

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Objek dan Subjek Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi kesadaran halal wisatawan domestik di wilayah Karees dan Tegalega terhadap jajanan khas populer Bandung. Dalam penelitian ini menurut Ambali dan Bakar (2014) keyakinan agama, label halal, *exposure* dan kesehatan menjadi objek atau *independent variable*. Selain itu dalam penelitian ini kesadaran halal wisatawan domestik terhadap produk halal menjadi *dependent variable*. Dan wisatawan domestik yang berkunjung ke Bandung menjadi subjek dalam penelitian ini. Penelitian ini dilakukan kepada wisatawan domestik yang sedang berkunjung ke wilayah Karees dan Tegalega.

Wilayah kota Bandung memiliki subkota wilayah yang terbagi menjadi 8 bagian yaitu Wilayah Arcamanik, Wilayah Bojonagara, Wilayah Cibeunying, Wilayah Gedebage, Wilayah Karees, Wilayah Kordon, Wilayah Tegalega, dan Wilayah Ujungberung. Penelitian ini dilakukan di Wilayah Karees dan Wilayah Tegalega, beberapa daerah ini berperan sebagai kawasan wisata, industri dan perdagangan di Kota Bandung.

Dilihat dari peranannya, Wilayah Karees yang menjadi pusat wisata dan bisnis dan Wilayah Tegalega yang menjadi salah satu pusat bisnis.

3.2 Metode Penelitian

Menurut Raco (2010:12) metode penelitian berarti suatu kegiatan ilmiah yang dilakukan secara bertahap dimulai dengan penentuan topik, pengumpulan data, dan

menganalisis data, sehingga nantinya diperoleh suatu pemahaman dan pemahaman atas topik, gejala atau isu tertentu.

3.2.1 Metode yang digunakan

Metode yang digunakan adalah metode penelitian kuantitatif. Menurut Sugiyono (2015:14), metode penelitian kuantitatif merupakan metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positifisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kauntitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan

3.2.2 Operasional Variabel

Di dalam sebuah penelitian sangat dibutuhkan operasional variabel untuk membantu peneliti untuk mengukur suatu variabel. Penelitian ini memiliki dua variabel yaitu *dependent variable* dan *independent variable*. Menurut Utama (2012:46) *dependent variable* atau variabel tergantung adalah suatu variabel yang menjadi pusat perhatian peneliti yang keragamannya ditentukan atau tergantung atau dipengaruhi variabel lainnya, sedangkan *independent variable* atau variabel bebas adalah suatu variabel yang menjadi pusat perhatian peneliti, yang keragamannya sebagai akibat dari campur tangan peneliti atau merupakan suatu kondisi yang ingin diselidiki, diteliti, atau dikaji dan mempengaruhi variabel tergantung.

Tabel 3.1

Operasional Variabel

Variabel	Konsep Teoritis	Konsep Empiris	Konsep Analitik	Skala	No.
Kesadaran Wisatawan Terhadap Produk	Kata kesadaran dalam konteks halal secara harfiah berarti memiliki ketertarikan khusus, pengalaman, atau	Kesadaran Wisatawan Terhadap Produk Halal dapat dilihat dari aspek sebagai berikut:	Data diperoleh dari wisatawan domestik dengan skala semantik meliputi:	Interval	

Hapsari Gustiani Kinanti, 2019

Kesadaran wisatawan domestik terhadap produk jajanan khas halal di Kota Bandung Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Variabel	Konsep Teoritis	Konsep Empiris	Konsep Analitik	Skala	No.
Halal (Y)	informasi yang cukup terkait isu makanan halal, minuman dan produk halal lainnya. (Ambali & Akbar, 2014)	<ul style="list-style-type: none"> - Sangat sadar akan produk halal - Pengetahuan yang cukup mengenai produk halal - Memperhatikan pentingnya makanan halal - Bertindak bila ada kesalahan terhadap produk halal yang dibeli (Ambali & Akbar, 2014)	<ul style="list-style-type: none"> - Sangat sadar akan produk halal - Pengetahuan yang cukup mengenai produk halal - Memperhatikan pentingnya makanan halal - Bertindak bila ada kesalahan terhadap produk halal yang dibeli 		1 2 3 4
Keyakinan agama (X1)	Keyakinan agama dilihat dari keyakinan individu terhadap yang diperintahkan agama. Keyakinan agama seseorang sering kali berpengaruh dalam kehidupan sehari-hari terutama dalam memilih makanan sehingga membuat tingkat kesadaran halal seseorang dengan makanan yang disantapnya. (Ambali & Akbar, 2014)	Indikator Keyakinan agama dapat dilihat dari aspek, sebagai berikut: <ul style="list-style-type: none"> - Keharusan mengonsumsi produk halal - Larangan mengonsumsi produk tidak halal - Mengonsumsi produk tidak halal adalah dosa - Mengonsumsi produk halal merupakan suatu ketaatan (Ambali & Akbar, 2014)	Data diperoleh dari wisatawan domestik dengan skala semantik, meliputi: <ul style="list-style-type: none"> - Keharusan mengonsumsi produk halal - Larangan mengonsumsi produk tidak halal - Mengonsumsi produk tidak halal adalah dosa - Mengonsumsi produk halal merupakan suatu ketaatan 	Interval	5 6 7 8
Label Halal	Label merupakan informasi yang	Persepsi individu terhadap peran label	Data diperoleh dari wisatawan domestik	Interval	

Hapsari Gustiani Kinanti, 2019

Kesadaran wisatawan domestik terhadap produk jajanan khas halal di Kota Bandung Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Variabel	Konsep Teoritis	Konsep Empiris	Konsep Analitik	Skala	No.
(X2)	diberikan penjual kepada konsumen mengenai produk yang dijual. Dalam konteks ini label halal dapat memicu kesadaran halal seseorang dalam membeli produk. (Ambali & Akbar, 2014)	halal, meliputi: - Pentingnya label halal - Label halal sebagai daya Tarik - Hanya mengonsumsi produk yang berlabel halal - Mengetahui label halal (Ambali & Akbar, 2014)	dengan skala semantik meliputi: - Pentingnya label halal - Label halal sebagai daya Tarik - Hanya mengonsumsi produk yang berlabel halal - Mengetahui label halal		9 10 11 12
<i>Exposure</i> (X3)	Edukasi pengetahuan merupakan salah satu cara terbaik untuk membuat orang sadar jenis apa yang mereka makan dalam konteks keselamatan dan kondisi higienis yang merupakan tujuan utama dari halal. (Patnoad, 2005)	Berikut merupakan indikator <i>Exposure</i> : - Informasi dari periklanan - Informasi dari media massa (cetak dan elektronik) dan social (internet) - Informasi dari keluarga - Informasi dari teman (Ambali & Akbar, 2014)	Data diperoleh dari wisatawan domestik dengan skala semantik, meliputi: - Informasi dari periklanan - Informasi dari media massa (cetak dan elektronik) dan social (internet) - Informasi dari keluarga - Informasi dari teman	Interval	13 14 15 16
Kesehatan	Kesehatan dilihat dari keyakinan individu	Persepsi individu terhadap peran	Data diperoleh dari wisatawan domestik	Interval	

Hapsari Gustiani Kinanti, 2019

Kesadaran wisatawan domestik terhadap produk jajanan khas halal di Kota Bandung Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Variabel	Konsep Teoritis	Konsep Empiris	Konsep Analitik	Skala	No.
(X4)	terkait makanan halal dengan kesehatan dan higienis. Banyak orang mencari makanan halal karena tingkat higienisnya lebih terjamin. (Ambali & Akbar, 2014)	kesehatan, meliputi: - Tercegah dari penyakit. - Produk halal diarahkan pada diet yang baik - Makanan halal melambangkan produk aman & higienis (Ambali & Akbar, 2014)	dengan skala semantik meliputi: - Tercegah dari penyakit. - Produk halal diarahkan pada diet yang baik - Makanan halal melambangkan produk aman & higienis		17 18 19

3.3 Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling

3.3.1 Populasi

Dalam penelitian ini yang menjadi populasi yaitu wisatawan domestik di Bandung yang mengunjungi kota Bandung. Target populasi yang menjadi subjek penelitian adalah wisatawan domestik yang berkunjung ke wilayah Karees dan Tegalega Bandung.

3.3.2 Sampel

Sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus Isaac dan Michael. Jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini sebesar 195 sampel. Ukuran sampel tersebut diperoleh dari tabel penentuan jumlah Isaac dan Michael (dalam Sugiyono, 2012:69) dengan signifikansi 5%. Rumusan menghitung ukuran sampel dari populasi yang diketahui jumlahnya sebagai berikut:

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

Keterangan :

Hapsari Gustiani Kinanti, 2019

Kesadaran wisatawan domestik terhadap produk jajanan khas halal di Kota Bandung Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

S = Jumlah sampel

N = Jumlah populasi

λ^2 = Chi kuadrat, dengan dk = 1, taraf kesalahan 1% 5% 10%

d = 0,05

P = Q = 0,5

Dari tabel Isaac dan Michael, bahwa penentuan jumlah sampel dari rumus diatas memberikan kemudahan penentu jumlah sampel berdasarkan tingkat kesalahan 1%, 5% dan 10% Dengan tabel ini, peneliti dapat secara langsung menentukan besaran sampel berdasarkan jumlah populasi dan tingkat kesalahan yang dikehendaki. Jadi, sampel dalam penelitian ini berjumlah 195 responden dengan taraf kesalahan 5%.

3.3.3 Teknik Sampling

Menurut Utama (2012:69) terdapat dua macam cara untuk pengambilan sampel, yaitu secara random (*random sampling, probability sampling method*) dan non random (*non random sampling, non probability sampling*).

Cara yang digunakan pada penelitian ini adalah *non probability sampling*. Sedangkan Teknik yang digunakan adalah *purposive sampling* sampel diambil dengan berdasarkan pertimbangan subjektif peneliti, di mana persyaratan yang dibuat sebagai kriteria harus dipenuhi sebagai sampel.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti adalah kuisisioner. Menurut Sugiyono (2013:135) Kuisisioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan dan pernyataan tertulis kepada responden untuk di jawab. Kuisisioner yang digunakan merupakan

kuisisioner tertutup, dimana jawaban sudah disediakan sehingga responden hanya memilih salah satu jawaban saja yang telah disediakan yang sesuai pendapatnya.

Skala yang digunakan pada kuisisioner ini adalah skala semantik. Skala Semantik merupakan skala interval yang umumnya menggunakan lima penilaian, sebagai berikut:



3.5 Uji Validitas dan Uji Realibilitas

Kuisisioner merupakan instrument yang digunakan penulis dalam penelitian ini. Kuisisioner yang digunakan dalam penelitian ini digunakan bertujuan untuk mengetahui pendapat seseorang mengenai pengaruh wisata halal terhadap minat wisatawan domestic. Skala yang digunakan adalah ordinal kuliner, yaitu skala yang mengandung unsur penamaan atau kategorisasi, juga memiliki unsur urutan atau peringkat (*order* = urutan).

Terdapat dua syarat penting yang berlaku untuk sebuah kuisisioner, yaitu kuisisioner tersebut harus valid dan reliable.

3.5.1 Uji Validitas

Suatu kuisisioner dikatakan valid bila pertanyaan atau pernyataan pada kuisisioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur kuisisioner tersebut. Untuk menguji validitasnya digunakan rumus *Product Moment Co-efficient of Correlation*.

$$R = \frac{(n\sum XY - \sum X \sum Y)}{\sqrt{(n\sum X^2 - (\sum X)^2)} \sqrt{(n\sum Y^2 - (\sum Y)^2)}}$$

Keterangan:

r = Koefisien validitas item yang dicari

Hapsari Gustiani Kinanti, 2019

Kesadaran wisatawan domestik terhadap produk jajanan khas halal di Kota Bandung Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

- x = skor yang diperoleh dari subjek setiap item
- y = skor yang diperoleh dari subjek seluruh item
- $\sum X$ = Jumlah skor dalam distribusi x
- $\sum Y$ = Jumlah skor dalam distribus y
- $\sum X^2$ = Jumlah kuadrat pada masing-masing x
- $\sum Y^2$ = Jumlah kuadrat pada masing-masing y
- N = Jumlah responden

Nilai r dibandingkan dengan nilai r_{tabel} dengan taraf signifikan $\alpha = 5\%$ (0,306) dan kriteria pengujian sebagai berikut:

1. Jika $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$ maka pernyataan dikatakan *valid*.
2. Jika $r_{\text{hitung}} < r_{\text{tabel}}$ maka pernyataan dikatakan tidak *valid*.

Berdasarkan uji validitas yang dilakukan dengan bantuan program *SPSS 20.0* didapat hasil pengujian pada table dibawah ini:

Tabel 3.2

Hasil Uji Validitas

No.	Variabel	Item	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1	Kesadaran Wisatawan Terhadap Produk Halal (Y)	1	0,564	0,306	Valid
2		2	0,769	0,306	Valid
3		3	0,526	0,306	Valid
4		4	0,755	0,306	Valid

No.	Variabel	Item	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
5	Keyakinan Agama (X1)	1	0,588	0,306	Valid
6		2	0,681	0,306	Valid
7		3	0,559	0,306	Valid
8		4	0,479	0,306	Valid
9	Label Halal (X2)	1	0,545	0,306	Valid
10		2	0,689	0,306	Valid
11		3	0,646	0,306	Valid
12		4	0,797	0,306	Valid
13	Exposure (X3)	1	0,696	0,306	Valid
14		2	0,516	0,306	Valid
15		3	0,658	0,306	Valid
16		4	0,744	0,306	Valid
17	Kesehatan (X4)	1	0,479	0,306	Valid
18		2	0,760	0,306	Valid
19		3	0,605	0,306	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2018

Berdasarkan tabel 3.2 tersebut, diperoleh data dari 19 item pernyataan pada angket variabel X yaitu keyakinan agama, label halal, exposure dan kesehatan yang memiliki 19 item dinyatakan valid dan variabel Y yaitu kesadaran halal wisatawan domestik terhadap produk halal yang memiliki 4 item juga dinyatakan valid. Dari 19 item semua dinyatakan valid sehingga dapat digunakan sebagai alat pengumpul data.

Hapsari Gustiani Kinanti, 2019

Kesadaran wisatawan domestik terhadap produk jajanan khas halal di Kota Bandung Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

3.5.2 Uji Reliabilitas

Menurut Suharsimi dalam Agus Purwoto (2007:12) realibilitas adalah apakah sebuah instrument dapat mengukur suatu yang dikukur secara konsisten dari waktu ke waktu. Dalam penelitian ini, pengukuran reliabilitas menggunakan koefisien alpha cronbrach $> 0,60$, dengan rumus berikut :

$$r = \left[\frac{k}{(k-1)} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right] \quad \text{Purwoto (2007:12)}$$

Keterangan :

α = Koefisien reliabilitas yang dicari

k = Jumlah butir pertanyaan

σ_b^2 = Varian butir pertanyaan

σ_t^2 = Varian skor total

Dimana kriteria pengujian validitas sebagai berikut:

1. Jika $r_{\text{cronbach alpha}} > r_{\text{cronbach alpha}}$ yang diisyaratkan maka pernyataan dikatakan *reliable*.
2. Jika $r_{\text{cronbach alpha}} < r_{\text{cronbach alpha}}$ yang diisyaratkan maka pernyataan dikatakan tidak *reliable*.

Berdasarkan uji validitas yang dilakukan dengan bantuan program *SPSS 20.0* didapat hasil pengujian pada table dibawah ini:

Tabel 3.3

Hasil Uji Reabilitas

No.	Variabel	Cronbach Alpha	Cronbach Alpha yang disyaratkan	Keterangan
1	Kesadaran wisatawan domestik terhadap produk halal (Y)	0,74	0,6	Realible
2	Keyakinan Agama (X1)	0,69	0,6	Realible
3	Label Halal (X2)	0,75	0,6	Realible
4	Exposure (X3)	0,75	0,6	Realible
5	Kesehatan (X4)	0,70	0,6	Realible

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2018

Dilihat dari tabel 3.3 nilai reliabilitas kelima variabel penelitian leebih besar dari *cronbach alpha* yang diisyaratkan sebesar $> 0,60$. Hasil pengujian ini menunjukkan bahwa semua pernyataan sudah realiable, sehingga kuisisioner yang digunakan dapat dikatakan andal untuk memberikan hasil yang konsisten.

3.6 Uji Normalitas

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

Uji normalitas dapat diketahui melalui pola pesebaran data berada di sekitar garis diagonal dari grafik normal P-Plot. Apabila pola persebaran data berada disekitar garis diagonal dan searah dengan arah grafis diagonal normal P-Plot, maka model regresi telah memenuhi asumsi normalitas.

3.7 Analisis Data

Untuk mengetahui hubungan antara dua variable atau lebih dapat digunakan dengan menghitung korelasi antara variable yang akan diteliti. Korelasi merupakan angka yang menunjukkan arah dan kuatnya hubungan antara dua variable atau lebih.

Dengan memperhatikan karakteristik variable yang akan diuji, maka uji hipotesis digunakan menggunakan perhitungan korelasi untuk kedua variable tersebut.

Adapun yang menjadi hipotesis dalam penelitian ini adalah:

Ho : keyakinan agama, label halal, *exposure* dan kesehatan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap Kesadaran wisatawan terhadap produk halal

Ha : Kesadaran wisatawan terhadap produk halal, keyakinan agama, label halal, *exposure* dan kesehatan berpengaruh secara signifikan terhadap Kesadaran wisatawan terhadap produk halal

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan tingkat kepercayaan 95% tingkat kesalahan (α) sebesar 5% dan derajat kebebasan (dk) sebesar $n - 2 = 198$.

3.7.1 Regresi Linear Berganda

Selain itu, untuk mengukur hubungan matematis antara factor penarik produk wisata kuliner halal dan minat wisatawan domestik, maka dihitung menggunakan analisis regresi linier berganda. Bentuk persamaan regresi linier berganda adalah:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \dots + b_nX_n \text{ (Sugiyono, 2011)}$$

Sehingga bentuk persamaannya menjadi:

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

Keterangan:

Y = kesadaran wisatawan terhadap produk halal terhadap produk jajanan populer khas Bandung.

a = konstanta kesadaran wisatawan terhadap produk halal, keyakinan agama, sertifikat halal, *exposure* dan kesehatan

b_1 = koefisien regresi untuk keyakinan agama

X_1 = variabel keyakinan agama

b_2 = koefisien regresi untuk label halal

X_2 = variabel label halal

b_3 = koefisien regresi untuk *exposure*

X_3 = variabel *exposure*

b_4 = Koefisien regresi untuk kesehatan

X_4 = variabel kesehatan

3.7.2 Uji Regresi secara Parsial (Uji t)

Uji t dilakukan untuk mengetahui pengaruh dari masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen, dengan rumusan hipotesis

H_0 : $\beta_i = 0$, artinya variabel independen secara parsial tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

H_a : $\beta_i \neq 0$, artinya variabel independen secara parsial mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Untuk pengujian signifikan koefisien korelasi hipotesis, dihitung dengan menggunakan uji t dengan rumus :

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}} \quad (\text{Sugiyono, 2011:230})$$

Hapsari Gustiani Kinanti, 2019

Kesadaran wisatawan domestik terhadap produk jajanan khas halal di Kota Bandung Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Keterangan:

t = t hitung

n = ukuran sampel

r = nilai koefisien korelasi

Dimana kriteria penerimaan atau penolakan hipotesis sebagai berikut:

1. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, berarti variabel X berpengaruh secara signifikan terhadap variabel Y (Ha diterima atau Ho ditolak).
2. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, berarti variabel X berpengaruh tidak signifikan terhadap variabel Y (Ha ditolak atau Ho diterima).

3.7.3 Uji Regresi secara Simultan (Uji F)

Menurut Alfianka (2016:69) uji f bertujuan untuk melihat apakah kedua sampel mempunyai varian yang homogeny atau tidak. Untuk menguji harga f sehingga diketahui varian masing-masing data maka digunakan rumus sebagai berikut:

$$\frac{S_1^2}{S_2^2}$$

Alfianika (2016:69)

Keterangan:

F = Kehomogenan varians

S_1^2 = Varians terbesar

S_2^2 = Varian terkecil

Hapsari Gustiani Kinanti, 2019

Kesadaran wisatawan domestik terhadap produk jajanan khas halal di Kota Bandung Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Jika nilai f sudah ditetapkan, maka dibandingkan dengan nilai f yang terdapat didalam distribusi f dengan taraf signifikan 5% dan dk pembilang = n_1-1 , dk penyebut n_1-1 . Jika nilai $F_{hitung} < F_{tabel}$ berarti kelompok data mempunyai varian dan memiliki varian tidak homogeny.

3.7.4 Koefisien Korelasi

Menurut Kurniawan dan Budi (2016:19) 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. Korlasi linear dinyatakan dengan besarnya nilai koefisien korelasi (r) pada fngsi linear. Korelasi linear terletak diantara -1 dan 1 ($-1 \leq r \leq 1$). Koefisien korelasi diantara kedua variabel apabila memiliki nila r positif maka bersifat searah, dan sebaliknya apabila nilai r negatif maka bersifat berlawanan arah. Dapat menggunakan rumus sebagai berikut:

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

Purwoto (2007:12)

Keterangan:

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

Hapsari Gustiani Kinanti, 2019

Kesadaran wisatawan domestik terhadap produk jajanan khas halal di Kota Bandung Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Tabel 3.4

Tabel Koefisien Korelasi

Koefisien Korelasi	Tingkat Hubungan
0,00-0,19	Sangat Rendah
0,20-0,39	Rendah
0,40-0,59	Sedang
0,60-0,79	Kuat
0,80-1,00	Sangat Kuat

Sumber : Sugiyono (2013:18)

3.7.5 Koefisien Determinan (*R-square*)

3.7.5.1 Koefisien Determinansi Parsial

Menurut Kurniawan dan Budi (2016:46) koefisien determinasi parsial adalah nilai yang digunakan untuk mengukur besarnya kontribusi satu variabel independen (X) yang ada didalam model terhadap variasi (naik/turunnya) variabel dependen (Y), ketika variabel independen lain ada di dalam model regresi. Untuk menghitung koefisien determinasi parsial dapat menggunakan rumus sebagai berikut:

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

Sugiyono (2011:231)

Keterangan :

K_d = Nilai koefisien determinasi

R = Nilai koefisien korelasi

Hapsari Gustiani Kinanti, 2019

Kesadaran wisatawan domestik terhadap produk jajanan khas halal di Kota Bandung Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

3.7.5.2 Koefisien Determinansi Simultan

Analisis koefisien determinasi simultan (R^2) 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 nilai R^2 adalah antara nol dan satu. Apabila R^2 mendekati satu maka dapat dikatakan semakin kuat kemampuan variabel independen dalam model regresi dalam memenangkan variabel terikat, sebaliknya, jika R^2 mendekati nol maka semakin lemah variabel independen menerangkan variasi variabel terikat.