

BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan ilmu manajemen pemasaran pariwisata. Adapun objek penelitian terdiri dari dua variabel yaitu variabel X (variabel bebas) dan variabel Y (variabel terikat). Menurut Uma dan Roger (2016) variabel penelitian adalah segala sesuatu yang dapat mengambil nilai yang berbeda dan/atau bervariasi. Nilai-nilai dapat berbeda pada waktu untuk objek yang sama, atau pada waktu yang sama untuk objek yang berbeda (Sekaran & Bougie, 2016:72). Penelitian ini menganalisis mengenai bagaimana pengaruh *film-induced tourism* dapat meningkatkan keputusan berkunjung wisatawan Malaysia ke Yogyakarta. Terdapat dua variabel dalam penelitian ini yaitu variabel bebas (*independent variable*) adalah *film-induced tourism* dan variabel terikat (*dependent variable*) adalah keputusan berkunjung.

Menurut Uma dan Roger (2013:74) variabel bebas (*independent variable*) merupakan variabel yang mempengaruhi variabel terikat (*dependent variable*) baik secara positif maupun negatif. Variabel bebas (*independent variable*) dalam penelitian ini adalah *film-induced tourism* yang terdiri dari *destination marketing activities* (X_1), *film-specific factors* (X_2) dan *destination attributes* (X_3) terhadap keputusan berkunjung (Y). Sedangkan variabel terikat (*dependent variable*) menurut Uma dan Roger (2016:73) adalah variabel minat utama peneliti yang bertujuan untuk memahami dan menggambarkan variabel dependen, atau untuk menjelaskan variabilitasnya atau memprediksinya. Variabel terikat (*dependent variable*) dalam penelitian ini adalah keputusan berkunjung (Y) yang terdiri dari *type of destination*, *type of holiday* dan *on-site behavior*.

Unit analisis dalam penelitian ini adalah wisatawan Malaysia yang berkunjung ke Yogyakarta dan pernah menonton film *Ada Apa Dengan Cinta 2*. Berdasarkan unit analisis penelitian tersebut, diteliti mengenai pengaruh strategi *film-induced tourism* terhadap keputusan berkunjung di objek penelitian. Penelitian ini dilakukan pada kurun waktu kurang dari satu tahun, maka metode yang digunakan adalah *cross sectional study*. Menurut Uma dan Roger (2016:104) *cross sectional study* adalah sebuah studi yang dapat dilakukan di mana data dikumpulkan

hanya sekali, dalam periode beberapa hari atau minggu atau bulan, untuk menjawab pertanyaan penelitian.

3.2 Metode Penelitian

3.2.1 Jenis Penelitian dan Metode yang Digunakan

Berdasarkan pertimbangan tujuan penelitian, maka jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif dan verifikatif. Menurut Uma dan Roger (2016) penelitian deskriptif adalah jenis penelitian konklusif yang memiliki tujuan utama mendeskripsikan sesuatu. Penelitian deskriptif dilakukan untuk mendapatkan deskripsi secara terperinci mengenai gambaran *film-induced tourism* yang terdiri dari *destination marketing activities*, *film-specific factors* dan *destination attributes*. Sedangkan penelitian verifikatif menurut Donald dan Pamela (2014) adalah suatu penelitian yang mencoba untuk mengungkapkan hubungan kausal antara variabel. Menurut Uma dan Roger (2016:44) penelitian verifikatif adalah sebuah penelitian yang dilakukan untuk membangun hubungan sebab dan akibat antar variabel. Penelitian verifikatif dilakukan untuk menguji hipotesis di lapangan untuk memperoleh gambaran mengenai pengaruh *film-induced tourism* dan gambaran mengenai keputusan berkunjung wisatawan Malaysia yang berkunjung ke Yogyakarta dan pernah menonton film *Ada Apa Dengan Cinta 2*.

Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan memecahkan suatu masalah. Menurut McDaniel dan Pamela (2014) Uma dan Roger (2016) metode penelitian merupakan pendekatan umum untuk mengumpulkan data yang menentukan apakah kesimpulan kausal dapat ditarik. Berdasarkan jenis penelitiannya yaitu verifikatif yang dilaksanakan melalui pengumpulan data di lapangan, maka metode penelitian ini adalah metode *explanatory survey*. Menurut McDaniel dan Gates (2015) *exploratory survey* adalah penelitian yang dilakukan untuk meningkatkan pemahaman konsep, untuk mengklarifikasi sifat yang tepat dari masalah yang harus dipecahkan atau untuk mengidentifikasi variabel penting yang harus dipelajari. Pada penelitian yang menggunakan metode ini, informasi dari seluruh populasi dikumpulkan langsung di tempat kejadian dengan tujuan untuk mengetahui pendapat dari seluruh populasi terhadap objek yang sedang diteliti.

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

Faris Abdul Jabar, 2019

PENGARUH FILM-INDUCED TOURISM TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG WISATAWAN MALAYSIA KE YOGYAKARTA

(Survei pada Wisatawan Malaysia yang Berkunjung ke Yogyakarta dan Pernah Menonton Film Ada Apa Dengan Cinta 2)

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

3.2.2 Operasional Variabel

Operasional variabel adalah proses pengubahan atau penguraian konsep atau konstruk menjadi variable terukur yang sesuai untuk pengujian (Cooper & Schindler, 2014). Penelitian ini terdapat variabel yang diteliti yang diantaranya *film-induced tourism* sebagai variabel bebas (X) dengan sub variable *destination marketing activities* (X_1), *film-specific factors* (X_2) dan *destination attributes* (X_3) serta keputusan berkunjung (Y) yang terdiri dari *type of detination*, *type of holiday* dan *on-site behavior*. Secara lebih rinci operasionalisasi variabel dalam penelitian ini disajikan dalam Tabel 3.1 sebagai berikut.

TABEL 3.1
OPERASIONAL VARIABEL

Variabel	Dimensi	Konsep Variabel/ Sub Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
<i>Film-Induced Tourism</i> merupakan kunjungan wisatawan ke suatu destinasi yang disampaikan melalui film, VDO, TV, CD, DVD, dan media lainnya (Smateera Phomsiri, 2015:242).						
<i>Film-Induced Tourism</i> (X)	<i>Destination Marketing Activities</i> (X_1)	Pemaparan destinasi yang terintegrasi dalam film sebagai aktifitas pemasaran destinasi (Smateera Phomsiri, 2015:242).	<i>Public Relations</i>	Tingkat penyampaian Yogyakarta sebagai destinasi wisata yang menjadi lokasi syuting film AADC 2	Ordinal	1
				Tingkat kemenarikan Yogyakarta sebagai destinasi wisata yang dikomunikasikan dalam film AADC 2	Ordinal	2
			<i>Movie Maps</i>	Tingkat gambaran untuk berwisata di Yogyakarta berdasarkan pemaparan dalam film AADC 2	Ordinal	3
				Tingkat kejelasan akan daya tarik wisata di Yogyakarta yang ditampilkan dalam film AADC 2	Ordinal	4

Faris Abdul Jabar, 2019

PENGARUH FILM-INDUCED TOURISM TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG WISATAWAN MALAYSIA KE YOGYAKARTA
(Survei pada Wisatawan Malaysia yang Berkunjung ke Yogyakarta dan Pernah Menonton Film Ada Apa Dengan Cinta 2)

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

Variabel	Dimensi	Konsep Variabel/ Sub Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
<i>Film-Spesific Factors</i> (X ₂)	Alur cerita, karakter, fantasi, keterikatan emosional dan <i>length of time on the screen</i> dalam film bisa memberikan pengaruh terhadap pembentukan citra dan motivasi berwisata (Smateera Phomsiri, 2015:242).	<i>Film Location Tours</i>		Tingkat pengetahuan akan daya tarik wisata di Yogyakarta yang dikunjungi oleh Cinta dan Rangga serta teman-temannya	Ordinal	5
				Tingkat keinginan dalam menggunakan paket wisata AADC 2	Ordinal	6
		<i>Storyline</i>		Tingkat kemenarikan cerita film AADC 2 pada scene ketika berada di Keraton Ratu Boko, Kota Gede, Gereja Ayam dan daya tarik wisata lainnya di Yogyakarta	Ordinal	7
				Tingkat kesukaan terhadap cerita yang berlatar belakang Yogyakarta pada film AADC 2	Ordinal	8
			Tingkat kejelasan alur cerita yang berlatar belakang Yogyakarta pada film AADC 2	Ordinal	9	
		<i>Characters</i>		Tingkat kemenarikan karakter yang ada pada film AADC 2	Ordinal	10
				Tingkat kepiawaian aktor dalam memerankan karakter di film AADC 2	Ordinal	11
		<i>Fantasy</i>		Tingkat keinginan untuk menjadi bagian dari film AADC 2 dengan mengunjungi Yogyakarta	Ordinal	12
		<i>Emotional Attachment</i>		Tingkat keterikatan emosional cerita pada film AADC 2	Ordinal	13
		<i>Length of Time on The Screen</i>		Tingkat pemaparan Yogyakarta sebagai destinasi wisata dalam film AADC 2	Ordinal	14

Faris Abdul Jabar, 2019

PENGARUH FILM-INDUCED TOURISM TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG WISATAWAN MALAYSIA KE YOGYAKARTA
(Survei pada Wisatawan Malaysia yang Berkunjung ke Yogyakarta dan Pernah Menonton Film Ada Apa Dengan Cinta 2)

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

Variabel	Dimensi	Konsep Variabel/ Sub Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
<i>Destination Attributes</i> (X ₃)		Beberapa tujuan wisata film adalah melihat pemandangan yang indah atau sudut pandang sosial dan budaya yang unik. Hal tersebut dapat menjadi tempat yang ingin dieksplorasi atau ditemukan kembali oleh wisatawan setelah melihatnya di film (Smateera Phomsiri, 2015:242).	<i>Scenery</i>	Tingkat keindahan alam Yogyakarta yang ditampilkan dalam film AADC 2	Ordinal	15
				Tingkat keunikan alam Yogyakarta yang ditampilkan dalam film AADC 2	Ordinal	16
				Tingkat kemenarikan alam Yogyakarta yang ditampilkan dalam film AADC 2	Ordinal	17
			<i>Landscape</i>	Tingkat keindahan Yogyakarta secara keseluruhan yang ditampilkan dalam film AADC 2	Ordinal	18
				Tingkat kemenarikan Kota Yogyakarta dalam film AADC 2	Ordinal	19
				Tingkat kemenarikan kegiatan yang dapat dilakukan di Yogyakarta berdasarkan film AADC 2	Ordinal	20
			<i>Specialty of Locations</i>	Tingkat kemenarikan budaya Yogyakarta yang ditampilkan di film AADC 2	Ordinal	21
				Tingkat keunikan lingkungan sosial Yogyakarta berdasarkan film AADC 2	Ordinal	22
			Keputusan Berkunjung (Y)	Keputusan berkunjung merupakan tindakan atau proses membuat keputusan penting dalam menentukan destinasi dan perjalanan yang sudah direncanakan melibatkan pencarian informasi, penilaian dan proses evaluasi (Marion Karl, 2016:5).		
<i>Type of Destination</i>	Mengacu pada faktor destinasi yang mempengaruhi keputusan berkunjung	Daya Tarik Wisata	Tingkat keberagaman daya tarik wisata di Yogyakarta	Ordinal	23	
			Tingkat kemenarikan daya tarik wisata di Yogyakarta	Ordinal	24	

Faris Abdul Jabar, 2019

PENGARUH FILM-INDUCED TOURISM TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG WISATAWAN MALAYSIA KE YOGYAKARTA
(Survei pada Wisatawan Malaysia yang Berkunjung ke Yogyakarta dan Pernah Menonton Film Ada Apa Dengan Cinta 2)

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

Variabel	Dimensi	Konsep Variabel/ Sub Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
		wisatawan (Marion Karl, 2016:5).	Infrastruktur	Tingkat ketersediaan transportasi untuk berkunjung ke Yogyakarta	Ordinal	25
				Tingkat keberagaman pilihan transportasi untuk berkunjung ke Yogyakarta	Ordinal	26
				Tingkat kemudahan mencari akomodasi untuk berkunjung ke Yogyakarta	Ordinal	27
				Tingkat keberagaman akomodasi di Yogyakarta	Ordinal	28
			Keamanan dan Keselamatan	Tingkat keamanan Yogyakarta sebagai destinasi wisata	Ordinal	29
				Waktu Kunjungan	Tingkat kunjungan ke Yogyakarta pada saat <i>weekend</i> atau hari libur	Ordinal
			Tingkat kunjungan ke Yogyakarta saat <i>weekday</i>		Ordinal	31
			Metode Perjalanan		Tingkat perencanaan <i>itinerary</i> untuk berkunjung ke Yogyakarta	Ordinal
				Tingkat kunjungan ke Yogyakarta menggunakan travel agent	Ordinal	33
<i>On-site Behavior</i>	Mengacu pada faktor jenis kegiatan yang terletak di destinasi, <i>uncertainty avoidance</i> dan <i>novelty seeking</i> (Marion Karl, 2016:5).	Jenis Kegiatan	Tingkat kemenarikan wisata budaya di Yogyakarta	Ordinal	34	
			Tingkat kemenarikan wisata kuliner di Yogyakarta	Ordinal	35	
		<i>Novelty Seeking</i>	Tingkat kebaruan yang dirasakan ketika berkunjung ke daya tarik wisata di Yogyakarta	Ordinal	36	

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2018

Faris Abdul Jabar, 2019

PENGARUH FILM-INDUCED TOURISM TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG WISATAWAN MALAYSIA KE YOGYAKARTA
(Survei pada Wisatawan Malaysia yang Berkunjung ke Yogyakarta dan Pernah Menonton Film Ada Apa Dengan Cinta 2)

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

3.2.3 Jenis dan Sumber Data

Untuk kepentingan penelitian ini, jenis dan sumber data diperlukan dikelompokkan ke dalam 2 golongan yaitu:

1. Data Primer

Menurut McDaniel dan Gates (2015) menyatakan bahwa data primer adalah data baru yang dikumpulkan untuk membantu memecahkan masalah dalam penyelidikan/penelitian. Sedangkan Uma dan Roger (2016) mendefinisikan data primer sebagai data yang dikumpulkan langsung untuk analisis selanjutnya untuk mencari solusi terhadap masalah yang diteliti. Dari penelitian ini data yang akan diambil yaitu data berupa tanggapan langsung dari pelanggan mengenai pengaruh *destination marketing activities*, *film-specific factors* dan *destination attributes* untuk meningkatkan keputusan berkunjung.

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang telah dikumpulkan berupa variabel, simbol atau konsep yang bisa mengasumsikan salah satu dari seperangkat nilai (McDaniel & Gates, 2015). Sedangkan menurut Uma dan Roger (2016) data sekunder adalah data yang sudah ada dan tidak dikumpulkan oleh peneliti secara langsung.

Untuk lebih jelasnya mengenai data dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini, maka peneliti mengumpulkan dan menyajikannya dalam bentuk tabel 3.2 berikut:

TABEL 3.2
JENIS DAN SUMBER DATA

No.	Jenis Data	Sumber Data	Jenis Data
1	Data Kunjungan Wisatawan Mancanegara Ke Indonesia Tahun 2014 – 2017.	Badan Pusat Statistika, 2018	Sekunder
2	Data Kunjungan Wisatawan Mancanegara Ke Yogyakarta Tahun 2014 – 2017	Hasil olah data Statistik Kepariwisataaan DIY dan BPS, 2018	Sekunder
3	Perkembangan Peringkat Sepuluh Besar Wisatawan Mancanegara Ke Yogyakarta Tahun 2014-2017	Statistik Kepariwisataaan DIY Tahun 2016	Sekunder
4	Data Kunjungan Wisatawan Malaysia Ke Yogyakarta Tahun 2015 – 2017	Hasil olah data Statistik Kepariwisataaan DIY dan Badan Pusat Statistika, 2018	Sekunder

No.	Jenis Data	Sumber Data	Jenis Data
5	Hal-hal yang berhubungan dengan <i>film-induced tourism</i> dan keputusan berkunjung.	Ebook dan Jurnal.	Sekunder
6	Tanggapan Wisatawan Malaysia mengenai <i>Film-Induced Tourism</i> .	Penyebaran Kuesioner pada Wisatawan Malaysia yang Berkunjung ke Yogyakarta	Primer
7	Tanggapan Wisatawan Malaysia mengenai Keputusan Berkunjung.	Penyebaran Kuesioner pada Wisatawan Malaysia yang Berkunjung ke Yogyakarta	Primer

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2018

3.2.4 Populasi, Sampling, dan Teknik Sampling

3.2.4.1 Populasi

Di dalam melakukan penelitian, kegiatan pengumpulan data merupakan langkah penting guna mengetahui karakteristik dari populasi yang merupakan elemen-elemen dalam objek penelitian. Data tersebut digunakan dalam mengambil keputusan untuk menguji hipotesis. Menurut Uma Sekaran (2013: 240), populasi mengacu pada seluruh kelompok orang, peristiwa, atau hal-hal menarik yang ingin diteliti oleh seorang peneliti. Sedangkan Indrawan (2014:93) mengemukakan bahwa populasi adalah kumpulan dari keseluruhan elemen yang akan ditarik kesimpulannya.

Merujuk pada tabel 1.4 jumlah wisatawan Malaysia yang berkunjung ke Yogyakarta pada tahun 2017 adalah 49.892 wisatawan. Dari 10 daya tarik wisata yang dijadikan lokasi syuting film AADC 2, terdapat 3 daya tarik wisata yang digunakan penulis untuk menyebarkan kuesioner penelitian diantaranya Keraton Ratu Boko, Kota Gede dan Gereja Ayam.

Berikut data kunjungan wisatawan Malaysia yang berkunjung ke Keraton Ratu Boko, Kota Gede dan Gereja Ayam pada tahun 2017:

TABEL 3.3

DATA KUNJUNGAN WISATAWAN MALAYSIA KE KERATON RATU BOKO, KOTA GEDE DAN GEREJA AYAM TAHUN 2017

No.	Daya Tarik Wisata	Jumlah Wisatawan
1	Keraton Ratu Boko	14184
2	Kota Gede	3330
3	Gereja Ayam	4500
Total Wisatawan		22014

Sumber: Hasil Pengolahan Data Sekunder dan Primer, 2018

Faris Abdul Jabar, 2019

PENGARUH FILM-INDUCED TOURISM TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG WISATAWAN MALAYSIA KE YOGYAKARTA

(Survei pada Wisatawan Malaysia yang Berkunjung ke Yogyakarta dan Pernah Menonton Film *Ada Apa Dengan Cinta 2*)

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

3.2.4.2 Sampling

Dalam suatu penelitian tidak mungkin semua populasi diteliti, dalam hal ini disebabkan oleh beberapa faktor diantaranya keterbatasan biaya, tenaga, dan waktu yang tersedia. Menurut Sugiyono (2008:116) sampel adalah bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Uma Sekaran (2013:241) sampel adalah bagian dari populasi. Sampel demikian sub kelompok atau bagian dari populasi. Dengan mempelajari sampel, peneliti harus mampu menarik kesimpulan yang digeneralisasikan. Untuk menentukan besarnya sampel tersebut bisa dilakukan secara statistik maupun berdasarkan estimasi penelitian, selain itu juga perlu diperhatikan bahwa sampel yang dipilih harus *representative* artinya segala karakteristik populasi hendaknya tercermin dalam sampel yang dipilih.

Berdasarkan kutipan di atas mengatakan bahwa sampel merupakan sebagian dari individu yang memiliki karakteristik tertentu untuk mewakili seluruh populasi yang diamati. Berdasarkan sampel di atas, maka sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagian dari populasi penelitian.

Untuk menentukan sampel dari populasi yang telah ditetapkan perlu dilakukan pengukuran yang dapat menghasilkan jumlah. Adapun rumus yang digunakan untuk mengukur sampel, maka dapat digunakan rumus Slovin dalam Husein Umar (2013:65) sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan: **n = Ukuran Sampel**
 N = Ukuran Populasi
 e = Nilai Presisi = 5% = 0,05

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

$$n = \frac{22.014}{1 + (22.014)(0,05)^2}$$

$$n = 392,861604$$

$$n = 400$$

Berdasarkan hasil dari perhitungan di atas, diperoleh hasil sampel (n) sebesar 400 responden.

3.2.4.3 Teknik Sampling

Teknik *sampling* merupakan teknik pengambilan *sampling* untuk menentukan sampel mana yang akan digunakan dalam penelitian. Menurut Uma Sekaran (2013:244) *sampling* adalah proses pemilihan jumlah elemen yang tepat dari populasi, sehingga sampel penelitian dan pemahaman tentang sifat atau karakteristik memungkinkan untuk mengeneralisasi sifat atau karakteristik tersebut pada elemen populasi.

Pada dasarnya terdapat dua tipologi dari teknik pengambilan sampel yaitu *probability sampling* dan *non-probability sampling*. *Probability sampling* merupakan teknik pengambilan sampel di mana setiap elemen atau anggota populasi memiliki peluang yang sama untuk terpilih sebagai sampel. Sampel *probability* memiliki empat jenis teknik penarikan yaitu *simple random sampling*, *systematic random sampling*, *stratified random sampling*, dan *cluster sampling*. Sedangkan sampel *non-probability* kebalikan dari *probability* di mana setiap elemen atau populasi tidak memiliki peluang yang sama dan pemilihan sampel bersifat objektif.

Teknik *sampling* yang digunakan dalam penelitian ini adalah *stratified random sampling*. Teknik pengambilan sampel dengan memperhatikan suatu tingkatan (*strata*) pada elemen populasi. Elemen populasi dibagi menjadi beberapa tingkatan (*stratifikasi*) berdasarkan karakter yang melekat padanya. Dalam *stratified random sampling* elemen populasi dikelompokkan pada tingkatan-tingkatan tertentu dengan tujuan pengambilan sampel akan merata pada seluruh tingkatan dan sampel mewakili karakter seluruh elemen populasi.

Pemilihan teknik *sampling* ini dikarenakan terdapat beberapa daya tarik wisata di Yogyakarta yang dijadikan lokasi syuting film AADC 2 diantaranya Keraton Ratu Boko, Kota Gede, Restoran Bu Ageng, Lokal Resto, Via-via Restaurant & Bakery, Sellie Coffee, Villa Sunset, Greenhost Hostel, Sate Klatak Pak Bari dan Gereja Ayam. Dari 10 daya tarik wisata, terdapat tiga daya tarik wisata yang digunakan penulis untuk menyebarkan kuesioner penelitian diantaranya Keraton Ratu Boko, Kota Gede dan Gereja Ayam.

Untuk menentukan besarnya sampel pada setiap daya tarik wisata dilakukan dengan alokasi proporsional agar sampel yang diambil lebih proporsional. Menurut Sugiyono (dalam Imron & Munif, 2010, hlm.79) menyatakan rumus pengambilan sampel secara proporsional sebagai berikut:

$$n_h = N_h : N.n$$

Keterangan : n_h : Ukuran sampel dari setiap strata
 N_h : Jumlah Sampel
 N : Jumlah Populasi
 n : Jumlah Sampel

Berdasarkan rumus *stratified random sampling* tersebut maka banyaknya sampel pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

Keraton Ratu Boko : 14184 : 22014 x 400 = 258 Responden
 Kota Gede : 3330 : 22014 x 400 = 60 Responden
 Gereja Ayam : 4500 : 22014 x 400 = 82 Responden

3.2.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan cara mengumpulkan data yang dibutuhkan untuk menjawab rumusan masalah penelitian. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah:

1. Studi literatur, merupakan pengumpulan data dengan cara mempelajari buku, makalah, jurnal maupun *homepage/website* guna memperoleh informasi yang berhubungan dengan teori-teori dan konsep-konsep yang berkaitan dengan masalah penelitian atau variabel yang diteliti yaitu *film-induced tourism* dan keputusan berkunjung.
2. Observasi, yaitu metode pengumpulan data dengan melakukan peninjauan serta pengamatan secara langsung terhadap gejala yang tampak tanpa menanyakannya secara langsung terhadap objek penelitian yaitu Yogyakarta.
3. Wawancara, merupakan kegiatan pengumpulan data dan fakta dengan cara melakukan tanya jawab yang berkaitan dengan penelitian. Teknik wawancara dilakukan dengan maksud mendapatkan informasi mengenai pengaruh *film-induced tourism* kepada beberapa daya tarik wisata yang dijadikan lokasi syuting film AADC 2 seperti Keraton Ratu Boko, Kota Gede dan Gereja Ayam, serta informasi mengenai implementasi *film-induced tourism* kepada Dinas Pariwisata Yogyakarta.
4. Kuesioner, merupakan teknik pengumpulan data primer yang dilakukan dengan cara menyebarkan seperangkat daftar pertanyaan atau pernyataan mengenai karakteristik responden,

pengalaman responden dan pelaksanaan implementasi *film-induced tourism* serta keputusan berkunjung. Kuesioner akan ditujukan kepada wisatawan Malaysia yang berkunjung ke Yogyakarta dan pernah menonton film AADC 2.

Untuk mengetahui lebih jelas bagaimana teknik pengumpulan data dalam penelitian ini, maka peneliti mengumpulkan dan menyajikan dalam Tabel 3.4 berikut:

TABEL 3.4
TEKNIK PENGUMPULAN DATA

No.	Teknik Pengumpulan Data	Sumber Data
1	Wawancara	Manajemen Keraton Ratu Boko, Manajemen Kota Gede khususnya di Makam Raja-raja Mataram Kota Gede, Manajemen Gereja Ayam dan Dinas Pariwisata Yogyakarta.
2	Observasi	Pelaksanaan implementasi <i>film-induced tourism</i> dan keputusan berkunjung wisatawan Malaysia ke Yogyakarta.
3	Kuesioner	Wisawatan Malaysia yang Berkunjung ke Yogyakarta dan Pernah Menonton Film Ada Apa Dengan Cinta 2.
4	Studi Literatur	Teori <i>film-induced tourism</i> dan keputusan berkunjung.

Sumber: Hasil Pengolahan Data Sekunder dan Primer, 2018

3.2.6 Pengujian Validitas dan Reliabilitas

Setelah data yang diperoleh dari responden melalui kuesioner terkumpul, selanjutnya adalah mengolah dan menafsirkan data sehingga dari hasil tersebut dapat dilihat apakah antara variabel *film-induced tourism* (X) terdapat pengaruh atau tidak terhadap variabel keputusan berkunjung (Y). Sebelum melakukan analisis data dan juga untuk menguji layak atau tidaknya kuesioner yang disebarakan kepada responden, terlebih dahulu dilakukan Uji Validitas dan Uji Realibilitas untuk melihat tingkat kebenaran serta kualitas data.

3.2.6.1 Hasil Pengujian Validitas

Uma dan Roger (2016:220) menjelaskan bahwa validitas adalah tes tentang seberapa baik instrumen, teknik, atau proses yang digunakan untuk mengukur konsep memang mengukur konsep yang dimaksud. Validitas internal (*internal validity*) atau rasional yaitu bila kriteria yang ada dalam instrumen secara rasional (teoritis) telah mencerminkan apa yang diukur. Sedangkan validitas eksternal (*external validity*), bila

kriteria di dalam instrumen disusun berdasarkan fakta-fakta empiris yang telah ada. Rumus yang digunakan untuk menguji validitas adalah rumus Korelasi *Product Moment* sebagai berikut:

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

(Suh

Keterangan:

r_{xy}	= Koefisien korelasi <i>product moment</i>
n	= Jumlah sampel
\sum	= Kuadrat faktor variabel X
$\sum X^2$	= Kuadrat faktor variabel X
$\sum Y^2$	= Kuadrat faktor variabel Y
$\sum XY$	= Jumlah perkalian faktor korelasi variable X dan Y
Di mana: r_{xy}	= Koefisien korelasi antara variabel X dan variabel Y, dua variabel yang dikorelasikan.

Perhitungan validitas item instrumen dilakukan dengan bantuan program SPSS (*Statistical Product for Service Solution*) 20 for windows dengan langkah-langkah sebagai berikut:

- Distribusi data variabel X dan Y setiap item jawaban ke SPSS *Data View*;
- Klik *Variabel View*, lalu isi kolom *Name* dengan nama sesuai item;
- Klik *Analyze*, pilih *Correlate*, pilih *Bivariate*;
- Sorot semua item yang tersedia dengan total masing-masing variabel, pindahkan ke kolom *Variables*;
- Lalu tentukan uji *Correlate*, centang bagian *Pearson*, *Two-tailed* dan *Flag significant correlations*;
- Klik OK, maka hasil validitas akan muncul di *output*.

Keputusan pengujian validitas item instrumen, menggunakan taraf signifikansi sebagai berikut:

- Nilai r dibandingkan dengan nilai r_{tabel} dengan $dk = n - 2$ dan taraf signifikansi $\alpha = 0,05$
- Item yang diteliti dikatakan valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$.
- Item yang diteliti dikatakan tidak valid jika $r_{hitung} < r_{tabel}$.

4. Berdasarkan jumlah angket yang diuji sebanyak 30 responden dengan tingkat signifikansi 5% dan derajat kebebasan $dk = n - 2$, $dk = 30 - 2 = 28$, maka didapat nilai r tabel sebesar 0.361.

Hasil perhitungan dengan menggunakan SPSS 20 *for windows* diperoleh hasil pengujian validitas dari item pertanyaan yang diajukan peneliti. Hasil uji validitas terhadap 30 responden dapat dilihat pada Tabel 3.5 sebagai berikut:

TABEL 3.5
HASIL PENGUJIAN VALIDITAS *FILM-INDUCED TOURISM*
DAN KEPUTUSAN BERKUNJUNG

No	Pertanyaan	r hitung	r tabel	Kesimpulan
<i>Film-Induced Tourism (X)</i>				
<i>Destination Marketing Activities Dimension (X₁)</i>				
1.	The delivery of Yogyakarta in the film AADC 2 as a tourist destination used as the set location	0.662	0.361	Valid
2.	The attractiveness of Yogyakarta as a tourist destination that is communicated in the film AADC 2	0.545	0.361	Valid
3.	Overview for traveling in Yogyakarta based on exposure in the film AADC 2	0.788	0.361	Valid
4.	Clarity of the tourist attraction in Yogyakarta as portrayed in the film AADC 2	0.832	0.361	Valid
5.	Common knowledge of tourist attractions in Yogyakarta that Cinta, Ranga and friends visited	0.849	0.361	Valid
6.	Willingness to use tourist package based on the film AADC 2	0.535	0.361	Valid
<i>Film-Specific Factors Dimension (X₂)</i>				
7.	The story attractiveness in the set location such as Keraton Ratu Boko, Kota Gede, Gereja Ayam, etc in Yogyakarta area on the film AADC 2	0.770	0.361	Valid
8.	Your liking towards stories which set in Yogyakarta in the film AADC 2	0.835	0.361	Valid
9.	The clarity of the film's storyline that was set in Yogyakarta	0.696	0.361	Valid
10.	The film's characters' pulling power based on your judgement	0.754	0.361	Valid
11.	The actor's skill in portraying their character in the film AADC 2	0.499	0.361	Valid
12.	The desire to be a part of the film AADC 2 by visiting Yogyakarta	0.478	0.361	Valid

Faris Abdul Jabar, 2019

PENGARUH *FILM-INDUCED TOURISM* TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG WISATAWAN MALAYSIA KE YOGYAKARTA

(Survei pada Wisatawan Malaysia yang Berkunjung ke Yogyakarta dan Pernah Menonton Film Ada Apa Dengan Cinta 2)

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

No	Pertanyaan	r _{hitung}	r _{tabel}	Kesimpulan
13.	Emotional attachment towards the film	0.708	0.361	Valid
14.	The description of Yogyakarta as a tourism destination in the film AADC 2	0.671	0.361	Valid
<i>Destination Attributes Dimension (X₃)</i>				
15.	The natural beauty of Yogyakarta's shown in the film AADC 2	0.842	0.361	Valid
16.	The uniqueness of Yogyakarta's nature is shown in the film AADC 2	0.862	0.361	Valid
17.	The attractiveness of Yogyakarta's natural landscape are featured in the film AADC 2	0.603	0.361	Valid
18.	Yogyakarta's overall beauty as portrayed in the film AADC 2	0.668	0.361	Valid
19.	Yogyakarta's attractiveness of the city as portrayed in the film AADC 2	0.619	0.361	Valid
20.	Activities that can be carried out in Yogyakarta are based on the film AADC 2	0.932	0.361	Valid
21.	Yogyakarta's cultural attractiveness as portrayed in the film AADC 2	0.784	0.361	Valid
22.	The uniqueness of Yogyakarta's social environment as portrayed in the film AADC 2	0.677	0.361	Valid
<i>Keputusan Berkunjung (Y)</i>				
23.	The diversity of tourist attraction in Yogyakarta	0.914	0.361	Valid
24.	The attractiveness of the tourist attraction in Yogyakarta	0.870	0.361	Valid
25.	Availability of transportation to visit Yogyakarta	0.831	0.361	Valid
26.	The diversity of transportation options to visit Yogyakarta	0.903	0.361	Valid
27.	Ease of finding accommodation to visit Yogyakarta	0.886	0.361	Valid
28.	The diversity of accomodation in Yogyakarta	0.872	0.361	Valid
29.	The safety of Yogyakarta as tourism destination	0.840	0.361	Valid
30.	Visiting Yogyakarta during weekend or others holiday	0.860	0.361	Valid
31.	Visiting Yogyakarta during weekday or days off work	0.807	0.361	Valid
32.	Planning an itinerary to visit Yogyakarta	0.846	0.361	Valid
33.	Visit Yogyakarta using the services of a travel agent	0.902	0.361	Valid
34.	The attractiveness of cultural tourism in Yogyakarta	0.962	0.361	Valid

No	Pertanyaan	r _{hitung}	r _{tabel}	Kesimpulan
35.	The attractiveness of culinary tourism in Yogyakarta	0.914	0.361	Valid
36.	New things that you felt when visiting tourist attractions in Yogyakarta	0.870	0.361	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data 2018

Berdasarkan Tabel 3.5 hasil pengujian validitas *film-induced tourism* dan keputusan berkunjung dapat diketahui bahwa setiap butir pertanyaan dapat dikatakan valid karena memiliki nilai r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} ($r_{hitung} > r_{tabel}$) sehingga pertanyaan-pertanyaan tersebut dapat dijadikan alat ukur terhadap konsep yang seharusnya diukur. Variabel *film-induced tourism* (X) memiliki 22 (dua puluh dua) item pertanyaan dan dapat dinyatakan valid, nilai tertinggi terdapat pada *destination attributes dimension* (X₃) pada pertanyaan “Tingkat kemenarikan kegiatan yang dapat dilakukan di Yogyakarta berdasarkan film AADC 2” dengan nilai sebesar 0.932, dan *film-specific factors dimension* (X₂) pada item pertanyaan “Tingkat keinginan untuk menjadi bagian dari film AADC 2 dengan mengunjungi Yogyakarta” memiliki nilai terendah sebesar 0.478. Sedangkan pada variabel keputusan berkunjung (Y), item pertanyaan “Tingkat kemenarikan wisata budaya di Yogyakarta” memiliki nilai tertinggi sebesar 0.962, dan item pertanyaan “Tingkat kunjungan ke Yogyakarta saat *weekday*” memiliki nilai terendah sebesar 0,807.

3.2.6.2 Hasil Pengujian Reliabilitas

Naresh dan David (2013) menjelaskan bahwa reliabilitas menguji sejauh mana skala tersebut menghasilkan hasil yang konsisten apabila pengukuran berulang dilakukan pada variabel yang sama.

Pada penelitian ini reliabilitas di cari dengan menggunakan rumus *alpha* atau *Cronbach's alpha* (α) dikarenakan instrumen pertanyaan kuesioner yang dipakai merupakan rentangan antara beberapa nilai dalam hal ini menggunakan skala *likert* 1 sampai dengan 5. Menurut Anderson dalam Uma Sekaran (2016) *Cronbach alpha* adalah koefisien kehandalan yang menunjukkan seberapa baik item dalam suatu kumpulan secara positif berkorelasi satu-sama lain. *Cronbach alpha* dihitung dalam rata-rata interkorelasi antar item yang mengukur konsep. Semakin dekat *cronbach alpha* dengan 1, semakin tinggi keandalan konsistensi internal.

Pegujian reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan rumus *Cronbach alpha*, yaitu:

Sumber: Husen Umar (2009:170)

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

Keterangan:

r_{11} = reliabilitas instrument

k = banyak butir pertanyaan

σt^2 = varians total

$\sum \sigma b^2$ = jumlah varians butir tiap pertanyaan

Jumlah varian butir tiap pertanyaan dapat dicari dengan cara mencari nilai $\sum \sigma$ 2 varians tiap butir yang kemudian dijumlahkan ($\sum \sigma^2$) sebagai berikut:

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

Sumber: Uma Sekaran dan Roger Bougie (2016:258)

Keterangan:

n = jumlah sampel

σ^2 = nilai varians

$\sum x^2$ = jumlah skor

Keputusan pengujian reliabilitas item instrumen adalah sebagai berikut:

1. Item pertanyaan yang diteliti dikatakan *reliable* jika nilai *cronbach's alpha* (α) $\geq 0,700$.
2. Item pertanyaan yang diteliti dikatakan tidak *reliable* jika nilai *cronbach's alpha* (α) $\leq 0,700$.

Apabila angka *Alpha Cronbach* mendekati 1, maka semakin tinggi tingkat reliabilitasnya. Perhitungan validitas item instrumen dilakukan dengan bantuan program SPSS (*Statistical Product for Service*

Faris Abdul Jabar, 2019

PENGARUH FILM-INDUCED TOURISM TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG WISATAWAN MALAYSIA KE YOGYAKARTA

(Survei pada Wisatawan Malaysia yang Berkunjung ke Yogyakarta dan Pernah Menonton Film *Ada Apa Dengan Cinta 2*)

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

Solution) 20 for windows dengan langkah-langkah sebagai berikut (Sekaran & Bougie, 2016:291):

- a. Distribusi data variabel X dan/atau Y setiap item jawaban ke *Data View*;
- b. Klik *Variabel View*, lalu isi kolom *Name* dengan nama sesuai item;
- c. Klik *Analyze*, pilih *Scale*, pilih *Reliability Analysis*;
- d. Pindahkan semua item pada masing-masing variabel yang tersedia tanpa total variabel ke kolom *Variables*;
- e. Klik *Statistics*, kemudian pada kolom *Descriptive for klik Scale if item deleted*;
- f. Klik OK, maka hasil reliabilitas akan muncul di *Output*.

Berdasarkan hasil perhitungan dengan SPSS *Statistics 20 for windows* diperoleh hasil reliabilitas pada Tabel 3.6 sebagai berikut:

TABEL 3.6
HASIL PENGUJIAN RELIABILITAS *FILM-INDUCED*
***TOURISM* DAN KEPUTUSAN BERKUNJUNG**

No.	Variabel	$C\alpha_{\text{hitung}}$	$C\alpha_{\text{minimal}}$	Kesimpulan
1.	<i>Film-Induced Tourism</i> (X)	0.808	0.700	Reliabel
2.	Keputusan Berkunjung (Y)	0.977	0.700	Reliabel

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2018

Berdasarkan Tabel 3.5 hasil pengujian reliabilitas *film-induced tourism* dan keputusan berkunjung dapat diketahui bahwa setiap butir pertanyaan dan pernyataan dapat dikatakan reliabel karena nilai hitung Cronbach Alpha lebih besar dibandingkan dengan nilai minimal Cronbach Alpha yang bernilai 0.700.

3.2.7 Analisis Data

3.2.7.1 Analisis Data Deskriptif

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

1. Analisis deskriptif tentang *film-induced tourism* di Yogyakarta yang terdiri dari *destination marketing activities*, *film-specific factors* dan *destination attributes*.
2. Analisis deskriptif tentang keputusan berkunjung wisatawan Malaysia di Yogyakarta.

Setelah dilakukannya analisis deskriptif, analisis berikutnya dilakukan setelah keseluruhan data yang diperoleh dari responden telah

terkumpul. Kegiatan analisis data dalam penelitian ini dilakukan melalui beberapa tahap berikut ini:

1. Menyusun data;
Penyusunan data dilakukan dengan memeriksa kelengkapan data mulai dari identitas responden hingga pengisian data yang disesuaikan dengan tujuan penelitian.
2. Memeriksa kesempurnaan dan kebenaran data yang terkumpul;
3. Tabulasi data;
 - a. Memberikan skor pada setiap item,
 - b. Menjumlahkan skor pada setiap item,
 - c. Mengubah jenis data, dan
 - d. Menyusun ranking skor pada setiap variabel penelitian.

Dengan menggunakan skala *likert*, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi dimensi, dimensi dijabarkan menjadi sub variabel kemudian sub variabel dijabarkan lagi menjadi indikator-indikator yang dapat diukur. Akhirnya indikator-indikator yang terukur ini dapat dijadikan titik tolak untuk membuat item instrumen yang berupa pertanyaan yang perlu dijawab oleh responden. Setiap jawaban dihubungkan dengan bentuk pernyataan atau dukungan sikap yang diungkapkan dengan kata-kata sebagai berikut:

TABEL 3.7
ALTERNATIF JAWABAN MENURUT SKALA *LIKERT*

Alternatif Jawaban	Skala
Sangat Setuju/Selalu/Sangat Positif/Sangat Tinggi	5
Setuju/Sering/ Positif/Tinggi	4
Ragu-ragu/Kadang-kadang/Netral/Cukup	3
Tidak Setuju/Hampir Tidak Pernah/Negatif/Rendah	2
Sangat Tidak Setuju/Tidak Pernah/Sangat Negatif/ Sangat Rendah	1

Sumber: Naresh K. Malhotra dan David F. Birks (2013:398)

4. Menganalisis data;

Kegiatan ini dilakukan dimulai dari pengolahan data-data yang diperoleh untuk kemudian dianalisis dengan menginterpretasi data berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan rumus-rumus statistik.

3.2.7.2 Analisis Data Verifikatif

Proses untuk menguji hipotesis di mana metode analisis yang dilakukan dalam penelitian ini adalah metode analisis verifikatif, maka dilakukan analisis regresi berganda. Dalam hal ini, regresi berganda adalah nilai dua pengaruh variabel bebas (*X*) *film-induced tourism* yang

terdiri dari *destination marketing activities*, *film-specific factors* dan *destination attributes* terhadap variabel terikat (Y) keputusan berkunjung yang terdiri dari *type of destination*, *type of holiday* dan *on-site behavior* untuk membuktikan ada atau tidak adanya hubungan kausal antara dua variabel bebas atau lebih. Skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah *ordinal scale* yaitu skala yang berbentuk peringkat yang menunjukkan suatu urutan preferensi/penilaian. Skala ordinal merupakan skala yang tidak hanya mengkategorikan perbedaan kualitatif dalam variabel, namun juga memungkinkan untuk menentukan peringkat kategori ini dengan cara yang berarti (Sekaran & Bougie, 2016). Pada penelitian ini menggunakan data ordinal seperti yang dijelaskan dalam operasionalisasi variabel sebelumnya, oleh karena itu semua data ordinal yang terkumpul terlebih dahulu ditransformasi menjadi skala interval dengan menggunakan *method of successive interval* (MSI). Untuk lebih jelasnya proses analisis regresi berganda akan dilakukan dengan langkah-langkah sebagai berikut:

1. *Method of Successive Interval* (MSI)

Skala ordinal ini perlu ditransformasi menjadi skala interval dengan menggunakan *Method Successive Interval*. Langkah-langkah untuk melakukan transformasi data tersebut 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 dengan jumlah responden.
- c. Berdasarkan proporsi tersebut, selanjutnya 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:

Scale

$$= \frac{(\text{Density at Lower Unit}) - (\text{Density at Upper Unit})}{(\text{Area Below Upper Limit}) - (\text{Area Below Lower Limit})}$$

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

Nilai hasil transformasi: $\text{Score} = \text{scale value minimum} + 1$

Keterangan:

- *Density at lower limit* = Kepadatan batas bawah
- *Density at upper limit* = Kepadatan batas atas
- *Area below upper limit* = Daerah dibawah batas atas
- *Area below lower limit* = Daerah dibawah batas bawah

Data penelitian yang telah berskala interval selanjutnya akan ditentukan pasangan data *variable independent* dengan *variable dependent* serta akan ditentukan persamaan yang berlaku untuk pasangan-pasangan tersebut.

Untuk menetapkan kedua variabel mempunyai hubungan kausal atau tidak, maka harus didasarkan pada teori atau konsep-konsep tentang dua variabel tersebut. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda. Regresi berganda digunakan untuk melihat hubungan atau pengaruh simultan ataupun parsial (X_1), (X_2) dan (X_3) terhadap keputusan berkunjung wisatawan Malaysia ke Yogyakarta.

2. Teknik Analisis Linear Regresi Berganda

Analisis regresi berganda merupakan satu analisis peramalan nilai pengaruh dua variabel bebas (X) atau lebih terhadap variabel terikat (Y) untuk membuktikan ada atau tidaknya hubungan kausal antara dua variabel bebas atau lebih. Bentuk persamaan regresi berganda untuk dua prediktor sebagai berikut:

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

Keterangan: Y = Variabel terikat yang diprediksikan (Keputusan Berkunjung)

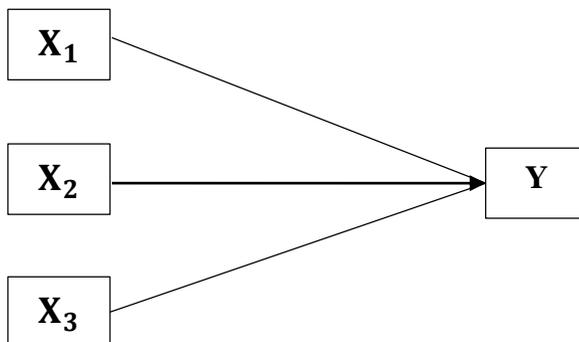
a = Konstant

b = Koefisien regresi, yang menunjukkan angka peningkatan ataupun penurunan variabel terikat yang didasarkan pada variabel bebas. Bila b (+) maka terjadi kenaikan, bila b (-) maka terjadi penurunan

X = Subyek pada variabel bebas yang mempunyai nilai tertentu (*Film-Induced Tourism*).

Analisis regresi linear berganda digunakan dalam situasi di mana satu atau lebih variabel bebas yang dihipotesiskan untuk mempengaruhi

variabel terikat (Sekaran & Bougie, 2016). Analisis regresi linier berganda akan dilakukan bila jumlah variabel independen minimal dua atau lebih. Menerjemahkan ke dalam beberapa sub hipotesis yang menyatakan pengaruh sub variabel independen yang paling dominan terhadap variabel dependen, lebih jelasnya dapat dilihat pada Gambar 3.1 berikut:



GAMBAR 3.1
REGRESI BERGANDA

Keterangan:

X_1 = *Destination Marketing Activities*

X_2 = *Film-Spesific Factors*

X_3 = *Destination Attributes*

Y = Keputusan Berkunjung

Larangan asumsi-asumsi dalam analisis regresi linear berganda perlu dideteksi. Adapun cara untuk mendeteksi agar larangan-larangan dalam analisis regresi linear berganda tidak terjadi yaitu dengan cara uji asumsi klasik yang secara statistik harus dipenuhi. Asumsi klasik yang sering digunakan adalah asumsi normalitas, multikolinearitas, autokorelasi, dan heteroskedastisitas.

- a. **Uji Asumsi Normalitas**, Pengujian asumsi normalitas untuk menguji data variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y) pada persamaan regresi yang dihasilkan, apakah

berdistribusi normal atau berdistribusi tidak normal. Jika distribusi data normal, maka analisis data dan pengujian hipotesis digunakan statistik parametrik. Untuk mendeteksi apakah data yang digunakan berdistribusi normal atau tidak dilakukan dengan menggunakan *normal probability plot*. Suatu model regresi memiliki data berdistribusi normal apabila sebaran datanya terletak disekitar garis diagonal pada *normal probability plot* yaitu dari kiri bawah ke kanan atas berarti berdistribusi normal. Data berdistribusi normal, jika nilai sig (signifikansi) $> 0,05$. Sedangkan data berdistribusi tidak normal, jika nilai sig (signifikansi) $< 0,05$.

- b. **Uji Asumsi Multikolinearitas**, Uji multikolinearitas adalah untuk melihat ada atau tidaknya korelasi koefisien (r) yang tinggi antara variabel-variabel bebas dalam suatu model regresi linear berganda. Dua parameter yang paling sering digunakan untuk mendeteksi multikolinearitas adalah nilai toleransi dan nilai VIF (*variance inflation factor*). Melihat nilai toleransi, tidak terjadi multikolinearitas, jika nilai *Tolerance* lebih besar 0,10. Terjadi multikolinearitas, jika nilai *Tolerance* lebih kecil atau sama dengan 0,10. Melihat nilai VIF, tidak terjadi multikolinearitas, jika nilai VIF lebih kecil 10,00. Terjadi multikolinearitas, jika nilai VIF lebih besar atau sama dengan 10,00.
- c. **Uji Asumsi Autokorelasi**, Uji autokorelasi adalah untuk melihat apakah terjadi korelasi antara suatu periode t dengan periode sebelumnya ($t - 1$). Uji autokorelasi hanya dilakukan pada data *time series* (runtut waktu) dan tidak perlu dilakukan pada data *cross section* seperti pada kuesioner di mana 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*. Hasil perhitungan *Durbin-Watson* dibandingkan dengan nilai nilai dtabel pada $\alpha = 0,05$.

- d. **Uji Asumsi Heteroskedastisitas**, Uji heteroskedastisitas adalah untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang memenuhi persyaratan adalah di mana terdapat kesamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap atau disebut homoskedastisitas. Dan jika variansnya tidak sama disebut terjadi heteroskedastisitas. Persamaan regresi yang baik jika tidak terjadi heteroskedastisitas. Suatu regresi dikatakan tidak terdeteksi Heteroskedastisitas, jika nilai t hitung lebih kecil dari t tabel dan nilai signifikansi lebih besar dari 0,05. Dikatakan heteroskedastisitas, jika t hitung lebih besar dari t tabel dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05.
- e. **Analisis Korelasi (R)**
 Analisis Korelasi berguna untuk menentukan suatu besaran yang menyatakan bagaimana kuat hubungan suatu variabel dengan variabel lain. Silalahi mengungkapkan (2009:375) bahwa jika koefisien korelasi sama dengan atau mendekati +1, ini mengindikasikan satu korelasi positif atau searah (*direct*) sempurna (*perfect positive correlation*) yang didalamnya perubahan skor tinggi dalam satu variabel disertai oleh perubahan ekuivalen dalam arah yang sama (*same direction*) dalam variabel lain, tanpa kecuali. 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 dapat dilihat pada tabel berikut:

TABEL 3.8
INTERPRETASI BESARNYA KOEFISIEN KORELASI

Besarnya Nilai	Interpretasi
0,00 – 0,199	Sangat Rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang

Faris Abdul Jabar, 2019

PENGARUH FILM-INDUCED TOURISM TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG WISATAWAN MALAYSIA KE YOGYAKARTA

(Survei pada Wisatawan Malaysia yang Berkunjung ke Yogyakarta dan Pernah Menonton Film Ada Apa Dengan Cinta 2)

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

0,60 – 0,799

Kuat

0,80 – 1,000

Sangat Kuat

 Sumber: Naresh K. Malhotra dan David F. Birks (2013)

f. Analisis Determinasi (R^2)

Analisis determinasi dalam regresi berganda digunakan untuk mengetahui persentase sumbangan pengaruh variabel independent (X_1 , X_2 , X_3) secara serentak terhadap variabel dependent (Y). Silalahi (2009, hlm. 376) mengungkapkan koefisien ini dimaksud untuk mengetahui seberapa besar persentase variasi perubahan dalam satu variabel (dependent) ditentukan oleh perubahan dalam variabel lain (independent). $R^2 = 0$, maka tidak ada sedikitpun persentase sumbangan pengaruh yang diberikan variabel independent terhadap variabel *dependent*, atau variabel *independent* yang digunakan dalam model tidak menjelaskan sedikitpun variasi variabel dependent.

3.2.7.3 Pengujian Hipotesis

Proses untuk menguji hipotesis di mana metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode regresi berganda. Dalam hal ini analisis regresi digunakan mengukur pengaruh antara lebih dari satu variable *independent* (variabel bebas) terhadap variabel *dependent* (variabel terikat).

Data yang diperoleh dari penelitian ini adalah data ordinal yang merupakan skala yang mengandung unsur kategori atau penamaan juga menunjukkan peringkat atau urutan. Hipotesis yang diuji dalam rangka penerimaan atau penolakan hipotesis dapat ditulis sebagai berikut:

Jika t hitung $\geq t$ tabel, maka H_a diterima, dan H_0 ditolak

Jika t hitung $< t$ tabel, maka H_0 diterima, dan H_a ditolak

Pada taraf kesalahan 0,05 dengan derajat kebebasan dk ($n-2$) serta pada uji satu pihak, yaitu uji pihak kanan. Secara statistik, hipotesis yang akan diuji dalam rangka pengambilan keputusan penerimaan atau penolakan hipotesis dapat ditulis sebagai berikut:

1. $H_0 : \rho = 0$, artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan *destination marketing activities* terhadap keputusan berkunjung.
 $H_0 : \rho \neq 0$, artinya terdapat pengaruh yang signifikan *destination marketing activities* terhadap keputusan berkunjung.
2. $H_0 : \rho = 0$, artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan *film-specific factors* terhadap keputusan berkunjung.

$H_0 : \rho \neq 0$, artinya terdapat pengaruh yang signifikan *film-specific factors* terhadap keputusan berkunjung.

3. $H_0 : \rho = 0$, artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan *destination attributes* terhadap keputusan berkunjung.

$H_0 : \rho \neq 0$, artinya terdapat pengaruh yang signifikan *destination attributes* terhadap keputusan berkunjung.

Pengujian hipotesis secara parsial dengan menggunakan uji t dihitung dengan rumus:

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Keterangan:

t = Distribusi normal

r = Koefisien korelasi

n = Banyaknya data

Kriteria pengambilan keputusan untuk hipotesis yang diajukan adalah:

Tolak H_0 $t_{hitung} \geq t_{(mendekati 100\%)(n-k-1)}$

Terima H_0 jika $t_{hitung} < t_{(mendekati 100\%)(n-k-1)}$