

## **BAB III**

### **OBJEK DAN METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Objek dan Subjek Penelitian**

Objek penelitian adalah salah satu faktor yang tidak dapat dipisahkan dari suatu penelitian. Menurut Suharsini Arikunto (1998: 15) “Objek penelitian adalah variabel atau apa yang menjadi titik perhatian suatu penelitian, sedangkan subjek penelitian merupakan tempat dimana variabel melekat”. Subjek penelitian ini adalah wisatawan muslim di biro perjalanan wisata CV. Siliwangi Jaya Wisata.

#### **3.2 CV. Siliwangi Jaya Wisata**

##### **3.2.1 Sejarah Perusahaan**

Berawal dari kegiatan mahasiswa yang bergerak di bidang perjalanan wisata di Program Studi Manajemen Pemasaran Pariwisata UPI Bandung mendirikan Manajemen Pariwisata (Manpar) Wisata Tour & Travel pada tahun 2007. Manpar Wisata ini merupakan salah satu unit bisnis mahasiswa dibawah naungan HIMA MPP. Tujuan diadakan unit bisnis ini diperuntukan kepada mahasiswa agar bisa mempelajari enterpreneship dan memajukan kepariwisataan di Indonesia. Di tahun 2008 barulah mereka mempelajari dan memberanikan diri untuk mendirikan perusahaan yaitu Manpar Siliwangi Holiday Tour & Travel sebagai perusahaan komersial dengan produk yang ditawarkan berupa pelayanan jasa berbentuk paket wisata, transport service, ticketing pesawat dan reservasi hotel. Sejalan waktu terjadi perubahan nama dan logo, hingga sekarang yang akan ditetapkan adalah Siliwangi Holiday sebagai nama perusahaan.

##### **3.2.2 Detail perusahaan**

Nama Perusahaan ini yaitu CV. Siliwangi Jaya Wisata dengan brand Siliwangi Holiday atau Siholl Tourism. No NPWP Perusahaan 31.627.003.2-428.000. No SIUP Perusahaan 510/1- /309 – BPPT. No TDP Perusahaan 101134622415. Perusahaan ini beralamat di Kp. Citepus III No. 12 RT 08 RW 10 Cicendo – Pajajaran Bandung, dan memiliki kantor pusat di Jln. Cilentah No 11 A, Bandung Jawa Barat –

**Wisnaeni Nurhidayati, 2018**

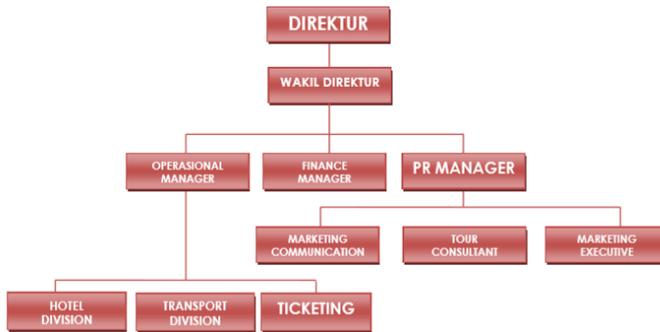
***Persepsi Wisatawan Muslim Terhadap Atribut Perjalanan Wisata Halal Pada Konsumen CV. Siliwangi Jaya Wisata***

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

Indonesia. Sedangkan kantor Cabang di Jln. Perusahaan No 06 Jajar Singosari, Malang Jawa Timur – Indonesia. No. Telp & Fax perusahaan 022 730 7249 / 022 730 7249. Jasa Siliwangi holiday (JSH) juga memiliki kontak di media sosial seperti E-mail siliwangiholiday@gmail.com, web www.siliwangiholiday.com, facebook dengan nama sihollltourismtransport, twitter @sihollltourism, you tube chanel Siliwangi Holiday, dan instagram siliwangiholiday.

### 3.2.3 Stuktur dan Jabatan Periode 2012 – 2018

JSH dalam manajemen Sumber Daya Manusia (SDM) memiliki struktur organisasi yaitu, sebagai berikut :



Sumber : Siliwangi Holiday

**Gambar 3. 1 Struktur Organisasi**

Direktur pada perusahaan ini yaitu Handes Jalu Atmanto, S.Par yang bertugas memimpin, membuat kebijakan-kebijakan, dan mengawasi tugas dari karyawan dan wakil direktur. Wakil direktur Tia Aliana Nurwantika, S.Par membantu direktur dalam menjalankan tugas-tugasnya, mengkoordinasi manager dalam menjalankan fungsinya, dan mengkoordinasi peningkatan kualitas dan kuantitas SDM. Operational Manager Yogi Adhitya Pratama bertugas mengelola dan meningkatkan efektivitas dan efisiensi perusahaan. PR Manager Agung Setia bertugas menjaga hubungan baik dengan relasi-relasi perusahaan, mempromosikan perusahaan, dan menciptakan dan memelihara citra yang baik dan menguntungkan bagi perusahaan. Finance Manager Lala bertugas mengelola fungsi akuntansi dalam memproses data dan

**Wisnaeni Nurhidayati, 2018**

**Persepsi Wisatawan Muslim Terhadap Atribut Perjalanan Wisata Halal Pada Konsumen CV. Siliwangi Jaya Wisata**

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

informasi keuangan untuk menghasilkan laporan keuangan yang dibutuhkan perusahaan secara akurat dan tepat waktu. Marketing Communication Sendi Firman, S.Pd dan Mochammad Nugraha bertugas melakukan promosi, pembuatan iklan, pemasaran langsung, dan menjalin hubungan dengan pihak lain. Marketing Executive Candrika Ihza isbaya bertugas mempertahankan klien, mencapai target perusahaan, dan bisa mewakili perusahaan dalam menjaga hubungan dengan klien. Tour Consultant Alifian Farhani, S.Par bertugas mengatur rencana perjalanan klien, memberikan berbagai informasi tentang paket perjalanan, dan mengkonfirmasi pemesanan klien. Hotel Division Teguh Airlines bertugas mengkoordinasikan dengan hotel atau penginapan, dan mengonfirmasikan pemesanan klien terhadap hotel atau penginapan. Ticketing Division Arry Muhammad bertugas mengkoordinasikan dengan tempat destinasi wisata, dan mengkonfirmasi pemesanan klien terhadap tempat destinasi wisata. Transport Division Dida bertugas mengkoordinasikan dengan pihak penyedia jasa transportasi, dan mengonfirmasikan pemesanan klien terhadap jasa tersebut.

### 3.2.4 Logo Perusahaan

Logo JSH yang di pakai saat ini yaitu seperti pada gambar 3.2 :



**Gambar 3. 1 Logo Siliwangi Holiday**

Penjelasan dari logo tersebut adalah sebagai berikut :

- Lambang Maung ( Bahasa Sunda ) dalam bahasa Indonesia adalah Harimau yang diartikan bahwa perusahaan kami mengadopsi dari sifat harimau yaitu gagah, berani dan pantang menyerah menghadapi segala rintangan dan halangan. Selain itu Harimau sendiri adalah raja hutan dimana perusahaan kami bercita-cita sebagai perusahaan yang menjadi tolak ukur dari perusahaan – perusahaan lain.

**Wisnaeni Nurhidayati, 2018**

***Persepsi Wisatawan Muslim Terhadap Atribut Perjalanan Wisata Halal Pada Konsumen CV. Siliwangi Jaya Wisata***

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

- Gambar Garis yang melengkung menuju ke bundar diharapkan perusahaan kami dapat berkembang pesat dengan cakupan yang sangat luas.
- Nama perusahaan Siliwangi Holiday diambil dari kata Prabu Siliwangi yang merupakan salah satu nama raja di tatar Pasundan (Jawa Barat) yang sesuai dengan domisili perusahaan kami yaitu di Jawa Barat tepatnya di Bandung. Sedangkan kata Holiday diambil dari bahasa Inggris yang diartikan dalam bahasa Indonesia yaitu liburan dimana perusahaan kami bergerak dalam bidang jasa khususnya kepariwisataan.
- Arti dari warna dominan warna ungu yang salah satu maknanya adalah kepercayaan yang dalam, dimana perusahaan kami berkomitmen dalam masalah kepercayaan baik kepada pelanggan ataupun stakeholders. Karena kepercayaan merupakan salah satu tolak ukur keberhasilan dari kami.
- Sedangkan warna abu-abu yang salah satu maknanya adalah profesionalitas. Dimana perusahaan kami selalu menjunjung profesionalitas dalam segala bentuk kerja kami.

### 3.2.5 Visi Perusahaan

Perusahaan ini memiliki visi sebagai berikut :

“Menjadi salah satu perusahaan yang terdepan dalam bidang Kepariwisataan khususnya Kepariwisataan Indonesia.”

### 3.2.6 Misi Perusahaan

Misi dari perusahaan ini adalah :

- Memberikan pelayanan yang prima kepada pelanggan dari berbagai bidang
- Sebagai mitra kerja yang dapat dipercaya dan kompeten dalam bidang kepariwisataan
- Membangun jaringan kerjasama untuk menumbuhkan kepariwisataan di Indonesia
- Memberikan produk yang inovasi, kreatif dan berbeda dari segi pelayanan ataupun segi lainnya.

**Wisnaeni Nurhidayati, 2018**

***Persepsi Wisatawan Muslim Terhadap Atribut Perjalanan Wisata Halal Pada Konsumen CV. Siliwangi Jaya Wisata***

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

### 3.2.7 Tujuan Perusahaan

Adapun tujuan di dirikannya usaha ini yaitu :

1. Tujuan Jangka Pendek Tujuan jangka pendek dari perusahaan ini adalah memenuhi segala permintaan customer, memberikan pelayanan yang terbaik, dan menumbuhkan loyalitas kepada para pelanggan kami.
2. Tujuan Jangka Menengah Tujuan jangka menengah dari perusahaan ini adalah memperluas pangsa pasar, membangun jaringan lokal dalam unit bisnis yang sama dan membina relasi yang lebih baik dengan stakeholder perusahaan kami.
3. Tujuan Jangka Panjang Tujuan jangka panjang dari perusahaan ini adalah memperluas unit bisnis, seperti PO. Bus, Hotel dan bidang lainnya yang berhubungan dengan pariwisata.

### 3.2.8 Bidang Usaha Perusahaan

Unit usaha yang akan dirintis oleh perusahaan Siliwangi Holiday yaitu usaha yang bergerak dalam bidang biro perjalanan wisata & PO Bus Pariwisata. Nama yang akan diusung pada unit usaha ini adalah Siliwangi Holiday Tour Operator Service. Unit usaha ini menawarkan produk paket wisata dalam negeri ataupun mancanegara, *ticketing airlines, hotel reservation, tourist bus, shuttle transportation* dan MICE. Slogan dari Siliwangi Holiday Tour Operator Service sendiri adalah *“satisfy your holiday”* dimana mereka berkomitmen memberikan kepuasan dengan produk dan jasa yang ditawarkan. Kepuasan pelanggan merupakan tolak ukur kesuksesan perusahaan.

### 3.3 Metode Penelitian

Metodologi merupakan kerangka teoritis yang digunakan untuk menganalisis, mengerjakan dan mengatasi permasalahan yang dihadapi. Dengan demikian metodologi penelitian adalah cara dan prosedur ilmiah yang diterapkan untuk melaksanakan penelitian, mulai dari menentukan variabel, menentukan populasi, menentukan sampel, mengumpulkan data, mengolah data dan penyusunan dalam laporan tertulis.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Menurut Sugiyono (2010: 14) metode penelitian kuantitatif dapat diartikan

**Wisnaeni Nurhidayati, 2018**

***Persepsi Wisatawan Muslim Terhadap Atribut Perjalanan Wisata Halal Pada Konsumen CV. Siliwangi Jaya Wisata***

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

sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivism, digunakan untuk meneliti pada sampel atau populasi tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara acak, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistic dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

### 3.4 Operasional Variabel

Variabel merupakan oprasionalisasi sebuah konsep agar dapat diteliti secara empiris. Pada dasarnya variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut. Kemudian dilakukan penarikan kesimpulan.

Setiap variabel yang diteliti dapat dikelompokkan dalam konsep variabel. Terdapat tiga konsep variabel, yaitu :

- a. Konsep teoritis adalah penjabaran sifat variabel secara umum.
- b. Konsep empiris adalah penjabaran dan pengoperasionalan variabel yang dikembangkan dari konsep teoritis.
- c. Konsep analitis adalah penjelasan darimana data yang diperoleh.

Agar penelitian ini dapat mengukur variabel-variabel penelitian dengan tepat, maka perlu dibuat indikator-indikator yang dapat secara valid dan reliabel mengukur variabel penelitian. Model skala pengukuran yang digunakan untuk mengukur variabel penelitian ini adalah dengan menggunakan skala Ordinal.

**Tabel 3. 1 Operasional Variabel**

Variabel	Konsep Teoritis	Konsep Empiris	Konsep Analitik	Skala	No
Persepsi Wisatawan (Y)	Wisatawan dalam mengunjungi tujuan wisata akan mempelajari informasi melalui iklan, buku, maupun kerabat. Apabila belum sesuai dengan keinginannya, maka ia akan mencari alternatif lain. (Nieamah, 2014)	Persepsi wisatawan meliputi aspek : <ul style="list-style-type: none"> <li>• Informasi yang diperoleh</li> <li>• Analisis destinasi wisata</li> <li>• Pemabndingnya dengan terhadap biro perjalanan wisata lain yang sejenis. (Nieamah, 2014)</li> </ul>	Data di peroleh dari wisatawan yang merupakan konsumen CV. Siliwangi Jaya Wisata menggunakan Likert meliputi : <ul style="list-style-type: none"> <li>• Informasi yang diperoleh</li> <li>• Analisis destinasi wisata</li> <li>• Pembandingnya dengan destinasi lain yang sejenis</li> </ul>	Ordinal	1
					2
					3

**Wisnaeni Nurhidayati, 2018**

***Persepsi Wisatawan Muslim Terhadap Atribut Perjalanan Wisata Halal Pada Konsumen CV. Siliwangi Jaya Wisata***

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

<b>Akomodasi (X<sub>1</sub>)</b>	Pengertian akomodasi Secara umum adalah penyediaan jasa untuk kegiatan pariwisata baik dalam penyediaan bangunan untuk Penginapan, fasilitas pendukungnya seperti restoran, hiburan dan fasilitas lain yang dikelola secara komersial. (Yakub (2001))	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Akomodasi hotel harus nyaman</li> <li>• Fasilitas hotel /penginapan harus memuaskan (Regavan et al (2014))</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Akomodasi hotel/penginapan harus nyaman</li> <li>• Fasilitas hotel/penginapan harus memuaskan</li> </ul>	Ordinal	4 5
<b>Makanan (X<sub>2</sub>)</b>	Makanan merupakan salah satu kebutuhan pokok manusia untuk dapat melangsungkan kehidupan selain kebutuhan sandang dan perumahan. (Departemen Kesehatan Republik Indonesia (2004))	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Harus ada berbagai macam makanan</li> <li>• Kualitas makanan harus memuaskan (Regavan et al (2014))</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Harus ada berbagai macam makanan</li> <li>• Kualitas makanan harus memuaskan</li> <li>• Makanan bersertifikat halal</li> </ul>	Ordinal	6 7 8
<b>Iklim dan Citra (X<sub>3</sub>)</b>	Iklim merupakan keadaan rata-rata cuaca di satu daerah yang cukup luas dan dalam kurun waktu yang cukup lama, minimal 30 tahun, yang sifatnya tetap (Tjasyono, 2004). citra adalah cara bagaimana pihak lain memandang sebuah perusahaan, seseorang, suatu komite, atau suatu aktivitas. (Katz dalam Soemirant dan Elvinaro Ardianto (2007))	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Adaptasi terhadap iklim dan cuaca</li> <li>• Tempat yang aman untuk dikunjungi (Regavan et al (2014))</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Adaptasi terhadap iklim dan cuaca</li> <li>• Tempat yang aman untuk dikunjungi</li> </ul>	Ordinal	9 10
<b>Budaya (X<sub>4</sub>)</b>	Budaya adalah suatu kompleks yang meliputi pengetahuan, keyakinan, seni, moral, adat-istiadat serta kemampuan dan kebiasaan lain yang dimiliki manusia sebagai bagian masyarakat. (Hawkins (2012))	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Memiliki campuran budaya Timur dan Barat</li> <li>• Harus ada acara-acara budaya yang menarik (Regavan et al (2014))</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Memiliki budaya timur</li> <li>• Memiliki kearifan lokal</li> </ul>	Ordinal	11 12
<b>Harga (X<sub>5</sub>)</b>	Sejumlah uang yang di bebaskan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut. (Kotler & Armstrong (2001))	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Harga untuk akomodasi hotel harus masuk akal</li> <li>• Harga untuk komoditas harus masuk akal</li> <li>• Harga makanan harus masuk akal</li> <li>• Harga tiket pesawat harus masuk akal (Regavan et al (2014))</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Harga Paket wisata yang di tawarkan harus rasional</li> </ul>	Ordinal	13
<b>Variabel</b>	<b>Konsep Teoritis</b>	<b>Konsep Empiris</b>	<b>Konsep Analitik</b>	<b>Skala</b>	<b>No</b>
<b>Kesadaran terhadap produk halal (X<sub>6</sub>)</b>	Konsep produk atau makanan halal sekarang menjadi perbincangan di seluruh dunia karena pengakuannya sebagai	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Keyakinan Agama</li> <li>• Sertifikat halal</li> <li>• <i>Teaching</i></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Keyakinan Agama</li> <li>• Sertifikat halal</li> <li>• <i>Teaching</i></li> </ul>	Ordinal	14 15 16

**Wisnaeni Nurhidayati, 2018**  
**Persepsi Wisatawan Muslim Terhadap Atribut Perjalanan Wisata Halal Pada Konsumen CV. Siliwangi Jaya Wisata**  
 Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu |  
 perpustakaan.upi.edu

	<p>patokan alternatif untuk keamanan, kebersihan, dan jaminan kualitas dari apa yang kita konsumsi atau minum setiap hari. Dengan demikian produk atau makanan yang diproduksi sesuai dengan resep halal dapat di terima oleh konsumen muslim dan non-muslim. (Ambali &amp; Bakar (2014))</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Exposure</i> Kesehatan (Ambali &amp; Bakar (2014))</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Exposure</i> Kesehatan</li> </ul>	17
--	---	---	---	----

*Sumber : data diolah penulis,2018*

### 3.5 Populasi dan Teknik Penarikan Sampel

#### 3.5.1 Populasi

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan populasi atau sampel. Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas : obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. (Sugiyono, 2002, hlm 72). Namun ada pula pengertian menurut Nawawi (2004:38) bahwa populasi adalah totalitas semua nilai yang mungkin, baik hasil menghitung ataupun pengukuran kuantitatif maupun kualitatif pada karakteristik tertentu mengenai sekumpulan objek yang lengkap. Pada Penelitian ini yang menjadi populasi adalah wisatawan CV. Siliwangi Jaya Wisata tujuan destinasi wisata Kota Bandung dengan kriteria usia 17 tahun ke atas.

Usia tersebut dibagi menjadi lima kelompok usia. Usia kelompok tersebut adalah usia 17-22 tahun, usia 23-28 tahun, usia 29-34 tahun, 35-40 tahun, usia 40 tahun keatas. Alasan pembatasan usia tersebut kelompok usia 16 tahun kebawah dikhawatirkan tidak mengerti maksud dari kuesioner penulis, sehingga jawaban yang diberikan belum tentu sesuai dengan keadaan.

#### 3.5.2 Teknik Sampling

Teknik sampling adalah teknik pengambilan sampel. Untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian, terdapat berbagai teknik sampling yang digunakan (sugiyono,2002, hlm 73). Menurut Arikunto (2006:131) mengatakan bahwa sampel adalah bagian dari populasi (sebagian atau wakil populasi yang diteliti). Sampel

**Wisnaeni Nurhidayati, 2018**

***Persepsi Wisatawan Muslim Terhadap Atribut Perjalanan Wisata Halal Pada Konsumen CV. Siliwangi Jaya Wisata***

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

penelitian adalah sebagian populasi yang diambil sebagai sumber data dan dapat mewakili seluruh populasi.

Peneliti menggunakan teori dari Isaac dan Michael dengan tingkat kesalahan 5%. Rumus untuk menghitung ukuran sampel dari populasi yang tidak diketahui jumlahnya adalah sebagai berikut :

$$s = \frac{\lambda^2 \cdot N \cdot P \cdot Q}{d^2(N-1) + \lambda^2 \cdot P \cdot Q}$$

$$\frac{5\% \cdot N \cdot P \cdot Q}{d^2(440-1) + \lambda^2 \cdot P \cdot Q} = 195$$

Keterangan :

- $\lambda^2$  = Taraf kesalahan  
 s = Jumlah sampel  
 N = Populasi

### 3.6 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah kegiatan pencatatan dan pengambilan data terhadap peristiwa-peristiwa atau suatu hal dan keterangan yang merupakan sebagian atau keseluruhan dari elemen populasi yang mana akan menunjang atau mendukung penelitian. Teknik pengumpulan data yang dilakukan penulis untuk memperoleh data yang dibutuhkan, yaitu :

- a. Penelitian kepustakaan  
 Teknik mengumpulkan data yang di pergunakan untuk memperoleh data secara teoritis dengan mempelajari buku-buku, catatan kuliah.
- b. Observasi/survei  
 Observasi adalah cara untuk mendapatkan suatu data yang diperlukan oleh penulis dengan melakukan pengamatan dan pencatatan langsung sehingga diperoleh kebenaran data.
- c. Kuisisioner/angket  
 Teknik ini dengan cara mengajukan daftar pernyataan tertulis dalam suatu daftar pernyataan kepada responden.

**Wisnaeni Nurhidayati, 2018**

***Persepsi Wisatawan Muslim Terhadap Atribut Perjalanan Wisata Halal Pada Konsumen CV. Siliwangi Jaya Wisata***

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

### 3.7 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data merupakan suatu cara yang dilakukan untuk mengukur, mengolah dan menganalisa data yang telah didapat melalui metode yang dilakukan penulis sebelumnya. Tujuan pengolahan data adalah untuk memberikan keterangan yang nantinya akan berguna pada saat menentukan dan menarik kesimpulan.

Pada penelitian ini penulis menggunakan teknik kuesioner yang akan dibagikan kepada 195 responden. Kuisisioner tersebut memuat 17 pernyataan mengenai persepsi wisatawan muslim terhadap atribut perjalanan wisata halal di biro perjalanan wisata CV. Siliwangi Jaya Wisata. Penilaian terhadap pernyataan pada kuesioner menggunakan skala ordinal.

### 3.8 Pengujian Data

Setelah data diperoleh dari lapangan, langkah selanjutnya adalah pengujian data. Terdapat beberapa pengujian yang akan dilakukan penulis. Pengujian-pengujian tersebut adalah sebagai berikut :

#### 3.8.1 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui apakah data yang digunakan valid atau tidak. Menurut Sugiono (2010, hal 173) “instrument yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid”.

Untuk menguji apakah instrument yang digunakan valid atau tidak dapat diketahui dengan menggunakan rumus *Korelasi Product Moment* dari Karl Pearson.

Rumusnya adalah :

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

Sumber : Sugiyono (2007, hal 213)

Keterangan :

r = Koefisien item validitas yang dicari

n = Banyaknya responden

x = 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

**Wisnaeni Nurhidayati, 2018**

***Persepsi Wisatawan Muslim Terhadap Atribut Perjalanan Wisata Halal Pada Konsumen CV. Siliwangi Jaya Wisata***

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

$\sum Y^2$  = Jumlah kuadrat dalam skor distribusi Y

No	Variabel	Hasil $r_{hitung}$	Hasil $r_{tabel}$	Keterangan
1	Persepsi Wisatawan (Y)	0,929	0,361	Valid
2		0,937	0,361	Valid
3		0,930	0,361	Valid
4	Akomodasi ( $X_1$ )	0,964	0,361	Valid

Setelah di dapat nilai r hitung langkah selanjutnya adalah membandingkan nilai r hitung dengan r tabel dengan ketentuan seperti berikut :

- a. Jika nilai r hitung lebih besar atau sama dengan ( $\geq$ ) dari r tabel, maka item instrument dinyatakan valid.
- b. Jika nilai r hitung lebih kecil ( $<$ ) dari nilai r tabel, maka item instrument tidak valid.

Penghitungan uji validitas dilakukan dengan menggunakan program SPSS 16. Hasil penghitungan disajikan dalam Tabel 3.2 yaitu Tabel Hasil Analisis Validitas.

**Tabel 3. 2 Tabel Hasil Analisis Validitas**

**Wisnaeni Nurhidayati, 2018**

***Persepsi Wisatawan Muslim Terhadap Atribut Perjalanan Wisata Halal Pada Konsumen CV. Siliwangi Jaya Wisata***

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

5		0,958	0,361	Valid
6	Makanan (X <sub>2</sub> )	0,907	0,361	Valid
7		0,962	0,361	Valid
8		0,815	0,361	Valid
9		Iklim dan Citra (X <sub>3</sub> )	1,000	0,361
10	1,000		0,361	Valid
11	Budaya (X <sub>4</sub> )	0,918	0,361	Valid
12		0,933	0,361	Valid
13	Harga (X <sub>5</sub> )	1,000	0,361	Valid
14	Kesadaran Terhadap Produk Halal (X <sub>6</sub> )	0,749	0,361	Valid
15		0,942	0,361	Valid
16		0,906	0,361	Valid
17		0,909	0,361	Valid

*Sumber : Hasil Pengolahan Data, 2018*

Data diatas menunjukkan bahwa semua data yang diperoleh dari kuesioner kepada wisatawan yang telah dibuat oleh penulis valid.

### 3.8.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk menguji konsistensi instrument. Menurut Sugiyono (2009, hal 365) “pengujian reliabilitas dengan teknik Alfa Cronbach dilakukan untuk jenis data interval/essay”.

Rumus tersebut adalah :

ket : K = mean kuadrat antara subjek

$\sum si^2$  = mean kuadrat kesalahan

$Si^2$  = varians total

$$r_i = \frac{k}{(k-1)} \left\{ 1 - \frac{\sum si^2}{s_t^2} \right\}$$

Rumus untuk mencari varians total dan varian item adalah sebagai berikut :

$$s_t^2 = \frac{\sum x_t^2}{n} - \frac{(\sum x_t)^2}{n^2}$$

Rumus varians total

$$s_i^2 = \frac{JK_i}{n} - \frac{JK_s}{n^2}$$

Rumus Varians Item

Dimana :

$JK_i$  = Jumlah kuadrat seluruh item

$JK_s$  = Jumlah kuadrat subjek

Setelah nilai r didapat langkah selanjutnya adalah membandingkan nilai r. Jika  $r_{hitung}$  lebih besar dari  $r_{tabel}$  maka data tersebut reliabel dan dapat digunakan untuk penelitian.

**Wisnaeni Nurhidayati, 2018**

**Persepsi Wisatawan Muslim Terhadap Atribut Perjalanan Wisata Halal Pada Konsumen CV. Siliwangi Jaya Wisata**

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

Penghitungan uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan program SPSS 16. Hasil penghitungannya disajikan dalam tabel 3.3 yaitu Tabel Hasil Analisis Reliabilitas.

**Tabel 3. 3 Hasil Analisis Reliabilitas**  
**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.925	17

*Sumber : Hasil Pengolah Data 2018*

Berdasarkan hasil penghitungannya, nilai  $r_{hitung}$  0,925 dan nilai  $r_{tabel}$  0,361 maka nilai  $r_{hitung}$  lebih besar dari  $r_{tabel}$ . Hal itu berarti variabel yang diujikan reliabel (konsisten).

### 3.9 Method of Successive Interval (MSI)

Karena penelitian ini menggunakan data ordinal seperti dijelaskan dalam operasional variabel sebelumnya, maka semua data ordinal yang terkumpul terlebih dahulu akan ditransformasi menjadi skala interval dengan menggunakan *Method of Successive Interval* (Harun Al Rasyid, 1994:131 dalam Solihat 2013:68). Langkah-langkah untuk melakukan transformasi data tersebut adalah sebagai berikut:

- Menghitung frekuensi (f) setiap pilihan jawaban, berdasarkan hasil jawaban responden pada setiap pernyataan.
- Berdasarkan frekuensi yang diperoleh untuk setiap pernyataan, dilakukan penghitungan proporsi (p) setiap pilihan jawaban dengan cara membagi frekuensi (f) dengan jumlah responden.
- Berdasarkan proporsi tersebut untuk setiap pernyataan, dilakukan penghitungan proporsi kumulatif untuk setiap pilihan jawaban.
- Menentukan nilai batas Z (tabel normal) untuk setiap pernyataan dan setiap pilihan jawaban.
- Menentukan nilai interval rata-rata untuk setiap pilihan jawaban melalui persamaan berikut:

$$\text{Scale Value} = \frac{(\text{Dencyity at Lower Limit}) - (\text{Dencyity at Upper Limit})}{\dots}$$

**Wisnaeni Nurhidayati, 2018**

***Persepsi Wisatawan Muslim Terhadap Atribut Perjalanan Wisata Halal Pada Konsumen CV. Siliwangi Jaya Wisata***

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

(Area Below Upper Limit) - (Area Below Lower Limit)

Data penelitian yang sudah berskala interval selanjutnya akan ditentukan pasangan data variabel bebas dengan variabel selanjutnya akan ditentukan persamaan yang berlaku untuk pasangan-pasangan tersebut.

### 3.10 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui variabel bebas dan variabel terikat dalam model regresi memiliki distribusi normal. Salah satu cara untuk mengetahuinya yaitu dengan analisis grafik histogram dan grafik P-Plot yang membandingkan antara data observasi dengan distribusi yang mendekati normal. (Ghozoali, 2001)

Uji normalitas dapat dapat diketahui melalui nilai rata-rata residual yang mendekati 0 (nol) dan nilai varian yang mendekati 1 (satu) pada histogram dan ditandai dengan pola histogram juga membentuk lonceng. Selain itu juga dapat diketahui melalui pola persebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik normal P-Plot. Apabila pola persebaran data berada di sekitar garis diagonal dan searah dengan arah grafis diagonal normal P-Plot, maka model regresi telah memenuhi asumsi normalitas.

### 3.11 Analisis Data

#### 3.11.1 Analisis Regresi Linear Berganda

Menurut Sudrajat dan Suwaji (2018 : 59) menyatakan bahwa analisis regresi linear berganda merupakan hubungan linear antara dua atau lebih variabel bebas dengan variabel terikat. Dia mengatakan Analisis regresi linear berganda merupakan hubungan secara linear antara dua atau lebih variabel independen ( $X_1, X_2, \dots, X_n$ ) dengan variabel terikat ( $Y$ ). analisis ini untuk mengetahui arah antara variabel independen dengan variabel dependen berhubungan positif atau negative dan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan. Regresi linear berganda dapat diketahui melalui persamaan regresi linear berganda sebagai berikut.

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \dots + b_nX_n$$

Dimana:

$Y$  = Variabel dependen (nilai yang terikat)

$X_1, X_2, X_n$  = Variabel independen

**Wisnaeni Nurhidayati, 2018**

***Persepsi Wisatawan Muslim Terhadap Atribut Perjalanan Wisata Halal Pada Konsumen CV. Siliwangi Jaya Wisata***

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

- a = Konstanta (nilai Y apabila  $X_1, X_2, \dots, X_n = 0$ )  
 b = Koefisien regresi (nilai peningkatan ataupun penurunan)

### 3.11.2 Uji t

Uji t dilakukan untuk menguji bahwa variabel independen secara parsial mempengaruhi variabel yang dependen. Uji t dapat dilakukan dengan cara membandingkan  $t_{hitung}$  dengan  $t_{tabel}$  dengan  $\alpha = 0,05$ . Hasil penghitungannya dapat diartikan dengan ketentuan sebagai berikut :

- Jika nilai  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$ , berarti menolak  $H_0$  dan menerima  $H_a$  yang berarti signifikan.
- Jika nilai  $t_{hitung}$  lebih kecil dari  $t_{tabel}$ , berarti menerima  $H_0$  dan menolak  $H_a$  yang berarti tidak signifikan.

### 3.11.3 Uji F

Uji F digunakan untuk menguji bahwa keseluruhan variabel independent memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependent. Uji F dapat dilakukan dengan cara membandingkan hasil  $F_{hitung}$  dengan  $F_{tabel}$  dengan  $\alpha = 0,05$ . Hasil penghitungannya dapat diartikan dengan ketentuan sebagai berikut :

- Jika nilai  $F_{hitung}$  lebih besar dari nilai  $F_{tabel}$ , berarti menolak  $H_0$  dan menerima  $H_a$  yang berarti signifikan.
- Jika nilai  $F_{hitung}$  lebih kecil dari nilai  $F_{tabel}$ , berarti menerima  $H_0$  dan menolak  $H_a$  yang berarti tidak signifikan.

### 3.11.4 Korelasi

Menurut Kurniawan dan Budi (2016 : 19) menyebutkan bahwa, “Analisis korelasi bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya hubungan antar variabel dan keeratan hubungannya”. Hubungan antar variabel dapat bernilai positif dan negatif, serta 0 (nol) apabila tidak memiliki hubungan sama sekali. Kuatnya hubungan antar variabel dapat dinyatakan dengan besarnya nilai koefisien korelasi ( $r$ ) pada fungsi linear. Korelasi linear terletak diantara -1 dan 1 ( $-1 \leq r \leq 1$ ). Purwoto (2007 : 12) Koefisien korelasi dinatara kedua variabel apabila memiliki

**Wisnaeni Nurhidayati, 2018**

***Persepsi Wisatawan Muslim Terhadap Atribut Perjalanan Wisata Halal Pada Konsumen CV. Siliwangi Jaya Wisata***

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

nilai  $r$  positif maka bersifat searah, dan sebaliknya apabila nilai  $r$  negatif maka bersifat berlawanan arah. Untuk menghitung korelasi, dapat menggunakan rumus berikut ini:

Dimana:

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

$r_{xy}$  = Koefisien korelasi antara skor butir dengan skor total

$n$  = Jumlah responden

$X$  = Skor butir pada nomor butir ke-1

$Y$  = Skor total responden

**Tabel 3. 4 Penafsiran Koefisien Korelasi menurut Gulford**

No.	Nilai Koefisien Korelasi	Keterangan
1.	$0 < 0,2$	Hubungan yang sangat kecil dan bisa dibilang <i>gap</i> tidak ada korelasi
2.	$\geq 0,2 < 0,4$	Hubungan yang kecil/tidak erat
3.	$\geq 0,4 < 0,7$	Hubungan yang moderat/edang
4.	$\geq 0,7 < 0,9$	Hubungan yang erat
5.	$\geq 0,9 < 1$	Hubungan yang sangat erat

Sumber: Analisis Regresi Dasar dan Penerapannya dengan R, 2016

### 3.11.5 Determinasi

Analisis yang digunakan untuk mengetahui persentase sumbangan pengaruh variabel independen secara serentak terhadap variabel dependen. Untuk mengetahui seberapa besar kontribusi variabel independen terhadap variabel dependen, dilakukan perhitungan statistic dengan menggunakan koefisien determinasi ( $K_d$ ). Rumus dari koefisien determinasi sebagai berikut:

$$K_d = r^2 \times 100\%$$

Dimana:  $K_d$  = Nilai Koefisien Determinasi

$r$  = Nilai Koefisien Korelasi

Wisnaeni Nurhidayati, 2018

*Persepsi Wisatawan Muslim Terhadap Atribut Perjalanan Wisata Halal Pada Konsumen CV. Siliwangi Jaya Wisata*

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