukasi Lalu Lintas Kota Bandung. Untuk bisa membuat ramalan melalui regresi, maka data setiap variabel harus tersedia. Berdasarkan data tersebut peneliti harus menemukan persamaan regresi berganda melalui perhitungan sebagai berikut:

Y = a + bX1.1 + bX1.2 + bX1.3

Keterangan:

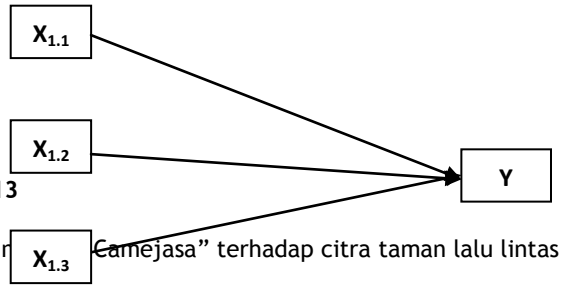
Y = Subyek dalam variabel dependen yang diprediksikan (citra)

a = Harga Y bila X = 0

b = Angka arah atau koefisien regresi, yang menunjukan angka peningkatan ataupun penurunan variabel dependen yang didasarkan pada variabel independen. Bila b (+) maka naik, dan bila (-) maka terjadi penurunan.

X = Subyek pada variabel independen yang mempunyai nilai tertentu. X_1, X_2, X_3 = variabel penyebab (X_1 = *message*), (X_2 = *interaction*), dan (X_3 = *integration*).

Menurut Sugiyono (2011:277) analisis regresi berganda digunakan bila penelitian bermaksud meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen (kriterium), bila dua atau lebih variabel independent sebagai faktor prediktor dimanipulasi (dinaik-turunkan nilainya). 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 :
$X_{1.1}$ = *message*
$X_{1.2}$ = *interaction*
$X_{1.3}$ = *integration*
Y = Citra

3.2.7.2 Rancangan Uji Asumsi Regresi Berganda

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 yaitu terdiri dari Uji Normalitas, Uji Multikoliniearitas, Uji Heteroskedastisitas, dan Uji Autokorelasi.

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 sample kecil. Ada dua cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan analisis grafik dan uji statistik.

Salah satu cara termudah untuk melihat normalitas residual adalah dengan melihat grafik histogram yang membandingkan antara data observasi dengan distribusi yang mendekati

distribusi normal. Selanjutnya untuk mendapatkan hasil yang baik terhadap analisis grafik ini dengan melihat normal probability plot yang membandingkan distribusi kumulatif dari distribusi normal. Distribusi normal akan membentuk satu garis lurus diagonal, dan ploting data residual akan dibandingkan dengan garis lurus diagonal. Jika distribusi dat residual normal, maka garis yang menggambarkan data sesungguhnya akan mengikuti garis diagonalnya. Pada prinsipnya normalitas dapat dideteksi dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik atau dengan melihat histogram dari residual. Dasar pengambilan keputusannya adalah: (Ghozali, 2005, 110)

a. jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
b. jika data menyebar jauh dari diagonal dan/atau tidak mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogram tidak menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

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 ststistik nonparametrik. Dalam Uji normalitas ini, dikatakan berdistribusi normal jika signifikansi lebih besar dari 5 % atau 0,05, (Uji *One Sample Kolmogorov-Smirnov*).

b. Uji Asumsi Heteroskedustisitas

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. Metode yang sering digunakan adalah dengan Uji Durbin-Watson (Uji DW) dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Jika d lebih kecil dL atau lebih besar dari (4-dL) maka Hipotesis nol ditolak, yang berarti terdapat autokorelasi
2. Jika d terletak antara dU dan (4-dU), maka hipotesis nol diterima, yang berarti tidak ada autokorelasi

Jika d terletak antara dL dan dU atau di antara (4-dU) dan (4-dL), maka tidak menghasilkan kesimpulan yang pasti. Nilai dU

dan dL dapat diperoleh dari tabel statistik Durbin Watson yang tergantung banyaknya observasi dan banyaknya variabel yang menjelaskan. (Priyatno, 2008:47).

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan ,emguji 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 membentuk pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit). Maka mengindikasikan telat terjadi Heteroskedastisitas. Sebaiknya jika ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi Heteroskedastisitas. (Ghozali, 2005:105).

d. Uji Multikolineritas

Multikolerasi adalah situasi adanya kolerasi yang kuat antara variabel bebas yang satu dengan variabel bebas yang lain dalam analisis regresi. Apabila dalam analisi terdeksi multikolinearitas maka agka estimasi koefisien regresi yang diadapat akan mempunyai nilai

yang tidak sesuai dengan substansi, sehingga dapat menyesatkan interpretasi. Selain itu juga nilai standar error setiap koefisien regresi dapat menjadi tidak terhingga. Dua parameter yang paling umum digunakan untuk mendeteksi multikolinearitas adalah nilai *Tolerance* dan Nilai VIF (*Variance Inflation Factor*).

Suatu regresi dikatakan terdeteksi multikolinearitas apabila VIF menjauhi 1 atau nilai *tolerance* menjauhi 1. Menurut Nachrowi dan Usman (2006:102), multikolinearitas dianggap ada jika nilai VIF lebih dari 5 dan menurut Singgih Santoso (2005:381), semua variabel harus memenuhi persayaratan ambang *tolerance,* yakni diatas 0,0001.

3.2.7.3 Rencana Pengujian Hipotesis

Ho : bi = 0 ;

Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara evaluasi *event marketing*(X) yang terdiri dari *message* (X_1), *interaction* (X_2), dan *integration* (X_3) terhadap citra Taman Lalu Lintas Kota Bandung sebagai wisata edukasi lalu lintas.

Hi : bi ≠ 0 ;

Terdapat pengaruh yang signifikan evaluasi *event marketing*(X) yang terdiri dari *message* (X_1), *interaction* (X_2), dan *integration* (X_3) terhadap citra Taman Lalu Lintas Kota Bandung sebagai wisata edukasi lalu lintas.

Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka Ho ditolak dan Hi diterima