

## **BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN**

### **3.1 Objek Penelitian**

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh *Destination Image* “*Siak The Truly Malay*” terhadap keputusan berkunjung wisatawan nusantara yang berkunjung ke Siak. Variabel adalah segala sesuatu yang dapat membedakan atau mengubah nilai. Nilai dapat berbeda pada berbagai waktu untuk objek atau orang yang sama, atau pada waktu yang sama untuk objek atau orang yang berbeda (Sekaran & Bougie, 2017: 77).

Variabel yang digunakan pada penelitian ini terdiri dari dua variabel, yaitu variabel bebas (*Independent Variable*) “X”, yaitu variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat) dan variabel terikat (*Dependent Variable*) “Y”, sering juga disebut variabel output yaitu variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Variabel tersebut digunakan untuk menganalisis dan mengukur kinerja *Destination Image* terhadap Keputusan Berkunjung. *Destination Image* sebagai variabel bebas (*Independent Variable*) “X” yang terdiri dari *Affection* ( $X_1$ ), *Amenity & Hygiene* ( $X_2$ ), *Diverse Attraction* ( $X_3$ ), dan *Easy Accessibility* ( $X_4$ ) sedangkan variabel terikat (*Dependent Variable*) “Y” yaitu Keputusan Berkunjung.

Penelitian ini dilakukan di Kabupaten Siak Provinsi Riau. Unit analisis atau responden dari penelitian ini adalah wisatawan nusantara yang berkunjung ke Siak. Penelitian ini dilakukan satu kali dalam periode waktu kurang dari satu tahun, maka metode yang digunakan adalah *cross sectional method*. Menurut Sekaran & Bougie (2017: 122) penelitian dengan *cross sectional method* adalah penelitian yang dimana data dikumpulkan hanya sekali (dilakukan selama periode hari, minggu, atau bulan) untuk menjawab pertanyaan penelitian.

### **3.2 Metode Penelitian**

Metode dalam arti sempit yaitu cara atau jalan, sedangkan secara luas metode merupakan cara yang sistematis untuk mendapatkan atau mencapai suatu tujuan yang diinginkan. Secara keseluruhan, metode penelitian adalah cara atau prosedur yang sistematis dan terorganisasi untuk menyelidiki suatu masalah tertentu untuk mendapatkan informasi yang digunakan sebagai solusi atas masalah

masalah tersebut (Silalahi, 2018: 3).

### 3.2.1 Jenis dan metode yang digunakan

Jenis penelitian ini yaitu penelitian dengan jenis kuantitatif yaitu cara memberi solusi atas masalah atau memberi jawaban atas pertanyaan melalui berdasarkan numerik yang dikumpulkan melalui kuisisioner dan wawancara kemudian dianalisis dengan menggunakan statistik (Silalahi, 2018: 9).

Berdasarkan variabel-variabel yang diteliti, maka jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif dan verifikatif. Menurut Sekaran & Bougie (2017: 111), penelitian yang dilakukan untuk mengetahui dan mampu menjelaskan karakteristik variabel yang diteliti dalam suatu situasi disebut penelitian deskriptif. Tujuan dari penelitian deskriptif yaitu untuk menjelaskan, meringkaskan, membuat deskripsi, gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antar fenomena yang diselidiki. Melalui penelitian deskriptif, dapat diperoleh gambaran *Destination Image Siak The Truly Malay* dan Keputusan Berkunjung wisatawan nusantara.

Metode verifikatif didefinisikan oleh Sugiyono (2017: 6) yaitu metode penelitian melalui pembuktian untuk menguji hipotesis hasil penelitian deskriptif dengan perhitungan statistika sehingga didapatkan hasil pembuktian yang menunjukkan hipotesis ditolak atau diterima. Melalui penelitian verifikatif, dapat diuji pengaruh *Destination Image Siak The Truly Malay* terhadap Keputusan Berkunjung wisatawan nusantara.

Berdasarkan jenis penelitian yang telah diuraikan diatas maka metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *explanatory survey*. Sekaran & Bougie (2017: 110) menyatakan bahwa *explanatory survey* dilakukan untuk mengeksplorasi situasi masalah, yaitu untuk mendapatkan fakta-fakta, ide-ide dan wawasan ke dalam masalah yang dihadapi peneliti. Metode *explanatory survey*, digunakan untuk mengumpulkan hasil informasi empirik dari sebagian populasi (sampel) secara langsung di tempat kejadian dengan tujuan untuk mengetahui pendapat dari sebagian populasi terhadap objek yang sedang diteliti.

### 3.2.2 Operasionalisasi Variabel

Operasionalisasi variabel merupakan bentuk penguraian konsep abstrak variabel untuk membuatnya menjadi dapat diukur dengan cara yang nyata.

Mengoperasionalkan dilakukan dengan melihat dimensi perilaku, aspek atau sifat yang ditunjukkan oleh konsep variabel yang diteliti tersebut. Hal tersebut kemudian diterjemahkan ke dalam elemen yang dapat diamati dan diukur sehingga menghasilkan suatu indeks pengukuran konsep variabel (Sekaran & Bougie, 2017: 5). Variabel yang dikaji dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. *Destination Image* sebagai variabel bebas (*Independent Variable*) “X” dengan sub variabel yaitu *Affection* ( $X_1$ ), *Amenity & Hygiene* ( $X_2$ ), *Diverse Attraction* ( $X_3$ ), dan *Easy Accessibility* ( $X_4$ ).
2. Keputusan Berkunjung sebagai variabel terikat (*Dependent Variable*) “Y” yang terdiri dari 1) *Product Choice*, 2) *Brand Choice*, 3) *Dealer Choice*, 4) *Purchase Timing* dan 5) *Purchase Amount*.

Secara lebih rinci operasional masing-masing variabel dalam penelitian ini dapat dilihat dalam tabel 3.1 berikut ini:

**Tabel 3.1**  
**Operasionalisasi Variabel**

Variabel/ Sub Variabel	Konsep Variabel/sub Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
<i>Destination Image</i> (X)	<i>Destination Image</i> secara umum merujuk pada sikap atau mental tak terbatas yang tercipta dari informasi yang diproses secara selektif melalui <i>elaborated</i> , <i>embellished</i> dan <i>ordered</i> terhadap sebuah destinasi (Reynolds, 1965 dalam Lee, Lee, Lee, 2014).				
<i>Affection</i> ( $X_1$ )	Dimensi <i>affection</i> berdasarkan tanggapan atau seseorang terhadap suatu destinasi.	<i>Exciting</i>	Tingkat antusias berkunjung di Siak sebagai tujuan wisata	Ordinal	1
	(Baloglu & Brinberg, 1997; Baloglu & Mangaloglu, 2001; Baloglu & McCleary, 1999; C. K. Lee, Lee, & Lee, 2005; R. Lee & Lockshin, 2011 dalam Lee et al., 2014).	<i>Power</i>	Tingkat keinginan berkunjung di Siak sebagai tujuan wisata	Ordinal	2
		<i>Pleasant</i>	Tingkat kesenangan berkunjung ke Siak sebagai tujuan wisata	Ordinal	3

<i>Amenity &amp; Hygiene</i> (X <sub>2</sub> )	<i>Amenity</i> merupakan segala bentuk layanan yang diharapkan memberikan kesenangan dan kenyamanan bagi wisatawan dalam pemenuhan kebutuhan pariwisata sedangkan <i>Hygiene</i> yaitu tingkat higienis/kebersihan sebuah destinasi sehingga menjadi layak dan nyaman bagi wisatawan dalam berwisata (Ã, Marti, & Marti, 2007; Baloglu & Mangaloglu, 2001; Baloglu & McCleary, 1999; Chen & Tsai, 2007 dalam Lee et al., 2014)	<i>Standards of hygiene and cleanliness</i>	Tingkat kebersihan Siak sebagai tujuan wisata	Ordinal	4
		<i>Safe/secure</i>	Tingkat keamanan Siak sebagai tujuan wisata	Ordinal	5
		<i>Friendly Tourism</i>	Tingkat keramahan Siak sebagai tujuan wisata	Ordinal	6
		<i>Environment</i>	Tingkat kualitas lingkungan Siak sebagai tujuan wisata	Ordinal	7
<i>Diverse Attraction</i> (X <sub>3</sub> )	Segala sesuatu yang menjadi daya tarik yang khas atau yang berbeda pada sebuah destinasi wisata seperti keunikan, keindahan dan keanekaragaman kekayaan alam, sejarah, budaya, dan wisata buatan yang menjadi tujuan kunjungan bagi wisatawan (Baloglu & Mangaloglu, 2001; Baloglu & McCleary, 1999; Gearing, Swart, & Var, 1974; C. K. Lee et al., 2005; R. Lee & Lockshin, 2011; Prayag & Ryan, 2012 dalam Lee et al., 2014)	<i>Exotic Atmosphere</i>	Tingkat eksotisme Siak sebagai tujuan wisata	Ordinal	8
		<i>Unique Culture</i>	Tingkat keunikan atraksi budaya Siak sebagai tujuan wisata	Ordinal	9
		<i>Historical Attractions</i>	Tingkat kemenarikan atraksi sejarah Siak sebagai tujuan wisata	Ordinal	10
		<i>Natural Attractions</i>	Tingkat kemenarikan atraksi alam Siak sebagai tujuan wisata	Ordinal	11
<i>Easy Accessibility</i> (X <sub>4</sub> )	Aksesibilitas merupakan semua jenis sarana dan	<i>Easy Access</i>	Tingkat kemudahan aksesibilitas Siak	Ordinal	12

	prasarana transportasi yang mendukung pergerakan wisatawan untuk berkunjung ke sebuah destinasi wisata. Segala yang termasuk aksesibilitas diharapkan memberikan kemudahan kepada wisatawan (Chen & Tsai, 2007; Prayag & Ryan, 2012 dalam Lee et al., 2014).		sebagai tujuan wisata		
		<i>Cost/prices</i>	Tingkat keterjangkauan biaya yang dikeluarkan saat mengunjungi Siak sebagai tujuan wisata	Ordinal	13
		<i>Local Transportation</i>	Tingkat ketersediaan transportasi lokal Siak sebagai tujuan wisata	Ordinal	14
<b>Keputusan Berkunjung (Y)</b>	Keputusan pembelian dalam hal ini dianalogikan sama dengan keputusan berkunjung merupakan keinginan yang ada pada wisatawan untuk memenuhi kebutuhannya yang dibuat melalui beberapa tahap yaitu pengenalan kebutuhan dan keinginan, sumber informasi, mengevaluasi alternatif pilihan destinasi, sampai kepada keputusannya untuk melakukan kunjungan (Kotler, Bowen, Makens & Baloglu, 2017: 194).				
	Wisatawan dapat mengambil keputusan untuk mengunjungi destinasi ataupun pilihan alternatif destinasi lainnya sesuai dengan yang diinginkannya (Kotler, Bowen, Makens & Baloglu, 2017: 177).		Tingkat keunggulan Siak sebagai tujuan wisata	Ordinal	15
		<i>Product Choice</i>	Tingkat kemenarikan Siak sebagai tujuan wisata	Ordinal	16
			Tingkat variasi daya tarik wisata Siak sebagai tujuan wisata	Ordinal	17
	Menentukan destinasi mana yang ingin dikunjungi, seorang wisatawan harus menjadikan merek sebagai salah satu pertimbangannya karena setiap <i>brand</i> memiliki perbedaan tersendiri yang akan menjadi informasi		Tingkat popularitas Siak sebagai tujuan wisata	Ordinal	18
		<i>Brand Choice</i>	Tingkat kepercayaan terhadap <i>brand</i> destinasi wisata Siak	Ordinal	19

utama bagi wisatawan ketika akan mengunjungi sebuah destinasi (Kotler, Bowen, Makens & Baloglu, 2017: 177)		Tingkat <i>image/citra</i> destinasi wisata Siak	Ordinal	20
Pengambilan keputusan wisatawan terkait cara dan sarana yang akan digunakan untuk mengunjungi destinasi (Kotler, Bowen, Makens & Baloglu, 2017: 177).	<i>Dealer Choice</i>	Tingkat kemudahan mendapatkan informasi untuk berkunjung ke Siak	Ordinal	21
		Tingkat ketersediaan sarana untuk berkunjung ke Siak	Ordinal	22
Wisatawan akan mengambil keputusan mengenai waktu kunjungan yang bisa berbeda-beda yang akan disesuaikan dengan kebutuhannya (Kotler, Bowen, Makens & Baloglu, 2017: 177).	<i>Purchase Timing</i>	Tingkat kunjungan wisata ke Siak saat <i>weekend</i>	Ordinal	23
		Tingkat kunjungan wisata ke Siak saat <i>weekday</i>	Ordinal	24
		Tingkat kunjungan wisata ke Siak saat adanya <i>event</i>	Ordinal	25
Wisatawan akan mengambil keputusan tentang seberapa banyak jumlah kunjungan yang dilakukannya terhadap sebuah destinasi (Kotler, Bowen, Makens & Baloglu, 2017: 177).	<i>Purchase Amount</i>	Tingkat keinginan berkunjung ke Siak dalam waktu 1 tahun	Ordinal	26
		Tingkat keinginan untuk berkunjung kembali ke Siak	Ordinal	27

Sumber : Hasil Pengolahan Data, 2019

### 3.2.3 Jenis dan Sumber Data

Menurut Uma Sekaran & Roger Bougie (2017: 130-134) sumber data adalah segala sesuatu yang dapat memberikan informasi mengenai data. Sumber data yang digunakan pada penelitian ini dibagi menjadi dua jenis, yaitu sebagai berikut :

1. Data Primer (*Primary Data*)

Menurut Uma Sekaran & Roger Bougie (2017: 130) data primer yaitu mengacu pada informasi yang diperoleh langsung dari tangan pertama oleh peneliti terkait dengan variabel keterkaitan untuk tujuan tertentu dari studi. Sumber data primer dalam penelitian ini yaitu kuesioner yang disebarakan kepada sejumlah responden, sesuai dengan target sasaran dan dianggap mewakili seluruh populasi data penelitian, yaitu wisatawan nusantara yang berkunjung ke Siak.

2. Data Sekunder (*Secondary Data*)

Menurut Uma Sekaran & Roger Bougie (2017: 130) data sekunder yaitu data yang telah dikumpulkan dari sumber-sumber yang sudah sebelumnya. Data sekunder dalam penelitian ini yaitu catatan atau dokumentasi perusahaan, publikasi pemerintah atau situs dan peristiwa tertentu, artikel, jurnal ilmiah, situs-situs di internet, serta sumber-sumber lainnya yang berkaitan dengan penelitian.

Jenis data dan sumber data yang digunakan pada penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 3.2 sebagai berikut.

**Tabel 3.2**  
***Jenis dan Sumber Data***

No	Data Penelitian	Jenis Data	Sumber Data
1	Data peringkat daya saing pariwisata indonesia	Sekunder	<a href="http://www.weforum.org">http://www.weforum.org</a>
2	Data statistik kunjungan wisatawan nusantara di Indonesia tahun 2013 - 2018	Sekunder	<a href="http://www.kemenpar.go.id">http://www.kemenpar.go.id</a>
3	Data Jumlah kunjungan wisatawan Siak Tahun 2013 - 2018	Sekunder	Dinas Pariwisata Kabupaten Siak
4	Kepustakaan mengenai <i>Destination Image</i> dan keputusan berkunjung	Sekunder	Buku dan Jurnal
5	Tanggapan wisatawan mengenai <i>Destination Image</i>	Primer	Kuesioner
6	Tanggapan wisatawan mengenai keputusan berkunjung	Primer	Kuesioner

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2019

### 3.2.4 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

#### 3.2.4.1 Populasi

Menentukan populasi merupakan salah satu hal terpenting yang akan menentukan keberhasilan sebuah penelitian. Sekaran & Bougie (2017: 53) menjelaskan bahwa populasi mengacu pada keseluruhan kelompok orang, kejadian, atau hal-hal yang menarik untuk diteliti.

Langkah awal peneliti yaitu menentukan populasi sasaran (*target population*), yaitu populasi yang nantinya akan menjadi cakupan kesimpulan penelitian. Populasi pada penelitian ini adalah wisatawan nusantara yang berkunjung ke Siak tahun 2018 sebanyak 272.569 wisatawan pada Tabel 1.3.

#### 3.2.4.2 Sampel

Menurut Uma Sekaran & Roger Bougie, 2017: 54 menjelaskan bahwa sampel adalah sebagian dari populasi. Sampel terdiri dari sejumlah anggota yang dipilih dari populasi.

Populasi yang besar tidak memungkinkan seorang peneliti untuk melakukan penelitian pada keseluruhan populasi yang ada disebabkan keterbatasan dana, waktu dan tenaga, karena itu peneliti akan mengambil sebagian dari populasi atau di sebut dengan sampel.

Rumus ukuran sampel (Tabachnick dan Fidell, 2013) digunakan untuk menentukan banyaknya sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini, yaitu

$$N \geq 50 + m$$

Atau

$$N \geq 104 + m$$

Keterangan :

$N$  = Ukuran sampel

$m$  = Jumlah Variabel

Ukuran sampel pada penelitian ini yaitu :

$$N \geq 104 + m$$

$$N \geq 104 + 5$$

$$N \geq 109$$

Berdasarkan perhitungan menggunakan rumus (Tabachnick dan Fidell, 2013) maka jumlah sampel yang diambil untuk diteliti sebanyak 109 responden wisatawan nusantara yang mengunjungi Siak.

### 3.2.4.3 Teknik Sampling

Teknik sampling merupakan teknik pengambilan sampel yang akan digunakan dalam penelitian. Menurut Uma Sekaran & Roger Bougie, 2017: 59 - 66 teknik pengambilan sampel pada dasarnya terdiri dari dua tipologi yaitu *Probability Sampling* dan *Non-Probability Sampling*.

*Probability Sampling* merupakan sampel yang dimana setiap elemen atau anggota populasi memiliki peluang yang sama untuk terpilih sebagai sampel meliputi sampling acak sederhana (*simple random sampling*), sampling sistematis (*systematic sampling*), sampling distratifikasi (*stratified sampling*), dan sampling bergugus (*cluster sampling*). *Non-Probability Sampling* kebalikan dari *probability* dimana setiap elemen atau populasi tidak memiliki peluang yang sama dan pemilihan sampel bersifat objektif. sampel probability meliputi *convenience sampling*, *purposive sampling*, *quota sampling*, dan *snowball sampling*.

Teknik sampling yang digunakan pada penelitian ini yaitu *systematic random sampling* yang merupakan bagian dari *probability sampling* untuk populasi bergerak (*mobile population*). Sekaran & Bougie, 2017:62 menyatakan bahwa *systematic random sampling* adalah teknik pengambilan sampel berdasarkan urutan dari anggota populasi yang telah diberi nomor urut, dengan demikian dibutuhkan suatu populasi sasaran yang tersusun (*ordered population target*) dalam pelaksanaan pengambilan sampel dan metode acak sistematis. Pemilihan metode ini berdasarkan jenis populasi serupa (homogen) dengan peluang yang sama setiap elemen dan dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata dengan tujuan mempermudah dalam memperoleh sampel.

Populasi dalam penelitian adalah populasi bergerak (*mobile population*), maka teknik pengambilan sampel dilakukan sebagai berikut :

- 1) Menentukan wisatawan yang akan dijadikan responden yaitu wisatawan nusantara yang mengunjungi kawasan wisata Siak
- 2) Menentukan zona *check point*, meliputi tempat-tempat wisata di Siak yang sering dikunjungi wisatawan nusantara, diantaranya Jembatan dan Taman

Tengku Agung Sultanah Latifah beserta kawasan Islamic Center, Kawasan Istana Asserayah Alhasyimiah (Istana Siak), Museum Balai Kerapatan Tinggi, dan Danau Naga Sakti.

- 3) Melakukan orientasi secara cermat pada saat berada dalam zona *check point* dengan memperhatikan secara rinci jumlah wisatawan nusantara yang datang berkunjung.
- 4) Menentukan ukuran kecukupan sampel yang akan diambil.
- 5) Pada hari yang ditentukan, tiap responden yang berada di zona *check point* akan ditanya dan diberi kuisisioner untuk di isi.

### 3.2.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan bagian yang harus ada dalam desain penelitian untuk mendapatkan data yang berhubungan dengan fenomena atau variabel yang sedang diteliti (Sekaran & Bougie, 2017: 134). Teknik pengumpulan data yang digunakan untuk menunjang penelitian ini adalah sebagai berikut :

#### 1) Wawancara

Wawancara dilakukan dengan pihak Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Siak untuk memperoleh data sekunder meliputi data kunjungan wisatawan ke Siak.

#### 2) Observasi

Observasi dilakukan dengan pengamatan secara langsung terhadap objek penelitian yaitu Siak dan pencarian data dilakukan untuk mengetahui gambaran pengaruh *Destination Image Siak The Truly Malay* terhadap Keputusan Berkunjung wisatawan nusantara.

#### 3) Studi Literatur

Studi literatur merupakan usaha pengumpulan informasi yang berhubungan dengan teori-teori yang berkaitan dengan masalah dan variabel yang diteliti. Sumber literatur berasal dari perpustakaan Universitas Pendidikan Indonesia (UPI), ruang baca Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial (FPIPS) UPI, buku-buku, jurnal-jurnal, skripsi serta penelitian terdahulu, dan media elektronik.

#### 4) Kuesioner/Angket

Kuesioner berisi daftar pertanyaan tertulis mengenai pengaruh *Destination Image Siak The Truly Malay* terhadap Keputusan Berkunjung wisatawan nusantara.

Alat ukur yang digunakan pada pertanyaan dalam kuesioner penelitian ini adalah skala likert.

Menurut Sekaran & Bougie (2017: 19) skala likert adalah suatu skala yang dirancang untuk menelaah seberapa kuat subjek menyetujui pernyataan pada konsep yang sedang diteliti melalui skala lima poin dengan titik panduan yaitu angka 1, 2, 3, 4, dan 5. Ketentuan penggunaan skala likert yaitu variabel yang akan diukur harus dijabarkan menjadi indikator variabel. Indikator tersebut kemudian dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan. Kategori penilaian dalam skala likert memiliki gradasi jawaban mulai dari sangat negatif hingga sangat positif.

### 3.2.6 Uji Validitas dan Reliabilitas

Data merupakan gambaran dari variabel yang diteliti serta berfungsi membentuk hipotesis, karena itu data menjadi hal penting dalam suatu penelitian. 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 reliabel. Setelah memperoleh data dari responden melalui kuesioner, langkah selanjutnya adalah mengolah dan menafsirkan data sehingga dari hasil tersebut dilihat apakah variabel X (*Destination Image*) mempengaruhi atau tidak terhadap variabel Y (Keputusan Berkunjung).

#### 3.2.6.1 Hasil Pengujian Validitas

Validitas adalah uji tentang seberapa baik suatu instrumen yang dikembangkan mengukur konsep tertentu yang ingin diukur, dengan kata lain validitas berkenaan dengan ketepatan alat ukur terhadap konsep yang diukur sehingga benar-benar mengukur apa yang seharusnya diukur (Sekaran & Bougie, 2017: 35). Rumus yang digunakan untuk menghitung kevalidan dari suatu instrumen adalah rumus korelasi product moment atau pearson (*pearson's product moment coefficient of correlation*), dengan rumus sebagai berikut :

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

(Silalahi, 2018: 229)

Keterangan :

$r_{xy}$  = Koefisien korelasi *product moment*

$n$  = Jumlah responden

$X$  = Skor yang diperoleh subjek dalam setiap item

$Y$  = Skor total yang diperoleh subjek dari seluruh item

$\sum X$  = Jumlah skor dalam distribusi  $X$

$\sum Y$  = Jumlah skor dalam distribusi  $Y$

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

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

$\sum XY$  = Jumlah perkalian faktor korelasi variabel  $X$  dan  $Y$

Keputusan pengujian validitas reponden menggunakan taraf signifikansi sebagai berikut :

- 1) Nilai  $r$  hitung dibandingkan dengan nilai  $r$  tabel dengan derajat kebebasan ( $dk$ ) =  $n - 2$  dan taraf signifikansi  $\alpha = 0,05$ .
- 2) Item pertanyaan yang diteliti dikatakan valid jika  $r$  hitung  $\geq r$  tabel.
- 3) Item pertanyaan yang diteliti dikatakan tidak valid jika  $r$  hitung  $\leq r$  tabel.
- 4) Berdasarkan jumlah kuesioner/angket yang diuji sebanyak 30 responden dengan tingkat signifikansi 5% atau 0,05 dan derajat kebebasan ( $dk$ ) =  $n - 2$  ( $30 - 2 = 28$ ) maka akan mendapatkan nilai  $r$  tabel sebesar 0,361.

Perhitungan validitas item instrumen dilakukan dengan bantuan program IBM SPSS (*Statistical Product for Service Solutions*) *Statistic 20 for Windows*. Berikut ini adalah hasil pengujian validitas dari item pertanyaan yang diajukan peneliti dijelaskan pada Tabel 3.3 berikut.

**Tabel 3.3**  
**Hasil Pengujian Validitas**

No	Indikator	Ukuran	$r$ hitung	$r$ tabel	Keterangan
<i>Destination Image</i>					
<i>Affection</i>					
1	<i>Exciting</i>	Tingkat antusias berkunjung di Siak sebagai tujuan wisata	0,591	0,361	Valid
2	<i>Power</i>	Tingkat keinginan berkunjung di Siak sebagai tujuan wisata	0,745	0,361	Valid

3	<i>Pleasant</i>	Tingkat kesenangan berkunjung ke Siak sebagai tujuan wisata	0,777	0,361	Valid
<i>Amenity &amp; Hygiene</i>					
4	<i>Standards of hygiene and cleanliness</i>	Tingkat kebersihan Siak sebagai tujuan wisata	0,526	0,361	Valid
5	<i>Safe/secure</i>	Tingkat keamanan Siak sebagai tujuan wisata	0,652	0,361	Valid
6	<i>Friendly tourism</i>	Tingkat keramahan Siak sebagai tujuan wisata	0,701	0,361	Valid
7	<i>Environment</i>	Tingkat kualitas lingkungan Siak sebagai tujuan wisata	0,620	0,361	Valid
<i>Diverse Attraction</i>					
8	<i>Exotic Atmosphere</i>	Tingkat eksotisme Siak sebagai tujuan wisata	0,731	0,361	Valid
9	<i>Unique Culture</i>	Tingkat keunikan atraksi budaya Siak sebagai tujuan wisata	0,680	0,361	Valid
10	<i>Historical Attractions</i>	Tingkat kemenarikan atraksi sejarah Siak sebagai tujuan wisata	0,719	0,361	Valid
11	<i>Natural Attractions</i>	Tingkat kemenarikan atraksi alam Siak sebagai tujuan wisata	0,761	0,361	Valid
<i>Easy Accessibility</i>					
12	<i>Easy Access</i>	Tingkat kemudahan aksesibilitas Siak sebagai tujuan wisata	0,714	0,361	Valid
13	<i>Cost/prices</i>	Tingkat keterjangkauan biaya yang dikeluarkan saat mengunjungi Siak sebagai tujuan wisata	0,561	0,361	Valid
14	<i>Local Transportation</i>	Tingkat ketersediaan transportasi lokal Siak sebagai tujuan wisata	0,492	0,361	Valid
<b>Keputusan Berkunjung</b>					
<i>Product Choice</i>					
15		Tingkat keunggulan Siak sebagai tujuan wisata	0,631	0,361	Valid

16	Tingkat kemenarikan Siak sebagai tujuan wisata	0,798	0,361	Valid
17	Tingkat variasi daya tarik wisata Siak sebagai tujuan wisata	0,764	0,361	Valid
<i>Brand Choice</i>				
18	Tingkat popularitas Siak sebagai tujuan wisata	0,832	0,361	Valid
19	Tingkat kepercayaan terhadap <i>brand</i> destinasi wisata siak	0,776	0,361	Valid
20	Tingkat <i>image</i> /citra destinasi wisata Siak	0,807	0,361	Valid
<i>Dealer Choice</i>				
21	Tingkat kemudahan mendapatkan informasi untuk berkunjung ke Siak	0,647	0,361	Valid
22	Tingkat ketersediaan sarana untuk berkunjung ke Siak	0,740	0,361	Valid
<i>Purchase Timing</i>				
23	Tingkat kunjungan wisata ke Siak saat <i>weekend</i>	0,715	0,361	Valid
24	Tingkat kunjungan wisata ke Siak saat <i>weekday</i>	0,775	0,361	Valid
25	Tingkat kunjungan wisata ke Siak saat adanya <i>event</i>	0,563	0,361	Valid
<i>Purchase Amount</i>				
26	Tingkat keinginan berkunjung ke Siak dalam waktu 1 tahun	0,801	0,361	Valid
27	Tingkat keinginan untuk berkunjung kembali ke Siak	0,826	0,361	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2019

Berdasarkan hasil pengujian validitas pada Tabel 3.3 di atas menunjukkan bahwa nilai  $r$  hitung tertinggi pada variabel *Destination Image* terdapat pada item pertanyaan “Tingkat kesenangan berkunjung ke Siak sebagai tujuan wisata” sebesar 0,777, sedangkan nilai  $r$  hitung paling rendah terdapat pada item pertanyaan “Tingkat ketersediaan transportasi lokal Siak sebagai tujuan wisata” sebesar 0,492. Pada variabel keputusan berkunjung, nilai  $r$  hitung tertinggi terdapat pada item pertanyaan “Tingkat popularitas Siak sebagai tujuan wisata” sebesar 0,832 sedangkan nilai  $r$  hitung paling rendah terdapat pada item pertanyaan “Tingkat kunjungan wisata ke Siak saat adanya *event*” sebesar 0,563. Hasil pengujian validitas dinyatakan valid karena keseluruhan item yang terdapat dalam variabel *Destination Image* (X) dan Keputusan Berkunjung (Y) memiliki  $r$  hitung  $\geq r$  tabel.

### 3.2.6.2 Hasil Pengujian Reliabilitas

Reliabilitas merupakan suatu pengukuran menunjukkan sejauhmana pengukuran tersebut tanpa kesalahan dan karena itu menjamin konsistensi pengukuran disepanjang waktu serta di berbagai poin pada instrumen tersebut. Menurut Uma Sekaran & Roger Bougie (2017: 39) menjelaskan bahwa reliabilitas adalah suatu ukuran yang menjadi indikator stabilitas dan konsistensi dimana instrumen tersebut mengukur konsep serta menilai “kesesuaian” suatu ukuran.

Reliabilitas menunjuk pada suatu pengertian bahwa suatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data, karena instrumen tersebut sudah baik. Instrumen yang sudah dipercaya dan yang reliabel akan menghasilkan data yang dapat dipercaya juga. Pengukuran reliabilitas intstrumen dalam penelitian ini menggunakan Uji *Cronbach Alpha*.

Menurut Uma Sekaran & Roger Bougie (2017: 39) *Cronbach Alpha* adalah koefisien reliabilitas yang menunjukkan seberapa baik item dalam suatu kumpulan secara positif berkorelasi satu sama lain.

Uji *Cronbach Alpha* ( $C\alpha$ ) 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 dengan rumus sebagai berikut :

$$r_{11} = \left(\frac{k}{k-1}\right)\left(1 - \frac{\sum\sigma_b^2}{\sigma_t^2}\right)$$

(Arikunto,2013)

Keterangan :

$r_{11}$  = Reliabilitas instrumen

$k$  = Banyak butir pertanyaan

$\sum\sigma_b^2$  = Jumlah varian butir tiap pertanyaan

$\sigma_t^2$  = Varian total

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

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

(Arikunto,2013)

Keterangan :

$n$  = jumlah responden

$\sigma$  = nilai variansi

$X$  = nilai skor yang terpilih (total nilai dari nomor-nomor pertanyaan)

Keputusan uji reliabilitas ditentukan dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Jika *Cronbach Alpha*  $\geq 0,70$  ( $C\alpha$  hitung  $\geq 0,70$ ) maka item pertanyaan dikatakan reliabel.
2. Jika *Cronbach Alpha*  $\leq 0,70$  ( $C\alpha$  hitung  $\leq 0,70$ ) maka item pertanyaan dikatakan tidak reliabel.

Perhitungan reliabilitas item instrumen dilakukan dengan bantuan program IBM SPSS (*Statistical Product for Service Solutions*) *Statistic 20 for Windows*. Berikut ini adalah hasil pengujian reliabilitas dari item pertanyaan yang diajukan peneliti dijelaskan pada Tabel 3.4 berikut.

**Tabel 3.4**  
***Hasil Pengujian Reliabilitas***

No	Variabel	$C\alpha$ hitung	$C\alpha$	Keterangan
1	<i>Destination Image</i>	0,760	0,700	Reliabel
2	Keputusan berkunjung	0,770	0,700	Reliabel

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2019

Berdasarkan hasil pengujian reliabilitas pada Tabel 3.4 dapat diketahui bahwa variabel *Destination Image* dan variabel Keputusan berkunjung dinyatakan reliabel karena nilai *Cronbach Alpha* ( $C\alpha$ ) kedua variabel tersebut lebih besar jika dibandingkan dengan koefisien *Cronbach Alpha* ( $C\alpha$ ) yaitu  $\geq 0,70$  dengan nilai masing-masing sebesar 0,760 dan 0,770.

### 3.2.7 Analisis Data

#### 3.2.7.1 Analisis Data Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk mencari kuatnya hubungan antara variabel melalui analisis korelasi dan membuat perbandingan dengan membandingkan rata-rata data sampel atau populasi tanpa perlu menguji signifikansinya.

Analisis data deskriptif dilakukan dengan menggolongkan, mengklasifikasi dan menginterpretasikan data-data yang didapat untuk selanjutnya dianalisis

sehingga diperoleh gambaran umum mengenai variabel berdasarkan beberapa analisis sebagai berikut.

- 1) Distribusi frekuensi yaitu distribusi matematika yang bertujuan memperoleh hitungan jumlah tanggapan terkait nilai yang berbeda dari satu variabel dan dua variabel mengungkapkan jumlah dalam persentase.
- 2) Analisis *Cross Tabulation* merupakan 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.
- 3) Perhitungan skor ideal digunakan untuk mengukur rendah atau tingginya pengaruh variabel X yang terdapat pada objek penelitian. Berikut rumus untuk menghitung skor ideal.
  - a. Nilai indeks maksimum = skor tertinggi x jumlah item x jumlah responden
  - b. Nilai indeks minimum = skor terendah x jumlah item x jumlah responden
  - c. Jenjang variabel = nilai indeks maksimum – nilai indeks minimum
  - d. Jarak interval = jenjang : banyak kelas interval
  - e. Presentasi skor = [(total skor) : nilai maksimum] x 100
- 5) Analisis deskriptif mengenai *Destination Image* Siak yang terdiri dari *Affection, Amenity & Hygiene, Diverse Attraction*, dan *Easy Accessibility*.
- 6) Analisis deskriptif mengenai Keputusan Berkunjung di Siak yang terdiri dari *Product Choice, Brand Choice, Dealer Choice, Purchase Timing* dan *Purchase Amount*.

### 3.2.8 Pengujian Hipotesis

Metode analisis berikutnya yaitu verifikatif. Analisis ini digunakan untuk menguji hipotesis menggunakan uji statistik dan menitikberatkan pada pengungkapan perilaku variabel yang diteliti. Analisis verifikatif dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis jalur (*path analysis*). Analisis data dilakukan setelah data seluruh responden terkumpul. Kegiatan analisis data dalam penelitian ini melalui tahapan sebagai berikut.

- 1) Menyusun data

Mengecek kelengkapan identitas responden, data dan pengisian data yang disesuaikan dengan tujuan penelitian untuk mengetahui karakteristik responden.

## 2) Seleksi data

Menyeleksi data untuk memeriksa kesempurnaan dan kebenaran data yang terkumpul.

## 3) Tabulasi data

Tabulasi data yang dilakukan, yaitu memberikan skor pada setiap item, menjumlahkan skor pada setiap item, mengubah jenis data dan menyusun ranking skor pada setiap variabel penelitian.

## 4) Menganalisis data

Kegiatan analisis ini dimulai dengan melakukan pengolahan data-data yang diperoleh untuk dianalisis dengan menginterpretasi data agar memperoleh suatu kesimpulan berdasarkan hasil perhitungan menggunakan rumus-rumus statistik.

Kegiatan analisis data dilakukan melalui beberapa tahap, sebagai berikut.

1. *Method Of Successive Interval* (MSI)

Skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala ordinal, yaitu skala yang berbentuk peringkat yang menunjukkan suatu urutan preferensi atau penilaian. Skala ordinal ini perlu ditransformasikan menjadi skala interval dengan menggunakan *Method Of Successive Interval* (MSI). Langkah-langkah untuk melakukan transformasi data ordinal kedalam data interval menggunakan MSI 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 ( $f$ ) dengan jumlah responden.
- c. Berdasarkan proporsi tersebut, untuk setiap pernyataan 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 :

$$\text{Scale Value} = \frac{(\text{Density at Lower Limit}) - (\text{Density at Upper Limit})}{(\text{Area Below of Fer Limit}) - (\text{Area Below Lower Limit})}$$

- f. Menghasilkan hasil transformasi dari setiap pilihan jawaban melalui rumusan persamaan berikut:

$$\text{Score} = \text{Scale value minimum} + 1$$

- g. Data penelitian yang telah berskala interval selanjutnya akan ditentukan pasangan data variabel bebas dengan variabel terikat serta akan ditentukan persamaan yang berlaku untuk pasangan-pasangan tersebut.

## 2. Pengujian Asumsi Klasik

Pengujian asumsi klasik dilakukan sebelum penggunaan alat regresi untuk mengestimasi suatu model dengan sejumlah data, sebagai berikut :

### a. Uji Asumsi Normalitas

Melihat apakah nilai residual terdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah 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 Heteroskedastisitas

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.

### c. Uji Asumsi Linearitas

Mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linear secara signifikan atau tidak. Data yang baik seharusnya terdapat hubungan yang linear antara variabel predictor (X) dengan variabel kriterium (Y).

### d. Uji Asumsi Autokorelasi

Melihat apakah terjadi korelasi antara suatu periode t dengan periode sebelumnya (t -1). Uji autokorelasi tidak perlu dilakukan pada data *cross section* seperti pada kuesioner dimana pengukuran semua variabel dilakukan secara serempak pada saat yang bersamaan. Persamaan regresi yang baik adalah tidak memiliki masalah autokorelasi. Jika terjadi autokorelasi maka persamaan tersebut menjadi tidak baik atau tidak layak dipakai prediksi. Gejala autokorelasi dideteksi

dengan melakukan uji *Durbin-Watson* (DW). Hasil perhitungan *Durbin-Watson* (DW) dibandingkan dengan nilai nilai  $d_{\text{tabel}}$  pada  $\alpha = 0,05$ .

e. Uji Asumsi Multikolinearitas

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 bebasnya, 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  $< 10$ .

3. Analisis Korelasi (R)

Analisis korelasi digunakan untuk mengetahui hubungan antara dua atau lebih variabel bebas ( $X_1, X_2, X_3, X_4$ ) terhadap variabel terikat (Y) secara serentak. Koefisien ini menunjukkan seberapa besar hubungan yang terjadi antara variabel bebas ( $X_1, X_2, X_3, X_4$ ) secara serentak terhadap variabel terikat (Y). Nilai R berkisar antara 0 sampai 1. Nilai semakin mendekati 1 berarti hubungan yang terjadi semakin kuat, sebaliknya nilai semakin mendekati 0 maka hubungan yang terjadi semakin lemah. Untuk mengadakan interpretasi mengenai besarnya koefisien korelasi, Silalahi, 2018: 296 memaparkan pedoman seperti yang tersaji pada Tabel 3.5 berikut

**Tabel 3.5**  
***Interpretasi Besarnya Koefisien Korelasi***

Besarnya Nilai	Interpretasi
0,00 – 0,20	Sangat Lemah
0,21 – 0,40	Lemah
0,41 – 0,60	Sedang/Moderat
0,61 – 0,80	Kuat
0,81 – 1,00	Sangat Kuat

Sumber : Silalahi, 2018: 296

4. Analisis Determinasi ( $R^2$ )

Analisis determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar persentase sumbangan pengaruh variabel bebas ( $X_1, X_2, X_3, X_4$ ) secara serentak terhadap variabel terikat (Y). Hasil perhitungan *Adjusted R<sup>2</sup>* dapat dilihat pada tabel output

SPSS *Model Summary*. Pada kolom *Adjusted R<sup>2</sup>* dapat diketahui berapa persentase yang dapat dijelaskan oleh variabel - variabel bebas terhadap variabel terikat, sedangkan sisanya dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel lain.

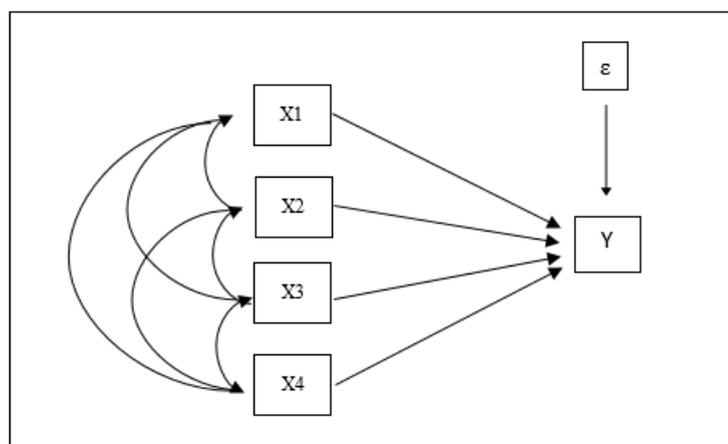
#### 5. Teknik Analisis Jalur (*Path Analysis*)

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis jalur (*path analysis*). Menurut (Qian et al., 2019) analisis jalur adalah teknik analisis yang berdasarkan penguraian koefisien korelasi menjadi efek langsung dan efek tidak langsung serta menjadi penentuan lengkap variabel oleh variabel lainnya.

Analisis jalur digunakan untuk menentukan besarnya pengaruh langsung dan tidak langsung antara variabel bebas (*independent*) yaitu *destination image* (X) yang terdiri dari *Affection* (X<sub>1</sub>), *Amenity & Hygiene* (X<sub>2</sub>), *Diverse Attraction* (X<sub>3</sub>), dan *Easy Accessibility* (X<sub>4</sub>) terhadap variabel terikat (*dependent*) yaitu Keputusan Berkunjung (Y).

Pengujian hipotesis dilakukan dengan langkah-langkah berikut.

##### a. Menggambarkan struktur hipotesis



**Gambar 3.1 Struktur Kausal Antara X dan Y**

Keterangan :

X<sub>1</sub> = *Affection*

X<sub>2</sub> = *Amenity & Hygiene*

X<sub>3</sub> = *Diverse Attraction*

X<sub>4</sub> = *Easy Accessibility*

Y = Keputusan Berkunjung

ε = Epsilon (variabel lain yang tidak diteliti)

Shinta Arliza Sarah, 2019

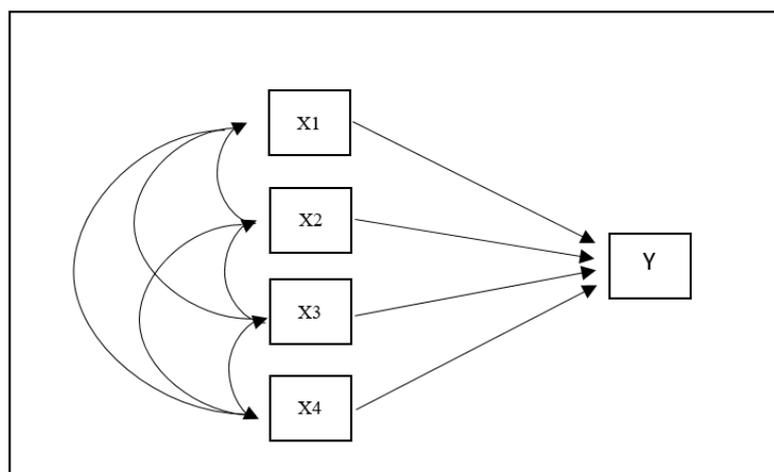
**PENGARUH DESTINATION IMAGE “SIAK THE TRULY MALAY” TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG** (Survei terhadap Wisatawan Nusantara di Kabupaten Siak, Provinsi Riau)

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

Struktur hubungan di atas menunjukkan bahwa *destination image* berpengaruh terhadap keputusan berkunjung dan juga dipengaruhi faktor lain yaitu variabel residu ( $\varepsilon$ ) yang tidak diperhatikan dalam penelitian ini.

Struktur hubungan antara X dan Y diuji melalui analisis jalur dengan hipotesis berbunyi terdapat pengaruh yang signifikan antara *destination image* (X) yang terdiri dari *Affection* ( $X_1$ ), *Amenity & Hygiene* ( $X_2$ ), *Diverse Attraction* ( $X_3$ ), dan *Easy Accessibility* ( $X_4$ ) terhadap Variabel terikat (dependent) yaitu Keputusan Berkunjung (Y) yang terdiri dari *Product Choice* ( $Y_1$ ), *Brand Choice* ( $Y_2$ ), *Dealer Choice* ( $Y_3$ ), *Purchase Timing* ( $Y_4$ ), dan *Purchase Amount* ( $Y_5$ ).

b. Kemudian diagram hipotesis tersebut diterjemahkan ke dalam beberapa sub hipotesis yang menyatakan pengaruh sub variabel bebas (*independent*) yang paling dominan terhadap variabel terikat (*dependent*), yang dijelaskan sebagai berikut.



**Gambar 3.2 Diagram Jalur Sub Struktur Hipotesis X Terhadap Y**

Keterangan :

- X = *Destination Image*
- $X_1$  = *Affection*
- $X_2$  = *Amenity & Hygiene*
- $X_3$  = *Diverse Attraction*
- $X_4$  = *Easy Accessibility*
- Y = Keputusan Berkunjung

a) Menghitung matriks korelasi antar variabel bebas

$$R = \begin{bmatrix} X_1 & X_2 & X_3 & X_4 \\ 1 & r_{X_2X_1} & r_{X_3X_1} & r_{X_4X_1} \\ & 1 & r_{X_3X_2} & r_{X_4X_2} \\ & & 1 & r_{X_4X_3} \end{bmatrix}$$

- b) Identifikasi persamaan sub struktur hipotesis  
Menghitung matriks invers korelasi

$$R^{-1} = \begin{bmatrix} X_1 & X_2 & X_3 & X_4 \\ C_{1.1} & C_{1.2} & C_{1.3} & C_{1.4} \\ & C_{2.2} & C_{2.3} & C_{2.4} \\ & & C_{3.3} & C_{3.4} \\ & & & C_{4.4} \end{bmatrix}$$

Menghitung semua koefisien jalur melalui rumus

$$\begin{pmatrix} P_{YX1} \\ P_{YX2} \\ P_{YX3} \\ P_{YX4} \end{pmatrix} = \begin{pmatrix} C_{1.1} & C_{1.2} & C_{1.3} & C_{1.4} \\ & C_{1.2} & C_{1.3} & C_{1.4} \\ & & C_{1.3} & C_{1.4} \\ & & & C_{1.4} \end{pmatrix} \begin{pmatrix} r_{YX1} \\ r_{YX2} \\ r_{YX3} \\ r_{YX4} \end{pmatrix}$$

- c) Hitung  $R^2Y$  ( $X_1, X_2, X_3, X_4$ ) yaitu koefisien yang menyatakan determinasi total  $X_1, X_2, X_3$ , dan  $X_4$  terhadap  $Y$  dengan menggunakan rumus :

$$R^2Y (X_1, \dots, X_4) = [P_{YX1}, \dots, P_{YX4}] \begin{bmatrix} r_{YX1} \\ \dots \\ r_{YX4} \end{bmatrix}$$

- d) Menguji pengaruh langsung maupun tidak langsung dari setiap variabel

### **Pengaruh X terhadap Y**

Pengaruh ( $X_1$ ) terhadap ( $Y$ )

$$\begin{aligned} \text{Pengaruh langsung} &= P_{YX1} \cdot P_{YX1} \\ \text{Pengaruh tidak langsung melalui } (X_2) &= P_{YX1} \cdot r_{X_1X_2} \cdot P_{YX2} \\ \text{Pengaruh tidak langsung melalui } (X_3) &= P_{YX1} \cdot r_{X_1X_3} \cdot P_{YX3} \\ \text{Pengaruh tidak langsung melalui } (X_4) &= \underline{P_{YX1} \cdot r_{X_1X_4} \cdot P_{YX4}} + \\ \text{Pengaruh total } (X_1) \text{ terhadap } (Y) &= \dots \end{aligned}$$

Pengaruh ( $X_2$ ) terhadap ( $Y$ )

$$\begin{aligned} \text{Pengaruh langsung} &= P_{YX2} \cdot P_{YX2} \\ \text{Pengaruh tidak langsung melalui } (X_1) &= P_{YX2} \cdot r_{X_2X_1} \cdot P_{YX1} \end{aligned}$$

Pengaruh tidak langsung melalui (X <sub>3</sub> )	= P <sub>YX2</sub> · r <sub>X2X3</sub> · P <sub>YX3</sub>
Pengaruh tidak langsung melalui (X <sub>4</sub> )	= <u>P<sub>YX2</sub> · r<sub>X2X4</sub> · P<sub>YX4</sub></u> +
Pengaruh total (X <sub>2</sub> ) terhadap (Y)	= .....
Pengaruh (X <sub>3</sub> ) terhadap (Y)	
Pengaruh langsung	= P <sub>YX3</sub> · P <sub>YX3</sub>
Pengaruh tidak langsung melalui (X <sub>1</sub> )	= P <sub>YX3</sub> · r <sub>X3X1</sub> · P <sub>YX1</sub>
Pengaruh tidak langsung melalui (X <sub>2</sub> )	= P <sub>YX3</sub> · r <sub>X3X2</sub> · P <sub>YX2</sub>
Pengaruh tidak langsung melalui (X <sub>4</sub> )	= <u>P<sub>YX3</sub> · r<sub>X3X4</sub> · P<sub>YX4</sub></u> +
Pengaruh total (X <sub>3</sub> ) terhadap (Y)	= .....
Pengaruh (X <sub>4</sub> ) terhadap (Y)	
Pengaruh langsung	= P <sub>YX4</sub> · P <sub>YX4</sub>
Pengaruh tidak langsung melalui (X <sub>1</sub> )	= P <sub>YX4</sub> · r <sub>X4X1</sub> · P <sub>YX1</sub>
Pengaruh tidak langsung melalui (X <sub>2</sub> )	= P <sub>YX4</sub> · r <sub>X4X2</sub> · P <sub>YX2</sub>
Pengaruh tidak langsung melalui (X <sub>3</sub> )	= <u>P<sub>YX4</sub> · r<sub>X4X3</sub> · P<sub>YX3</sub></u> +
Pengaruh total (X <sub>4</sub> ) terhadap (Y)	= .....

e) Menghitung variabel lain ( $\epsilon$ ) dengan rumus :

$$P_{Y\epsilon} = \sqrt{1 - R^2_{Y(X_1, X_2, X_3, X_4)}}$$

f) Keputusan penerimaan atau penolakan H<sub>0</sub>

Rumusan hipotesis operasional :

**Secara Simultan (F)**

H<sub>0</sub> : P<sub>YX1</sub> = P<sub>YX2</sub> = P<sub>YX3</sub> = P<sub>YX4</sub> = 0, artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara *Affection*, *Amenity & Hygiene*, *Diverse Attraction*, dan *Easy Accessibility* terhadap keputusan berkunjung.

H<sub>a</sub> : sekurang-kurangnya ada sebuah P<sub>YXi</sub> ≠ 0, i = 1, 2, 3 dan 4, artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara *Affection*, *Amenity & Hygiene*, *Diverse Attraction*, dan *Easy Accessibility* terhadap keputusan berkunjung.

Pengujian hipotesis ini menggunakan uji F dihitung dengan rumus :

$$F = \frac{R^2/k}{(1 - R^2)(n - k - 1)}$$

(Widarjono, 2018)

Keterangan :

$n$  = Banyaknya responden

$k$  = Banyaknya variabel bebas

$R^2$  = Koefisien determinasi

Kriteria pengambilan keputusan untuk hipotesis yang diajukan adalah :

Jika  $F \text{ hitung} < F \text{ tabel}$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak, artinya X tidak berpengaruh terhadap Y.

Jika  $F \text{ hitung} > F \text{ tabel}$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, artinya X berpengaruh terhadap Y.

### Secara Parsial (Uji t)

$H_0 : P_{YX1} = 0$ , artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara *Affection* terhadap keputusan berkunjung.

$H_a : P_{YX1} \neq 0$ , artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara *Affection* terhadap keputusan berkunjung.

$H_0 : P_{YX2} = 0$ , artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan dari *Amenity & Hygiene* terhadap Keputusan Berkunjung.

$H_a : P_{YX2} \neq 0$ , artinya terdapat pengaruh yang signifikan dari *Amenity & Hygiene* terhadap Keputusan Berkunjung.

$H_0 : P_{YX3} = 0$ , artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan dari *Diverse Attraction* terhadap Keputusan Berkunjung.

$H_a : P_{YX3} \neq 0$ , artinya terdapat pengaruh yang signifikan dari *Diverse Attraction* terhadap Keputusan Berkunjung.

$H_0 : P_{YX4} = 0$ , artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan dari *Easy Accessibility* terhadap Keputusan Berkunjung.

$H_a : P_{YX4} \neq 0$ , artinya terdapat pengaruh yang signifikan dari *Easy Accessibility* terhadap Keputusan Berkunjung.

Pengujian hipotesis ini menggunakan uji  $t$  dihitung dengan rumus :

$$t = \frac{P_{YXi} - P_{YXi}}{\sqrt{\frac{(1 - R^2Y(X_1, \dots, X_4))(C_{ii} + C_{ii} + C_{ii})}{(n - k - 1)}}$$

Kriteria pengambilan keputusan dengan pengujian secara individual dengan uji  $t$  adalah :

Shinta Arliza Sarah, 2019

**PENGARUH DESTINATION IMAGE "SIAK THE TRULY MALAY" TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG** (Survei terhadap Wisatawan Nusantara di Kabupaten Siak, Provinsi Riau)

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

Tolak  $H_0$  jika  $t$  hitung  $> t$  (mendekati 100%) ( $n - k - 1$ )

Terima  $H_0$  jika  $t$  hitung  $< t$  (mendekati 100%)

Secara statistik hipotesis yang di uji berada pada taraf kesalahan 0,05 dengan derajat kebebasan dk ( $n-2$ ). Langkah-langkah teknik analisis data pada penelitian ini dilakukan dengan bantuan program IBM SPSS (*Statistical Product for Service Solutions*) *Statistic 20 for Windows* yaitu menguji pengaruh variabel *Affection*, *Amenity & Hygiene*, *Diverse Attraction*, dan *Easy Accessibility* terhadap keputusan berkunjung.

Sesuai dengan kriteria pengambilan keputusan untuk hipotesis, maka :

Jika  $t$  hitung  $< t$  tabel maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak, artinya X tidak berpengaruh terhadap Y.

Jika  $t$  hitung  $> t$  tabel maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, artinya X berpengaruh terhadap Y.