

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Lokasi Penelitian



Gambar 3.1 Denah Lokasi

Sumber: Google.com

Glamping Legok Kondang Ciwidey ini menawarkan pemandangan alam yang sangat menarik dan destinasi ini menawarkan juga wisatawan untuk berkemah, yang sangat unik dari destinasi ini adalah memiliki konsep yang sangat menarik yaitu disana *Glamping* atau Glamour Camping yakni konsep berkemah dengan fasilitas yang mewah dan terinspirasi dari Negara Afrika. Di negara tersebut membuka konsep dengan Safari Camp di dalam tenda yang

YOGA SURAPRANATA,2019

ANALISIS PERSEPSI KINERJA DAN KEPENTINGAN WISATAWAN TERHADAP PRODUK WISATA DI

GLAMPING LEGOK KONDANG CIWIDEY

KABUPATEN BANDUNG

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu 33

lebih mewah karena mereka melayani wisatawan dari negara Eropa dan Amerika.

Berbeda dengan kemah biasa, tempat ini lebih mengutamakan kenyamanan dengan menyediakan kasur busa, TV, air panas, free wifi dan perlengkapan lainnya di setiap tenda. Fasilitasnya setara dengan hotel berbintang, termasuk, toilet dengan standar kebersihan yang tinggi. Selain itu di tempat ini di sediakan booth teh dan kopi secara gratis selama 24 jam

3.2 Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Menurut Sugiyono (2012) yang dimaksud dengan metode penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivism, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik bertujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2011) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Dalam penelitian ini populasi yang dimaksud adalah jumlah wisatawan yang berkunjung ke *Glamping Legok Kondang Ciwidey* Kabupaten Bandung.

3.3.2 Sampel

Sampel menurut Sugiyono (2015:81) adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan

peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Apa yang dipelajari dari sampel itu, kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representatif (mewakili).

Dalam penelitian ini penulis menghitung jumlah sampel berdasarkan data yang didapat dari pengelola *Glamping Legok Kondang Ciwidey* Kabupaten Bandung. Data yang dijadikan nilai (n) jumlah populasi adalah jumlah rata-rata wisatawan yang berkunjung ke *Glamping Legok Kondang Ciwidey* Kabupaten Bandung dari pertengahan 2016-2017, yaitu sebanyak 4.114 wisatawan dan persen kelonggaran yang ditentukan adalah sebesar 10%. Berdasarkan data kunjungan tersebut, jumlah sampel yang dapat diambil adalah sebagai berikut :

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

$$n = \frac{4.114}{1 + 4.114(0,1)^2}$$

$$n = \frac{4.114}{4.115,0,01}$$

$$n = 99,9$$

$$n = 100$$

Berdasarkan perhitungan diatas, dapat ditarik kesimpulan bahwa sampel yang akan diambil dari penelitian ini adalah sebanyak 100 wisatawan.

3.3.3 Teknik Sampling

Dalam pengambilan sampel, penulis memakai teknik *Probability Sampling* yaitu *Simple Random Sampling*. Menurut Sugiyono (2011), *simple random sampling* adalah teknik untuk mendapatkan sampel yang langsung dilakukan pada unit sampling. Dengan demikian setiap unit

sampling sebagai unsur populasi yang terpencil memperoleh peluang yang sama untuk menjadi sampel atau untuk mewakili populasi. Jadi sampel yang digunakan yaitu para wisatawan yang berkunjung ke *Glamping* Legok Kondang Ciwidey Kabupaten Bandung.

3.4 Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian merupakan alat bantu untuk melancarkan kegiatan penelitian ini dan dapat secara sistematis dalam data yang dihasilkan. Menurut Sugiyono (2009:148) bahwa Instrumen Penelitian adalah suatu alat yang digunakan mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati. Instrumen dalam penelitian ini berupa pedoman kuisisioner atau angket yaitu merupakan daftar pertanyaan yang dapat mewakili pendapat responden. Berikut adalah instrumen yang digunakan dalam penelitian :

3.4.1 Wawancara

Sugiyono (2014:137) wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit/kecil. Dalam hal ini penulis melakukan penelitian dengan wawancara kepada pengelola *Glamping* Legok Kondang Ciwidey Kabupaten Bandung untuk mengetahui permasalahan yang ada sebagai dasar penelitian.

3.4.2 Kuesioner

Sugiyono (2014:142) kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pernyataan atau pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Dengan ini penulis akan memberikan kuesioner kepada responden yang berkunjung ke *Glamping* Legok Kondang Ciwidey Kabupaten Bandung untuk

mengisi beberapa pertanyaan atau pernyataan dalam mengumpulkan data untuk penelitian. Kuesioner yang diberikan berbentuk *closed ended* dengan skala pendekatan menggunakan Likert.

3.4.3 Observasi

Sugiyono (2014:145) observasi sebagai teknik pengumpulan data mempunyai ciri yang spesifik bila dibandingkan dengan teknik yang lain, yaitu wawancara dan kuesioner. Dalam ini penulis meneliti langsung datang ke *Glamping* Legok Kondang Ciwidey Kabupaten Bandung dan melihat reaksi dan aksi wisatawan yang berkunjung.

3.4.4 Dokumentasi

Sugiyono (2011:326) dokumen merupakan catatan peristiwa yang telah berlalu, dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar atau karya-karya monumental dari seseorang. Studi dokumen merupakan pelengkap dari penggunaan metode observasi dan wawancara. Dalam hal ini penulis melakukan penelitian dengan mengumpulkan dokumentasi yang ada baik dari hasil dokumentasi sendiri dan dokumentasi lainnya di *Glamping* Legok Kondang Ciwidey Kabupaten Bandung.

3.5 Jenis dan Sumber Data

Untuk mengumpulkan data yang benar harus mempunyai kebenaran data agar validitasnya dapat terbukti. Jenis data terbagi atas data primer dan data sekunder (Wardiyanta, 2006:28). Maka dalam penelitian ini peneliti memakai teknik pengumpulan data sebagai berikut:

3.5.1 Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh langsung di lapangan oleh peneliti sebagai obyek penulisan. Jadi jika peneliti memerlukan data

kondisi fisik produk wisata dari lokasi yang menjadi objek penelitian, maka peneliti harus mengumpulkan data berdasarkan hasil pencariannya di lokasi penelitian secara langsung (Umar, 2003).

3.5.2 Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang tidak langsung memberikan data kepada peneliti, misalnya penelitian harus melalui orang lain atau mencari melalui dokumen. Jadi data tersebut bukanlah data yang diperoleh secara langsung oleh peneliti, melainkan data yang sudah di peroleh oleh peneliti lain atau dari berbagai sumber lain seperti studi literatur yang dilakukan terhadap banyak buku dan diperoleh berdasarkan catatan – catatan yang berhubungan dengan penelitian, selain itu peneliti mempergunakan data yang diperoleh dari internet. (Sugiyono, 2011).

Tabel 3.1 Jenis dan Sumber Data

No.	Data	Jenis Data	Sumber Data
1.	Profil mengenai <i>Glamping</i> Legok Kondang Ciwidey Kabupaten Bandung	Sekunder	Pengelola <i>Glamping</i> Legok Kondang Ciwidey
2.	Tingkat kunjungan wisatawan tahun 2017 di <i>Glamping</i> Legok Kondang	Sekunder	Pengelola <i>Glamping</i> Legok Kondang Ciwidey
3.	Data destinasi wisata di Kabupaten Bandung	Sekunder	Dinas Pariwisata Kabupaten Bandung
4.	Tanggapan Wisatawan mengenai kepuasan produk wisata yang ada di <i>Glamping</i> Legok Kondang Ciwidey Kabupaten Bandung	Primer	Wawancara

Sumber: Diolah oleh peneliti, 2017

YOGA SURAPRANATA,2019

**ANALISIS PERSEPSI KINERJA DAN KEPENTINGAN WISATAWAN TERHADAP PRODUK WISATA DI
GLAMPING LEGOK KONDANG CIWIDEY
KABUPATEN BANDUNG**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu

3.6 Operasional Variabel

Menurut Sugiyono (2011: 38) variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya. Adapun pengertian dari definisi menurut Hatch dan Fahrady dalam (Sugiyono, 2012:107) variabel secara teoritis didefinisikan sebagai atribut seseorang atau objek yang mempunyai “variasi” antara satu dengan yang lain, dan variabel adalah suatu kualitas dimana peneliti mempelajari dan menarik kesimpulan darinya, memperoleh segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut. Dalam penelitian ini mempunyai satu Variabel inti yaitu produk wisata dimana nantinya produk wisata ini akan dicari tingkat kepentingan dan tingkat kinerjanya. Agar lebih jelas peneliti mencantumkan operasionalisasi dari variable produk wisata;

Tabel 3.2 Operasional Variabel

Variabel	Sub-Variabel	Indikator	Skala	No Item.
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
Produk wisata Menurut Middleton(2001:122), memberikan pengertian produk wisata lebih dalam yaitu: <i>“The tourist products</i>	Atraksi	Tingkat kenyamanan tenda di <i>Glamping</i> Legok Kondang	<i>Ordinal</i>	1
		Tingkat keamanan tenda di <i>Glamping</i> Legok Kondang	<i>Ordinal</i>	2
		Tingkat kemenarikan <i>interior</i> tenda di <i>Glamping</i> Legok	<i>Ordinal</i>	3

YOGA SURAPRANATA,2019

ANALISIS PERSEPSI KINERJA DAN KEPENTINGAN WISATAWAN TERHADAP PRODUK WISATA DI
GLAMPING LEGOK KONDANG CIWIDEY
KABUPATEN BANDUNG

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu

<i>to be considered as an amalgam of three main components of attraction, facilities at the destination and accessibility of the destination.”</i>	Kondang		
	Tingkat kebersihan tenda di <i>Glamping</i> Legok Kondang	<i>Ordinal</i>	4
	Tingkat kemenarikan hiburan di <i>Glamping</i> Legok Kondang	<i>Ordinal</i>	5
	Tingkat kemenarikan pemandangan alam di <i>Glamping</i> Legok Kondang	<i>Ordinal</i>	6
	Amenitas / Fasilitas		
	Tingkat kenyamanan tempat parkir di <i>Glamping</i> Legok Kondang	<i>Ordinal</i>	7
	Tingkat kenyamanan toilet di <i>Glamping</i> Legok Kondang	<i>Ordinal</i>	8
	Tingkat kenyamanan area api unggun di <i>Glamping</i> Legok	<i>Ordinal</i>	9

YOGA SURAPRANATA,2019

**ANALISIS PERSEPSI KINERJA DAN KEPENTINGAN WISATAWAN TERHADAP PRODUK WISATA DI
GLAMPING LEGOK KONDANG CIWIDEY
KABUPATEN BANDUNG**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu

		Kondang		
		Tingkat kenyamanan mushollah di <i>Glamping</i> Legok Kondang	<i>Ordinal</i>	10
		Tingkat kenyamanan fasilitas transportasi di <i>Glamping</i> legok Kondang	<i>. Ordinal</i>	11
	Aksesibilitas	Tingkat kemudahan dalam menemukan lokasi <i>Glamping</i> Legok Kondang		12
		Tingkat kenyamanan kondisi infrastruktur jalan menuju <i>Glamping</i> Legok Kondang		13
		Tingkat ketersediaan papan informasi tentang akses menuju <i>Glamping</i>		14

YOGA SURAPRANATA,2019

**ANALISIS PERSEPSI KINERJA DAN KEPENTINGAN WISATAWAN TERHADAP PRODUK WISATA DI
GLAMPING LEGOK KONDANG CIWIDEY
KABUPATEN BANDUNG**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu

		Legok Kondang		
		Tingkat kemudahan transportasi untuk menuju <i>Glamping</i> Legok Kondang		15

Sumber: Diolah oleh peneliti, 2017

3.7 Uji Validitas dan Reliabilitas

3.7.1 Uji Validitas

Untuk dapat mengungkap variabel-variabel yang akan diteliti, data-data yang didapat harus *valid* atau dapat diandalkan agar kesimpulan yang akan diambil tidak keliru dan memberikan gambaran baik terhadap keadaan yang sebenarnya.

Penelitian ini menggunakan uji validitas. Menurut Maholtra (2010:32), validitas adalah keadaan yang menggambarkan tingkat instrument bersangkutan yang mampu mengukur apa yang akan diukur. Jadi, semakin tinggi validitas suatu intrumen, maka instrument tersebut semakin mampu menunjukkan apa yang seharusnya diukur.

Pengujian ini dilakukan untuk menguji kesahihan setiap *item* pernyataan dalam mengukur variabelnya. Pengujian validitas dalam penelitian ini dilakukan dengan cara mengkorelasikan skor masing-masing pernyataan *item* yang ditujukan kepada responden dengan total skor untuk seluruh *item*. Teknik korelasi yang digunakan untuk menguji validitas butir pernyataan dalam penelitian ini adalah korelasi *Pearson product moment* sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{(N \sum x^2 - (\sum x)^2)(N \sum y^2 - (\sum y)^2)}}$$

(Suharsimi Arikunto, 2010:213)

Keterangan :

r_{xy} = Koefisien validitas *item* yang dicari

X = Skor yang diperoleh subjek dari seluruh *item*

Y = Skor total

$\sum X$ = Jumlah skor dalam distribusi X

$\sum Y$ = Jumlah skor dalam jumlah Y

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

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

n = Banyaknya responden

Keputusan mengenai validitas *item* pernyataan dalam kuesioner, yaitu:

- Jika r positif serta $r > 0,30$ maka *item* pernyataan tersebut valid.
- Jika r tidak positif serta $r < 0,30$ maka *item* pernyataan tersebut tidak valid

Tabel 3.3 Hasil Pengukuran Uji Validitas Variabel Tingkat Kinerja

No	Pernyataan	r hitung	r tabel	Ket.
1	Tingkat kenyamanan tenda di <i>Glamping Legok Kondang</i> ?	8.15	2.62	Valid
2	Tingkat keamanan tenda di <i>Glamping Legok Kondang</i> ?	7.31	2.62	Valid
3	Tingkat kemenarikan <i>interior</i> tenda di <i>Glamping Legok</i>	9.52	2.62	Valid

YOGA SURAPRANATA,2019

**ANALISIS PERSEPSI KINERJA DAN KEPENTINGAN WISATAWAN TERHADAP PRODUK WISATA DI
GLAMPING LEGOK KONDANG CIWIDEY
KABUPATEN BANDUNG**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu

	Kondang ?			
4	Tingkat kebersihan tenda di <i>Glamping Legok Kondang</i> ?	8.47	2.62	Valid
5	Tingkat kemenarikan hiburan di <i>Glamping Legok Kondang</i> ?	8.55	2.62	Valid
6	Tingkat kemenarikan pemandangan alam di <i>Glamping Legok Kondang</i> ?	8.77	2.62	Valid
7	Tingkat kenyamanan tempat parkir di <i>Glamping Legok Kondang</i> ?	9.62	2.62	Valid
8	Tingkat kenyamanan toilet di <i>Glamping Legok Kondang</i> ?	9.54	2.62	Valid
9	Tingkat kenyamanan area api unggun di <i>Glamping Legok Kondang</i> ?	10.10	2.62	Valid
10	Tingkat kenyamanan mushollah di <i>Glamping Legok Kondang</i> ?	9.25	2.62	Valid
11	Tingkat kenyamanan fasilitas transportasi di <i>Glamping legok Kondang</i> ?	9.79	2.62	Valid
12	Tingkat kemudahan dalam menemukan lokasi <i>Glamping</i>	10.43	2.62	Valid

YOGA SURAPRANATA,2019

**ANALISIS PERSEPSI KINERJA DAN KEPENTINGAN WISATAWAN TERHADAP PRODUK WISATA DI
GLAMPING LEGOK KONDANG CIWIDEY
KABUPATEN BANDUNG**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu

	Legok Kondang ?			
13	Tingkat kenyamanan kondisi infrastruktur jalan menuju <i>Glamping</i> Legok Kondang ?	8.28	2.62	Valid
14	Tingkat ketersediaan papan informasi tentang akses menuju <i>Glamping</i> Legok Kondang ?	6.46	2.62	Valid
15	Tingkat kemudahan transportasi untuk menuju <i>Glamping</i> Legok Kondang ?	7.45	2.62	Valid

Sumber: Diolah oleh peneliti, 2017

Berdasarkan hasil uji validitas instrument penelitian variabel Kinerja pada tabel 3.5 diatas dengan menggunakan bantuan *software SPSS 20 for windows*, dapat disimpulkan bahwa seluruh pertanyaan dari pertanyaan No. 1 sampai No 27 dinyatakan valid karena $r_{hitung} \geq r_{tabel}$.

Tabel 3.4 Hasil Pengukuran Uji Validitas Variabel Tingkat Kepentingan

No	Pernyataan	r hitung	r table	Ket.
1	Tingkat kenyamanan tenda di <i>Glamping</i> Legok Kondang ?	7.34	2.62	Valid
2	Tingkat keamanan tenda di <i>Glamping</i> Legok Kondang ?	9.19	2.62	Valid
3	Tingkat kemenarikan <i>interior</i> tenda di	8.38	2.62	Valid

YOGA SURAPRANATA,2019

ANALISIS PERSEPSI KINERJA DAN KEPENTINGAN WISATAWAN TERHADAP PRODUK WISATA DI
GLAMPING LEGOK KONDANG CIWIDEY
KABUPATEN BANDUNG

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu

	<i>Glamping</i> Legok Kondang ?			
4	Tingkat kebersihan tenda di <i>Glamping</i> Legok Kondang ?	9.13	2.62	Valid
5	Tingkat kemenarikan hiburan di <i>Glamping</i> Legok Kondang ?	9.89	2.62	Valid
6	Tingkat kemenarikan pemandangan alam di <i>Glamping</i> Legok Kondang ?	10.33	2.62	Valid
7	Tingkat kenyamanan tempat parkir di <i>Glamping</i> Legok Kondang ?	8.97	2.62	Valid
8	Tingkat kenyamanan toilet di <i>Glamping</i> Legok Kondang ?	8.39	2.62	Valid
9	Tingkat kenyamanan area api unggun di <i>Glamping</i> Legok Kondang ?	9.10	2.62	Valid
10	Tingkat kenyamanan mushollah di <i>Glamping</i> Legok Kondang ?	8.85	2.62	Valid
11	Tingkat kenyamanan fasilitas transportasi di <i>Glamping</i> legok	9.58	2.62	Valid

YOGA SURAPRANATA,2019

**ANALISIS PERSEPSI KINERJA DAN KEPENTINGAN WISATAWAN TERHADAP PRODUK WISATA DI
GLAMPING LEGOK KONDANG CIWIDEY
KABUPATEN BANDUNG**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu

	Kondang ?			
12	Tingkat kemudahan dalam menemukan lokasi <i>Glamping</i> Legok Kondang ?	7.90	2.62	Valid
13	Tingkat kenyamanan kondisi infrastruktur jalan menuju <i>Glamping</i> Legok Kondang ?	9.38	2.62	Valid
14	Tingkat ketersediaan papan informasi tentang akses menuju <i>Glamping</i> Legok Kondang ?	8.99	2.62	Valid
15	Tingkat kemudahan transportasi untuk menuju <i>Glamping</i> Legok Kondang ?	9.47	2.62	Valid

Sumber: Diolah oleh peneliti, 2017

Berdasarkan hasil uji validitas instrument penelitian variabel Kepentingan pada tabel 3.6 diatas dengan menggunakan bantuan *software SPSS 20 for windows*, dapat disimpulkan bahwa seluruh pertanyaan dari pertanyaan No. 1 sampai No 27 dinyatakan valid karena $r_{hitung} \geq r_{tabel}$.

3.7.2 Uji Realibilitas

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

$$r_i = \frac{2 \cdot r_b}{\sqrt{1 + r_b}}$$

YOGA SURAPRANATA,2019

ANALISIS PERSEPSI KINERJA DAN KEPENTINGAN WISATAWAN TERHADAP PRODUK WISATA DI
GLAMPING LEGOK KONDANG CIWIDEY
KABUPATEN BANDUNG

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu

ri = Reabilitas internal seluruh instrument

rb = Korelasi *product moment* antara belahan pertama dan kedua

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

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

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

Untuk mengukur reliabilitas indikator-indikator dalam kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini, peneliti menggunakan program *SPSS Statistics 20*. Berikut merupakan hasil uji reliabilitas variabel produk wisata.

Hasil Uji Reliabilitas Tingkat Kepentingan

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.889	15

Gambar 3.2 Uji Reliabilitas Tingkat Kepentingan SPSS 20

Sumber: Diolah oleh peneliti, 2017

Berdasarkan pada gambar 3.2 dapat dilihat setelah dilakukan uji reliabilitas dengan menggunakan bantuan *SPSS Statistics 20* dimana YOGA SURAPRANATA,2019

**ANALISIS PERSEPSI KINERJA DAN KEPENTINGAN WISATAWAN TERHADAP PRODUK WISATA DI
GLAMPING LEGOK KONDANG CIWIDEY
KABUPATEN BANDUNG**

variabel yang diujikan untuk tingkat kepentingan berada pada rentan 0.70 -< 0.90 yang berarti reliabel.

Hasil Uji Reliabilitas Tingkat Kinerja

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.880	15

Gambar 3.3 Uji Reliabilitas Tingkat Kinerja SPSS 20

Sumber: Diolah oleh peneliti, 2017

Berdasarkan pada gambar 3.3 dapat dilihat setelah dilakukan uji reliabilitas dengan menggunakan bantuan *SPSS Statistics 20* dimana variabel yang diujikan untuk tingkat kepentingan berada pada rentan 0,70 -< 0,90 yang berarti reliabel.

3.8 Teknik Analisis Data

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

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

- a) Harapan.
- b) Tujuan (*Objective*)

YOGA SURAPRANATA,2019

ANALISIS PERSEPSI KINERJA DAN KEPENTINGAN WISATAWAN TERHADAP PRODUK WISATA DI

GLAMPING LEGOK KONDANG CIWIDEY

KABUPATEN BANDUNG

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu

- c) *Perceived Performance* (Kinerja yang dirasakan)
- d) *Attribute Satisfaction* dan *Information Satisfaction*

Instrumen dalam penelitian ini berupa pedoman wawancara untuk melakukan wawancara dengan pengelola objek wisata dan kuisisioner atau angket yaitu merupakan daftar pertanyaan yang dapat mewakili pendapat responden. Skala pengukuran melalui pendekatan sebagai berikut:

3.8.1 Pendekatan Skala Likert

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

Tabel 3.5 Kriteria Bobot Nilai Alternatif

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

Sumber : Sugiono(2012)

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

Data ordinal yang telah didapat dikonversikan menjadi data interval melalui alat yaitu *Method Success Interval* (MSI).

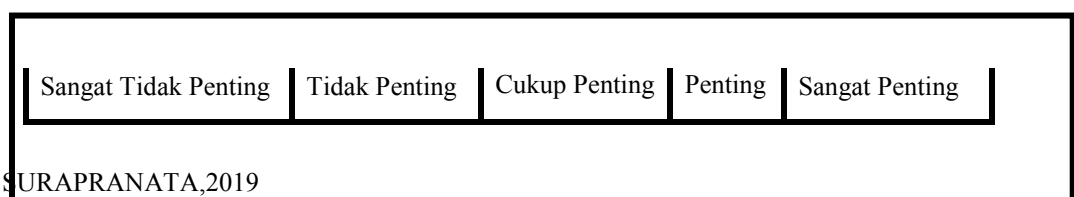
3.8.2 Garis Kontinum

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

Data ordinal tersebut selanjutnya di buat skoring yang kemudian digambarkan melalui penggunaan tabel distribusi frekuensi untuk keperluan menganalisa data. Nilai numerikal tersebut dianggap sebagai objek dan selanjutnya melalui proses transformasi ditempatkan ke dalam interval. Untuk menganalisis setiap pertanyaan atau indikator, hitung frekuensi jawaban setiap kategori (pilihan jawaban) dan dijumlahkan. Setelah setiap indikator mempunyai jumlah, selanjutnya penulis membuat garis kontinum. Setelah mengetahui skor jumlah indikator, skor tersebut diklasifikasikan dengan garis kontinum. Sebelumnya ditentukan dulu jenjang intervalnya, yaitu dengan menggunakan rumus yang dikemukakan oleh Sudjana (2005:79) sebagai berikut:

$$\text{Nilai Jenjang Interval (NJI)} = \frac{\text{Nilai Tertinggi} - \text{Nilai Terendah}}{\text{Jumlah Kriteria Pernyataan}}$$

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



YOGA SURAPRANATA, 2019

ANALISIS PERSEPSI KINERJA DAN KEPENTINGAN WISATAWAN TERHADAP PRODUK
WISATA DI
GLAMPING LEGOK KONDANG CIWIDEY
KABUPATEN BANDUNG

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu

Gambar 3.4 Garis Kontinum

Sumber : Diolah oleh penulis (2017)

3.8.3 Importance Performance Analysis (IPA)

Metode *Importance Performance Analysis* (IPA) pertama kali diciptakan oleh Martilla & James. Menurut Pasuraman dalam Rangskuti (2006) Konsep ini berasal dari konsep SERVQUAL, Intinya tingkat kepentingan pelanggan (*customer expectation*) diukur dalam kaitannya dengan apa yang seharusnya dikerjakan oleh perusahaan agar menghasilkan produk atau jasa berkualitas tinggi.

Setelah diketahui tingkat kepentingan dan kinerja setiap (atribut) untuk seluruh responden, maka langkah berikutnya adalah memetakan hasil perhitungan yang telah didapat ke dalam Diagram Kartesius. Menurut Kotler dalam Tjiptono (2007) tingkat kepuasan Wisatawan dapat dihitung berdasarkan rumus berikut:

$$CS = \sum (I_i - P_{pi})$$

Keterangan :

CS : Kepuasan Pelanggan

I : Tingkat Kepentingan (*Importance*)

Pp : Tingkat Kinerja (*Perceived Performance*)

Dimana apabila:

CS < 0 Wisatawan merasa sangat puas

CS = 0 Wisatawan merasa puas

CS > 0 Wisatawan merasa tidak puas

Langkah selanjutnya setelah mendapatkan angka-angka tersebut adalah dengan memasukkannya ke dalam diagram kartesius. Diagram kartesius adalah sebuah Matriks *Importance-Performance* yang digunakan adalah suatu bangun dibagi menjadi empat kuadran yang dibatasi oleh dua

buah garis yang berpotongan tegak lurus pada titik (X, Y) , masing-masing dihitung dengan rumus:

$$\bar{X} = \frac{\sum_{i=1}^n x_i}{k}$$

$$\bar{Y} = \frac{\sum_{i=1}^n y_i}{k}$$

Dimana :

\bar{X} = nilai rata-rata kinerja dari semua pernyataan

\bar{Y} = nilai rata-rata kepentingan dari semua pernyataan

k = total atribut (pertanyaan)

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

a) Kuadran I (focus improvement).

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

b) Kuadran II (maintain performance).

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

c) Kuadran III (medium low priority).

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

d) Kuadran IV (reduce emphasis).

YOGA SURAPRANATA, 2019

ANALISIS PERSEPSI KINERJA DAN KEPENTINGAN WISATAWAN TERHADAP PRODUK WISATA DI

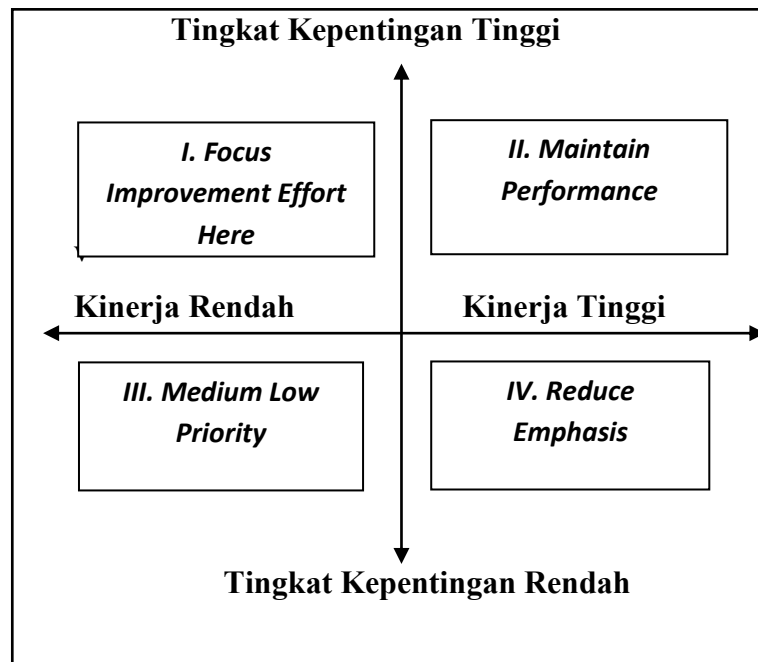
GLAMPING LEGOK KONDANG CIWIDEY

KABUPATEN BANDUNG

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu

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

Diagram kartesius dalam IPA ditunjukkan pada diagram di bawah ini:



Gambar 3.5 Matriks *Importance-Performance*

Sumber: Diolah oleh peneliti, 2017