

BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Penelitian ini menggunakan variabel bebas dan variabel terikat. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel bebas yaitu, *Website (X)* yang memiliki lima dimensi diantaranya, *Structure of provided information(X1)*, *Website Design(X2)*, *Update Information Frequency(X3)*, *Feedback(X4)*, *User Guide(X5)* Masalah penelitian yang merupakan penelitian variabel terikat adalah keputusan berkunjung (*Y*) yang memiliki indikator *product choice*, *brand choice*, *dealer choice*, *purchase timing* dan *purchase amount*.

Penelitian ini menganalisis mengenai bagaimana pengaruh Website sebagai Online marketing communication terhadap keputusan berkunjung ke Taman Nasional Gunung Gede Pangrango. Unit analisis dari penelitian ini adalah Wisatawan di Taman Nasional Gunung Gede Pangrango. Penelitian ini membutuhkan waktu kurang dari satu tahun. Penelitian ini difokuskan kepada penelitian tentang pengaruh Website sebagai Online Communicaton terhadap keputusan berkunjung ke Taman Nasional Gunung Gede Pangrango.

3.2 Metodologi Penelitian

3.2.1 Jenis Penelitian dan Metode yang Digunakan

Jenis penelitian yang dilakukan berdasarkan penjelasan dan bidang penelitian yang dilakukan oleh penulis yaitu menggunakan penelitian deskriptif dan verifikatif. Menurut Uma Sekaran (2013 : 100) penelitian deskriptif yaitu merupakan penelitian konklusif yang memiliki tujuan utama mendeskripsikan sesuatu. Penelitian deskriptif dapat menggambarkan mengenai pengaruh *Website* terhadap keputusan berkunjung di Taman Nasional Gunung Gede Pangrango. Sedangkan menurut Cooper dan Schindler (2008 : 159) menjelaskan bahwa jika suatu riset berkaitan dengan menemukan siapa, apa, dimana, kapan dan berapa banyak, maka studinya adalah deskriptif. Sehingga metode penelitian deskriptif merupakan metode yang cocok untuk menguji kebenaran melalui pengumpulan data di lapangan.

Muhamad Rezil Anfirifa Putra, 2020

PENGARUH SITUS JARINGAN SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI DARING TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG WISATAWAN (SURVEY TERHADAP WISATAWAN TAMAN NASIONAL GUNUNG GEDE PANGRANGO)

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

Tujuan penelitian deskriptif adalah untuk menyajikan suatu profil, yang menjelaskan aspek-aspek di dalam objek tersebut yang

Muhamad Rezil Anfirifa Putra, 2020

PENGARUH SITUS JARINGAN SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI DARING TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG WISATAWAN (SURVEY TERHADAP WISATAWAN TAMAN NASIONAL GUNUNG GEDE PANGRANGO)

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

relevan dengan fenomena yang ada dan menjelaskan karakteristik berbagai variabel penelitian dalam situasi tertentu yang diteliti dari perspektif individual organisasi, industri dan aspek lainnya. Sehingga temuannya lebih luas, lebih dalam dan lebih terperinci. Melalui jenis penelitian deskriptif maka dapat diperoleh gambaran mengenai :

- 1) Website Taman Nasional Gunung Gede Pangrango,
- 2) Keputusan berkunjung di Taman Nasional Gunung Gede Pangrango,
- 3) Seberapa besar pengaruh Website sebagai *media komunikasi daing* terhadap keputusan berkunjung di Taman Nasional Gunung Gede Pangrango.

Sedangkan penelitian verifikatif adalah penelitian untuk menguji pengujian secara kausal, yaitu hubungan antara variabel independen dan dependen (Maholtra, 2009, hlm. 104). Jadi penelitian verifikatif ini menguji pengaruh antara *Website* di Taman Nasional Gunung Gede Pangrango terhadap keputusan berkunjung. Berdasarkan jenis penelitian yang digunakan yaitu penelitian jenis deskriptif dan verifikatif, maka metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *survey* dan *explanatory survey*. Menurut Malhotra (2010, hlm. 96) menyatakan bahwa

Explanatory survey bertujuan untuk mengeksplorasi suatu masalah, yaitu untuk mendapatkan ide-ide dan wawasan ke dalam masalah yang dihadapi manajemen atau para peneliti tersebut. Penjelasan penelitian dalam bentuk wawancara mendalam atau kelompok fokus dapat memberikan wawasan berharga.

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

Menurut Jackson (2012, hlm. 20) menyatakan metode *survey* adalah mempertanyakan individu pada sebuah topik atau beberapa topik kemudian menggambarkan tanggapan mereka. Sedangkan metode *explanatory survey* dilakukan untuk mengeksplorasi situasi masalah atau penelitian melalui masalah atau situasi untuk mendapatkan wawasan dan pemahaman (Maholtra, 2009, hlm. 98)

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 independent 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). Secara lebih rinci operasionaliasi variabel masing-masing dapat dilihat pada berikut:

TABEL 3.1
OPERASIONALISASI VARIABEL

Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
<i>Website</i> (X)			Perusahaan perlu mendesain <i>Website</i> yang dapat mengekspresikan tujuan perusahaan, sejarah, produk dan visi secara atraktif dan menarik pada saat pertama kali melihatnya yang mampu menciptakan pembelian (Kotler dan Keller, 2012, hlm. 541)		
		Electronic Newspapers	Ketersediaan berita elektronik mengenai Taman Nasional Gunung Gede Pangrango	Ordinal	
	<i>Structure of provided information</i>	Helpful and Information	Informasi yang diberikan sangat membantu dalam menambah wawasan wisatawan mengenai Taman nasional Gunung Gede Pangrango	Ordinal	

Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
		Interesting Website	Tingkat kemenarikan desain Website Taman Nasional Gunung Gede Pangrango	Ordinal	
	<i>Website Design</i>	Content Website	Tingkat pentingnya konten Website Taman Nasional Gunung Gede Pangrango untuk pengunjung	Ordinal	
		Up-to-date News	Ketersediaan berita serta informasi terbaru yang diberikan Website Taman Nasional Gunung Gede Pangrango kepada pengunjung	Ordinal	
	<i>Update Information Frequency</i>	Useful Information	Tingkat pentingnya informasi yang diberikan Taman Nasional Gunung Gede pangrango yang bermanfaat bagi pengunjung	Ordinal	
	<i>Feedback</i>	Webmail	Tingkat pentingnya ketersediaan webmail untuk	Ordinal	

Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
			mengirim serta menerima email antara pengunjung Website dan pengelola Taman Nasional Gunung Gede Pangrango		
		Contact Information.	Tingkat pentingnya kelengkapan informasi kontak Taman Nasional Gunung Gede Pangrango	Ordinal	
		Easy Navigation of Site	Tingkat kemudahan dalam mengakses Website Taman Nasional Gunung Gede Pangrango	Ordinal	
	<i>User Guide</i>	Online Booking Guide	Tingkat pentingnya ketersediaan Online Booking serta panduan ketentuan di Taman Nasional Gunung Gede Pangrango	Ordinal	

Keputusan Berkunjung (Y)

Keputusan berkunjung adalah tahap saat wisatawan membentuk niat untuk melakukan kunjungan yang paling disukai dimana keputusan wisatawan untuk memodifikasi (Kotler dan Keller, 2016, hlm 187).

Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
	<i>Product Choice</i>	Keberagaman Daya Tarik Wisata	Tingkat Kemenarikan dan keberagaman Taman Nasional Gunung Gede Pangrango sebagai suatu daya tarik wisata	Ordinal	
		Fasilitas Daya Tarik Wisata	Tingkat Fasilitas yang dimiliki oleh Taman Nasional Gunung Gede Pangrango sebagai daya tarik wisata	Ordinal	
<i>Brand Choice</i>		Popularitas Daya Tarik Wisata	Tingkat Kepopuleran Taman Nasional Gunung Gede Pangrango sebagai salah satu Taman Nasional tertua dan menjadi panutan Taman Nasional di seluruh Indonesia	Ordinal	
		Saluran Informasi dari Daya Tarik Wisata	Tingkat Kemudahan mendapatkan informasi mengenai daya tarik wisata	Ordinal	

Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
			Taman Nasional Gunung Gede Pangrango		
		Lokasi Daya Tarik Wisata	Tingkat Kestrategisan lokasi Taman Nasional Gunung Gede Pangrango	Ordinal	
	<i>Dealer Choice</i>	Aksesibilitas menuju Daya Tarik Wisata	Tingkat Kemudahan akses menuju Taman Nasional Gunung Gede Pangrango	Ordinal	
	<i>Purchase Timing</i>	Pemilihan waktu kunjungan weekday / weekend / hari libur nasional	Tingkat Keinginan untuk berkunjung ke Taman Nasional Gunung Gede Pangrango pada saat <i>weekday/weekend</i>	Ordinal	
	<i>Purchase Amount</i>	Frekuensi Kunjungan	Tingkat Keinginan berkunjung ke Taman Nasional Gunung Gede Pangrango dalam kurun waktu satu tahun	Ordinal	

Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
		Jumlah Kunjungan	Tingkat Besarnya jumlah wisatawan yang turut serta ketika melakukan kunjungan ke Taman Nasional Gunung Gede Pangrango	Ordinal	

Sumber : Diolah oleh peneliti dari berbagai sumber literatur, 2018

Dasar operasional variabel adalah menjelaskan mengenai data penelitian yang didasarkan pada konsep yang telah disusun dalam sebuah kerangka pemikiran. Untuk memperoleh data tersebut penulis melakukan pencarian mengenai variabel beserta sub variabel dan indikatornya sehingga dapat diketahui jenis data yang diperlukan dengan data pengukurannya dalam melakukan metode penelitian ini.

3.2.3 Jenis dan Sumber Data

Menurut Riduan (2010, hlm. 106) data adalah bahan mentah yang perlu diolah sehingga menghasilkan informasi atau keterangan, baik kualitatif maupun kuantitatif yang menunjukkan fakta. Sumber daya adalah segala sesuatu yang dapat memberikan keterangan tentang data. Berdasarkan sumbernya, data dibedakan menjadi dua yaitu , hlm. data primer dan data sekunder.

1. Data primer (*primary data source*)

Menurut Uma Sekaran (2013, : 113) menjelaskan mengenai data primer yaitu data yang mengacu pada informasi yang diperoleh dari tangan pertama oleh peneliti pada variabel minat untuk tujuan khusus penelitian. Sumber data primer diperoleh dari kuesioner yang disebarakan kepada sejumlah responden yang dapat mewakili populasi data penelitian yaitu wisatawan Taman Nasional Gunung Gede Pangrango.

2. Data sekunder (*secondary data source*)

Data sekunder menurut Uma Sekaran (2013, : 113) merupakan data yang mengacu pada informasi yang dikumpulkan dari sumber-sumber yang sudah ada. Data ini diperoleh melalui

pencarian data mengenai tingkat kunjungan wisatawan di Taman Nasional Gunung Gede PangrangoGunung selama tahun 2014 hingga tahun 2016.

Untuk lebih jelasnya berikut jenis dan sumber daya yang digunakan dalam penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 3.2:

TABEL 3.2
JENIS DAN SUMBER DATA

Jenis Data	Sumber
Data Sekunder	
<ul style="list-style-type: none"> • Data Daya Tarik Wisata Unggulan Jawa Barat • Visi Misi Taman Nasional Gunung Gede Pangrango • Tingkat kunjungan Taman Nasional Gunung Gede Pangrango • Aplikasi Website Taman Nasional Gunung Gede Pangrango 	<ul style="list-style-type: none"> Marketing Taman Nasional Gunung Gede Pangrango Marketing Taman Nasional Gunung Gede Pangrango Buku Taman Nasional Gunung Gede Pangrango Marketing Taman Nasional Gunung Gede Pangrango
Primer	
<ul style="list-style-type: none"> • Tanggapan pengunjung Taman Nasional Gunung Gede Pangrango terhadap gambaran <i>Website</i> resmi Taman Nasional Gunung Gede Pangrango • Tanggapan pengunjung Taman Nasional Gunung Gede Pangrango terhadap gambaran keputusan berkunjung <p><i>Sumber :Hasil Pengolahan Data, 2017</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> Penyebaran Kuesioner pada wisatawan Taman Nasional Gunung Gede Pangrango Penyebaran Kuesioner pada wisatawan Taman Nasional Gunung Gede Pangrango

3.2.4 Populasi, Sampel dan Teknik Sampel

3.2.4.1 Populasi

Dalam melakukan sebuah penelitian diperlukan pengumpulan data agar dapat diketahui karakteristik dari populasi yang dapat menghasilkan data yang dapat digunakan untuk mengambil keputusan dalam pengujian hipotesis.

Menurut Uma Sekaran (2013, : 240) mengenai populasi yaitu populasi mengacu pada seluruh orang, peristiwa, ataupun hal menarik yang ingin diteliti oleh seorang peneliti. Berdasarkan pengertian tersebut populasi tidak hanya membahas mengenai jumlah yang terdapat pada suatu objek atau subjek, melainkan meliputi keseluruhan karakteristik serta sifat yang terdapat dalam objek atau subjek tersebut. Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah wisatawan membuka Website Taman Nasional Gunung Gede Pangrango berkunjung ke Taman Nasional Gunung Gede Pangrango. Jumlah populasi dalam penelitian ini adalah 150.364 orang.

3.2.4.2 Sampel

Dalam menentukan siapa saja yang akan diteliti dari suatu populasi maka harus diperoleh beberapa sampel yang dapat mewakili karakteristik dan sifat dari populasi tersebut. Pengertian sampel menurut Uma Sekaran (2013, : 241) yaitu sampel merupakan bagian dari populasi. Dalam menentukan berapa banyak sampel yang akan diambil dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti kemampuan sang peneliti, resiko yang ditanggung oleh peneliti dalam pengambilan sampel dan seberapa besar wilayah pengamatan penelitian tersebut.

Dalam menentukan jumlah sampel dapat diketahui menggunakan rumus, rumus yang digunakan yaitu rumus dari Tabachnick dan Fidel (2013, : 123):

$$N \geq 50 + 8m$$

atau

$$N \geq 104 + m$$

Keterangan: **m = jumlah variabel**

N = jumlah sampel

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

$$N \geq 104 + m$$

$$N \geq 104 + 6$$

$$N \geq 110$$

Jadi ukuran sampel minimal dalam penelitian ini adalah 110 orang responden.

3.2.4.3 Teknik Sampel

Sampel penelitian yang akan diambil dari suatu populasi memerlukan pengambilan sampel menggunakan teknik sampel agar sampel yang diambil tidak salah sasaran. Menurut Uma Sekaran (2013, : 244) *sampling* merupakan proses pemilihan jumlah elemen yang tepat dari populasi, sehingga sampel penelitian serta pemahaman mengenai sifat atau karakteristik memungkinkan bagi kita untuk mengeneralisasikan sifat atau karakteristik tersebut pada elemen populasi.

Teknik *sampling* pada dasarnya dikelompokkan menjadi dua yaitu *probability sampling* yang meliputi *systematic random sampling*, *proportionate stratified random*, *disproportionate stratified random*, dan *area random*. Sedangkan *Non probability sampling* meliputi *sampling sistematis*, *sampling kuota*, *sampling aksidental*, *purposive sampling*, *sampling jenuh*, dan *snowball sampling* (Sugiyono, 2013:62).

Adapun teknik *sampling* yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *systematic random sampling*. *Systematic 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

3.2.5 Teknik Pengumpulan Data

Uma Sekaran (2013, hlm. 116) berpendapat bahwa teknik pengumpulan data merupakan bagian yang penting dan tidak dapat dipisahkan dari sebuah penelitian. Terdapat beberapa teknik pengumpulan data yang dilakukan oleh penulis, yaitu:

1. Komunikasi Langsung yang bertujuan untuk memperoleh data primer. Teknik ini terdiri dari:
 - a. Wawancara merupakan pengumpulan data dan informasi dengan melakukan interaksi dengan responden dengan tanya jawab mengenai masalah yang berkaitan dengan penelitian. Responden dalam penelitian ini yaitu wisatawan yang mengunjungi *Website* resmi Taman Nasional Gunung Gede Pangrango.

- b. Observasi merupakan pengumpulan data dan informasi yang dilakukan dengan cara pengamatan terhadap objek yang diteliti. Objek dalam penelitian ini adalah Taman Nasional Gunung Gede Pangrango.
 - c. Kuesioner merupakan pengumpulan data dan informasi dengan menyebarkan daftar pertanyaan tertulis yang diberikan dan diisi oleh responden. Pertanyaan dalam penelitian ini meliputi tanggapan responden terhadap *Website* dengan keputusan berkunjung ke Taman Nasional Gunung Gede Pangrango.
2. Komunikasi Tidak Langsung yang bertujuan untuk memperoleh data sekunder yang berhubungan dengan masalah yang diteliti. Teknik ini terdiri dari:
- a. Studi Literatur merupakan pengumpulan data dan informasi dengan pencarian terhadap teori yang berkaitan dengan penelitian. Teori dalam penelitian ini meliputi *Website* sebagai *online marketing communication* dan keputusan berkunjung serta teori yang dapat menguatkan hubungan kedua variabel tersebut.

3.2.6 Partisipan

Dalam penelitian ini yang menjadi subjek penelitian adalah wisatawan yang berkunjung ke Taman Nasional Gunung Gede Pangrango, maka dari itu penulis melakukan wawancara terhadap informan dalam penelitian ini untuk memperkuat pernyataan mengenai pengaruh *Website* sebagai *online marketing communication* terhadap keputusan berkunjung wisatawan ke Taman Nasional Gunung Gede Pangrango. Adapun narasumber yang menjadi informan dalam penelitian ini adalah:

TABEL 3.3
DATA INFORMAN

No	Nama	Kode Inisial
1	Yoga Surapranata	A1

2	Achmad Iqbal Wiryatmaja	A2
3	Ilyas Candra	A3

3.2.7 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

3.2.7.1 Uji Validitas

Data merupakan hal penting dalam suatu penelitian, karena data dapat menggambarkan keadaan serta variabel yang dapat membentuk hipotesis. Benar tidak nya data dapat dipengaruhi oleh baik tidaknya instrumen pengumpulan data yang akan berdampak pada hasil penelitian.

Menurut Uma Sekaran (2013, : 225) validitas merupakan cara pengujian mengenai seberapa baik instrumen dikembangkan dengan konsep langkah-langkah tertentu yang ditujukan untuk mengukur suatu variabel. Cara menghitung nilai kolerasi antara data dengan pertanyaan menggunakan aplikasi IBM SPSS *Statistic 23 for Windows*, dengan langkah-langkah sebagai berikut:

1. Distribusikan data pada microsoft excel ke SPSS pada bagian data view.
2. Klik *variabel view* lalu isi kolom name dengan variabel-variabel penelitian. *Width, decimal, label* (isi dengan nama-nama atas variabel penelitian), *colom, align, (left, center, right, justify)* dan isi juga kolom measure (skala:ordinal).
3. Pengisian data: pilih *data view* pada SPSS *data editor*.
4. Pengolahan data: pilih *data view* pada SPSS *data editor*.
5. Pengisian (dari bivariate correlation) : masukan skor jawaban dan total ke *variables, correlation coefficient* pilih *pearson, test of significance* klik *two tailed*.
6. Klik OK.

Pengujian validitas dilakukan dengan mengkolerasikan antara skor *item-item* instrument menggunakan rumus *products moment Pearson* berikut (wijaya, 2012 hlm. 52):

$$r_{xy} = \frac{n \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{(n \sum x^2 - (\sum x)^2)(n \sum y^2 - (\sum y)^2)}}$$

Keterangan :	r_{xy}	: Korelasi skor item dan skor total item
	n	: Jumlah responden
	x	: Skor per item dalam variabel
	y	: Skor total item dalam variabel
	$\sum x$: Jumlah skor dalam distribusi X
	$\sum y$: Jumlah skor dalam distribusi Y
	$\sum x^2$: Jumlah kuadrat dalam skor ditribusi X
	$\sum y^2$: Jumlah kuadrat dalam skor distribusi Y

Setelah keluar output dari pengujian menggunakan langkah-langkah tersebut, kemudian dapat diketahui hasilnya dengan dasar keputusan pengujian validitas *item instrument* adalah sebagai berikut :

1. Item pertanyaan-pertanyaan responden penelitian dikatakan tidak valid jika $r_{hitung} < r_{tabel}$
2. Tingkat signifikansi 5% (0,05) dan derajat kebebasan (dk) $n-2$, maka didapat nilai r_{tabel}

Setelah keluar output dari pengujian menggunakan langkah – langkah tersebut, Keputusan pengujian validitas responden menggunakan taraf signifikansi sebagai berikut :

3. Nilai r dibandingkan dengan r tabel dengan $dk = n-2$ dan taraf signifikansi $\alpha = 0,05$
4. Item pertanyaan responden penelitian dikatakan valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$.
5. Item pertanyaan responden penelitian dikatakan tidak valid jika $r_{hitung} < r_{tabel}$

Dalam penelitian ini akan diuji validitas antara variabel X yaitu Website resmi yang dimiliki oleh Taman Nasional Gunung Gede Pangrango dengan variabel Y yaitu keputusan berkunjung. Perhitungan validitas item instrumen dilakukan dengan menggunakan program SPSS *Statistic 23 for windows*.

TABEL 3.4

HASIL UJI VALIDITAS WEBSITE DAN KEPUTUSAN BERKUNJUNG

No	Pernyataan	R hitung	Tingkat signifikasi	R tabel	Ket
Website (X)					
A Structure of Provided Information					
1	Ketersediaan berita elektronik mengenai TNGGP	0,751	0,000	0,361	Valid
2	Kemampuan Website dalam memberikan informasi mengenai TNGGP	0,441	0,015	0,361	Valid
3	Informasi yang diberikan dapat menambah wawasan wisatawan mengenai TNGGP	0,534	0,002	0,361	Valid
4.	Kemudahan mencari artikel mengenai informasi seputar TNGGP yang terdapat pada Website	0,632	0,000	0,361	Valid
B Website Design					
1	Kemenarikan desain Website TNGGP	0,648	0,000	0,361	Valid
2	Pentingnya ketersediaan fitur-fitur di dalam Website TNGGP	0,679	0,000	0,361	Valid
3	Kesesuaian desain Website dengan informasi yang diberikan	0,867	0,000	0,361	Valid
C Update Information Frequency					
1	Ketersediaan berita serta informasi terbaru mengenai TNGGP	0,764	0,000	0,361	Valid
2	Pentingnya informasi	0,732	0,000	0,361	Valid

Muhamad Rezil Anfirifa Putra, 2020

PENGARUH SITUS JARINGAN SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI DARING TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG WISATAWAN (SURVEY TERHADAP WISATAWAN TAMAN NASIONAL GUNUNG GEDE PANGRANGO)

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

3	yang diberikan TNGGP Kualitas informasi yang diberikan Website TNGGP	0,688	0,000	0,361	Valid
D Feedback					
1	Pentingnya ketersediaan webmail untuk mengirim serta menerima email antar pengunjung dan pengelola TNGGP	0,587	0,001	0,361	Valid
2	Kejelasan informasi kontak TNGGP yang terdapat pada Website	0,568	0,001	0,361	Valid
3	Pentingnya ketersediaan kontak informasi di website TNGGP	0,749	0,000	0,361	Valid
E User Guide					
1	Kemudahan dalam mengakses Website TNGGP	0,971	0,000	0,361	Valid
2	Pentingnya ketersediaan Online Booking di Website	0,881	0,000	0,361	Valid
3	Ketersediaan panduan prosedur perizinan mengenai TNGGP	0,971	0,000	0,361	Valid
Keputusan Berkunjung(Y)					
A Product Choice					
1	Kemenarikan TNGGP sebagai satu daya tarik wisata	0,698	0,000	0,361	Valid
2	Pentingnya Fasilitas yang dimiliki TNGGP	0,850	0,000	0,361	Valid
B Brand Choice					
1	Kepopuleran TNGGP sebagai tujuan wisata yang unggul dan	0,863	0,000	0,361	Valid

Muhamad Rezil Anfirifa Putra, 2020

PENGARUH SITUS JARINGAN SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI DARING TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG WISATAWAN (SURVEY TERHADAP WISATAWAN TAMAN NASIONAL GUNUNG GEDE PANGRANGO)

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

	menjadi panutan Taman Nasional di seluruh Indonesia				
2	Kesan TNGGP sebagai daya tarik wisata alam	0,793	0,000	0,361	Valid
C Dealer Choice					
1	Kestrategisan Lokasi TNGGP	0,861	0,000	0,361	Valid
2	Kemudahan akses ke TNGGP	0,821	0,000	0,361	Valid
D Purchase Timing					
1	Keinginan untuk berkunjung ke TNGGP pada saat weekday	0,709	0,000	0,361	Valid
2	Keinginan untuk berkunjung ke TNGGP pada saat weekend	0,464	0,000	0,361	Valid
3	Keinginan untuk berkunjung ke TNGGP pada saat hari libur/tahun baru	0,521	0,000	0,361	Valid
E Purchase Amount					
1	Keinginan untuk berkunjung kembali ke TNGGP	0,616	0,000	0,361	Valid
2	Frekuensi kunjungan ke TNGGP dalam kurun waktu satu tahun	0,444	0,000	0,361	Valid

Pengujian validitas pada *Website* (X) dan keputusan berkunjung (Y) memiliki hasil yang valid dikarenakan rhitung lebih besar dari 0,361. Adapun nilai tertinggi pada variabel *Website* yaitu pada dimensi *User Guide* di *item* pernyataan tingkat kemudahan dalam mengakses Website TNGGP dan pernyataan tingkat Ketersediaan panduan prosedur perizinan mengenai TNGGP yaitu sebesar 0,971. Sedangkan pada variabel keputusan berkunjung (Y) adanya nilai validitas tertinggi pada dimensi *brand choice* di *item* pernyataan

Kepopuleran TNGGP sebagai tujuan wisata yang unggul dan menjadi panutan Taman Nasional di seluruh Indonesia yaitu sebesar 0,863.

3.2.7.2 Hasil Uji Reabilitas

Suatu penelitian membutuhkan kuesioner yang terukur karena kuesioner merupakan indikator dari variabel yang diteliti. Pengujian reliabilitas dilakukan untuk mengetahui tingkat kestabilan alat ukur. Reliabilitas hasil ukur berhubungan dengan *sampling error* yaitu sejauh mana terjadi inkonsistensi hasil ukur apabila pengukuran dilakukan secara berulang pada kelompok yang berbeda (Wijaya, 2013 hlm. 115). Uma Sekaran (2013, :. 225) mengemukakan bahwa reabilitas merupakan cara pengujian mengenai seberapa konsisten alat ukur tersebut.

Adapun rumus yang digunakan untuk mengukur reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan uji *Cronbach Alpha* karena alternatif jawaban pada instrumen penelitian lebih dari dua. Rumusnya adalah sebagai berikut :

$$r_{11} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[\frac{1 - \sum \sigma b^2}{\sigma_1^2} \right]$$

Sumber : Husein Umar (2009 hlm.170)

Keterangan: r_{11} : Reliabilitas instrumen
 k : Banyaknya butir pertanyaan
 $\sum \sigma b^2$: Jumlah varian total
 σ_1^2 : Varian total

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

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

Keterangan: n : Jumlah responden
 x : Nilai skor yang dipilih (total nilai dari nomor-nomor pertanyaan)

Keputusan uji reliabilitas ditentukan dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Jika koefisien internal seluruh item $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ dengan tingkat signifikansi 5% maka item pertanyaan dikatakan reliabel.
2. Jika koefisien internal seluruh item $r_{hitung} < r_{tabel}$ dengan tingkat signifikansi 5% maka item pertanyaan dikatakan tidak reliabel.

TABEL 3.5
HASIL UJI REALIBILITAS WEBSITE DAN KEPUTUSAN BERKUNJUNG

No	Variabel	Cr	<i>alpha</i>	Ket
1	Website	0,868	0,70	Realibel
2	Keputusan Berkunjung	0,893	0,70	Realibel

Sumber: hasil pengolahan data, 2018

Variabel dapat dikatakan reliabel apabila r_{hitung} lebih besar dari *alpha*, sesuai dengan yang tertera pada tabel di atas bahwa variabel *Website* (X) adalah reliabel karena r_{hitung} lebih besar dari 0,70 yaitu sebesar 0,868. Variabel keputusan berkunjung juga merupakan realibel karena r_{hitung} lebih besar dari 0,70 yaitu sebesar 0,893.

3.2.8 Rancangan Analisis Data

Dalam penelitian ini akan digunakan beberapa metode analisis data untuk mengolah data yang diperoleh melalui analisis deskriptif dan verifikatif. Analisis deskriptif untuk variabel bersifat kualitatif, analisis deskriptif digunakan untuk melihat faktor penyebab sedangkan analisis verifikatif digunakan untuk pengujian hipotesis dengan menggunakan uji statistika.

Penelitian ini menggunakan kuesioner atau angket sebagai media peneliti untuk mengukur penelitian. Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala *likert*. Menurut Sugiyono (2013, hlm. 93), skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang tentang fenomena sosial. Dengan skala *likert* maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi *indicator variable*, kemudian variabel-variabel tersebut dijadikan titik tolak untuk menyusun item-item instrument yang berupa pernyataan, sedangkan untuk mengkategorikan hasil perhitungan digunakan kriteria penafsiran yang diambil dari 0% - 100% melalui bantuan alat statistik untuk mengolah data.

3.2.8.1 Rancangan Analisis Data Deskriptif

Analisis data deskriptif digunakan untuk melihat faktor penyebab yang bertujuan untuk mengubah kumpulan data menjadi informasi yang mudah lebih dipahami. Kumpulan data akan dianalisis dengan cara menggolongkan, mengklasifikasikan serta menginterpretasikan data-data yang sudah ada sehingga diperoleh gambaran umum mengenai variabel berdasarkan beberapa analisis sebagai berikut Menurut (Naresh K. Maholtra, 2009) :

1. Analisis frekuensi adalah distribusi matematika dengan tujuan memperoleh hitungan jumlah tanggapan terkait dengan nilai yang berbeda dari satu variabel dan dua variabel mengungkapkan jumlah dalam presentase
2. Analisis Cross Tabulation adalah teknik statistik yang menggambarkan dua atau lebih variabel secara bersamaan dan hasil dalam tabel yang mencerminkan distribusi gabungan dari dua atau lebih yang memiliki sejumlah kategori atau nilai-nilai yang berbeda

Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif untuk mendeskripsikan variabel-variabel penelitian diantara lain:

1. Analisis deskriptif tentang Website di Taman Nasional Gunung Gede Pangrango yang terdiri dari *Structure of Provided Information, Website Design, Update Information Frequency, Feedback, dan User Guide*
2. Analisis deskriptif tentang Keputusan berkunjung di Taman Nasional Gunung Gede Pangrango yang terdiri dari *product choice, brand choice, dealer choice, purchase amount dan purchase timing.*

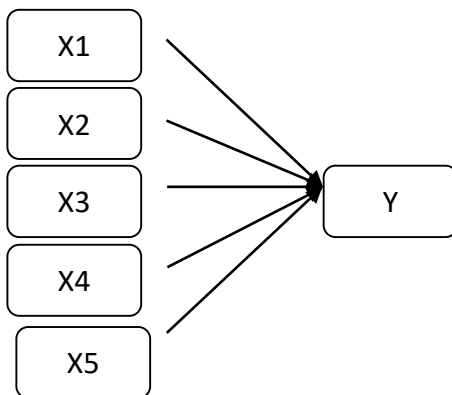
3.2.8.2 Pengujian Hipotesis

Pengujian Hipotesis dilakukan untuk membuktikan ada atau tidaknya hubungan kasual antara dua atau lebih variabel independen (X_1, X_2, X_3, X_4 dan X_5) terhadap variabel dependen (Y). Persamaan regresi linier dengan lima variabel bebas tersebut dirumuskan sebagai berikut:

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

Keterangan : Y = Subyek dalam variabel terikat yang diprediksikan
 a = harga Y bila $X = 0$
 b = koefisien regresi, yang menunjukkan angka peningkatan ataupun penurunan variabel terikat yang didasarkan pada variabel bebas. Bila $b (+)$ maka terjadi kenaikan, bila $b (-)$ maka terjadi penurunan.
 x = subyek pada variabel bebas yang mempunyai nilai tertentu X_1 (*Structure of Provided Information*), X_2 (*Website Design*), X_3 (*Update Information Frequency*), X_4 (*Feedback*), X_5 (*User Guide*) adalah variabel penyebab.

Analisis regresi berganda akan dilakukan bila jumlah variabel independen minimal dua atau lebih. Maka terlebih dahulu hipotesis yang menyatakan sub variable independen yang paling dominan terhadap variable dependen digambarkan dalam sebuah paradigma seperti gambar 3.1, sebagai berikut:



GAMBAR 3.1
REGRESI LINIER BERGANDA

Keterangan:

X_1 = *Structure of Provided Information*

X_2 = *Website Design*

X_3 = *Update Information Frequency*

Muhamad Rezil Anfirifa Putra, 2020

PENGARUH SITUS JARINGAN SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI DARING TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG WISATAWAN (SURVEY TERHADAP WISATAWAN TAMAN NASIONAL GUNUNG GEDE PANGRANGO)

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

$X_4 = \text{Feedback}$

$X_5 = \text{User Guide}$

$Y = \text{Keputusan Berkunjung}$

Teknik analisis regresi linier berganda dapat dilakukan berdasarkan langkah-langkah sebagai berikut:

a. Uji Asumsi Normalitas

Uji normalitas merupakan cara untuk melihat apakah nilai residual terdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik memiliki nilai residual terdistribusi normal. Syarat pertama untuk melakukan analisis regresi adalah normalitas, yaitu data sampel hendaknya memenuhi persyaratan distribusi normal. Untuk mengetahui apakah data yang digunakan berdistribusi normal atau tidak dapat menggunakan *normal probability plot*.

b. Uji Asumsi Multikolinearitas

Uji asumsi multikolinieritas bertujuan untuk melihat ada atau tidaknya korelasi yang tinggi antara variabel-variabel bebas dalam suatu model regresi linier berganda. Jika ada korelasi yang tinggi diantara variabel-variabel bebas, maka hubungan antara variabel bebas terhadap variabel terikat menjadi terganggu. Parameter yang sering digunakan untuk mendeteksi multikolinieritas adalah nilai VIF (*variance inflation factor*). Suatu regresi dikatakan terdeteksi multikolinieritas apabila nilai VIF menjauhi 1 dan kurang dari 10.

c. Uji Asumsi Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah untuk melihat apakah terdapat ketidak samaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap atau disebut homoskedastisitas. Suatu regresi dikatakan tidak terdeteksi heteroskedastisitas apabila diagram pencar residualnya tidak membentuk pola tertentu.

2. Analisis Korelasi

Analisis korelasi bertujuan untuk mencari hubungan antara dua variable atau lebih yang diteliti seperti variabel independen (X_1, X_2, X_3, X_4 dan X_5) terhadap variabel dependen (Y) secara serentak dan menunjukkan seberapa besar hubungan yang terjadi antara kedua variable

Muhamad Rezil Anfirifa Putra, 2020

PENGARUH SITUS JARINGAN SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI DARING TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG WISATAWAN (SURVEY TERHADAP WISATAWAN TAMAN NASIONAL GUNUNG GEDE PANGRANGO)

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

tersebut. Nilai R yaitu antara 0 sampai 1, maka jika nilai semakin mendekati 1 berarti hubungan yang terjadi semakin kuat, sebaliknya nilai semakin mendekati 0 maka hubungan yang terjadi semakin lemah.

3. Analisis Determinasi (R^2)

Analisis determinasi dalam regresi berganda digunakan untuk mengetahui persentase sumbangann pengaruh variabel independen (X_1, X_2, X_3, X_4 dan X_5) secara serentak terhadap variabel dependen (Y). Koefisien determinasi menyatakan besarnya kecilnya nilai variabel X terhadap Y . $R^2 = 0$, maka tidak ada sedikitpun presentasi sumbangan pengaruh yang diberikan variabel independen terhadap variabel dependen atau variasi variabel independen yang digunakan dalam model tidak menjelaskan sedikitpun variasi variabel dependen.

Hipotesis merupakan tahap terakhir dari analisis data yang bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan yang cukup jelas dan dapat dipercaya antara variabel bebas dengan variabel terikat. Pada akhirnya akan diambil suatu kesimpulan apakah H_0 ditolak atau H_1 diterima. Rancangan yang digunakan untuk hipotesis yang dilakukan adalah:

1. Secara Simultan

Pengujian simultan berfungsi untuk membuktikan bahwa variabel independen (X) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen (Y) secara serentak. Kriteria pengambilan keputusan untuk hipotesis yang diajukan adalah:

- a. Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak artinya X berpengaruh terhadap Y .
- b. Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 diterima artinya X tidak berpengaruh terhadap Y .

Rumusan hipotesisnya adalah sebagai berikut:

H_0 : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara *Website* yang terdiri dari *Structure of Provided Information, Website Design, Update Information Frequency, Feedback dan User Guide* terhadap keputusan berkunjung.

H_a : Terdapat pengaruh yang signifikan antara *Website* terdiri dari *Structure of Provided Information, Website Design, Update Information Frequency, Feedback dan User guide* terhadap keputusan berkunjung.

2. Secara Parsial

Kriteria pengambilan keputusan untuk hipotesis yang diajukan adalah sebagai berikut:

- a. Jika $\text{sig} < 0,005$, maka artinya terdapat pengaruh antara *Structure of provided information* terhadap keputusan berkunjung.
Jika $\text{sig} > 0.005$, maka artinya tidak terdapat pengaruh antara *Structure of provided information* terhadap keputusan berkunjung.
- b. Jika $\text{sig} < 0,005$, maka artinya terdapat pengaruh antara *Website Design* terhadap keputusan berkunjung.
Jika $\text{sig} > 0.005$, maka artinya tidak terdapat pengaruh antara *Website Design* terhadap keputusan berkunjung.
- c. Jika $\text{sig} < 0,005$, maka artinya terdapat pengaruh antara *Update Information Frequency* terhadap keputusan berkunjung.
Jika $\text{sig} > 0.005$, maka artinya tidak terdapat pengaruh antara *Update Information Frequency* terhadap keputusan berkunjung.
- d. Jika $\text{sig} < 0,005$, maka artinya terdapat pengaruh antara *Feedback* terhadap keputusan berkunjung.
Jika $\text{sig} > 0.005$, maka artinya tidak terdapat pengaruh antara *Feedback* terhadap keputusan berkunjung.
- e. Jika $\text{sig} < 0,005$, maka artinya terdapat pengaruh antara *User Guide* terhadap keputusan berkunjung.
Jika $\text{sig} > 0.005$, maka artinya tidak terdapat pengaruh antara *User Guide* terhadap keputusan berkunjung.