

BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Dalam penelitian ini, penulis menganalisis bagaimana motivasi wisatawan dalam mempengaruhi keputusan berkunjung. Penelitian ini menggunakan pendekatan ilmu manajemen pemasaran. Adapun objek penelitian terdiri dari dua variabel yaitu variabel bebas (*independent variabel*) dan variabel terikat (*dependent variabel*).

Menurut Sugiyono (2012:58) mengemukakan bahwa "Variabel adalah sebagai atribut seseorang, atau objek yang mempunyai "variasi" antara satu orang dengan yang lain atau satu objek dengan objek yang lain".

Sugiyono (2012:59) mengartikan bahwa "Variabel *independent* atau variabel bebas sebagai variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel *dependent* (terikat)". Variabel *independent* (bebas) penelitian ini adalah motivasi wisatawan (X) yang terdiri dari sub variabel *novelty seeking* ($X_{1.1}$), *stress busting/fun* ($X_{1.2}$), *achievement* ($X_{1.3}$), *family oriented/education* ($X_{1.4}$).

Sedangkan variabel terikat menurut Sugiyono (2012:59) merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Variabel *dependent* (terikat) yaitu keputusan berkunjung (Y) yang terdiri dari pemilihan produk, pemilihan merek, pemilihan saluran kunjungan, pemilihan waktu kunjungan dan jumlah kunjungan.

Penelitian ini dilaksanakan di suatu kawasan industri pariwisata, yaitu di daya tarik wisata alam Cibulan Kuningan. Responden yang dituju dalam

penelitian ini adalah wisatawan nusantara yang datang berkunjung ke daya tarik wisata alam Cibulan.

Penelitian ini akan dilaksanakan pada kurun waktu kurang dari satu tahun, maka metode yang digunakan adalah *cross sectional method*. Sugiyono (2012:6) mengemukakan bahwa “*Cross sectional method* adalah metode penelitian yang mempelajari objek dalam kurun waktu tertentu/tidak berkesinambungan dalam jangka waktu panjang”. Berdasarkan objek penelitian tersebut, penelitian ini akan menganalisis mengenai pengaruh motivasi wisatawan terhadap keputusan berkunjung.

3.2 Metode Penelitian

3.2.1 Jenis Penelitian dan Metode yang Digunakan

3.2.1.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif dan verifikatif. Menurut Sugiyono (2012:53) penelitian deskriptif adalah “Penelitian yang dilakukan untuk mengetahui keberadaan variabel mandiri baik satu variabel atau lebih variabel yang berdiri sendiri tanpa membuat perbandingan atau mencari hubungan variabel satu sama lain”.

Menurut Asep Hermawan (2009:84) yang menyatakan bahwa “Penelitian deskriptif dilakukan untuk menjelaskan karakteristik berbagai variabel penelitian dalam situasi tertentu”. Penelitian deskriptif bertujuan untuk memperoleh gambaran mengenai motivasi wisatawan dan gambaran mengenai keputusan berkunjung yang berada disuatu daya tarik wisata alam Cibulan Kuningan.

Menurut Sugiyono (2012:54), “Penelitian verifikatif adalah penelitian yang membandingkan keberadaan satu variabel atau lebih pada dua atau lebih sampel yang berbeda, atau pada waktu yang berbeda”. Penelitian verifikatif bertujuan untuk memperoleh kebenaran dari suatu hipotesis yang dilaksanakan melalui pengumpulan data di lapangan. Dalam penelitian ini akan di uji mengenai motivasi wisatawan terhadap keputusan berkunjung di daya tarik wisata alam Cibulan Kuningan.

3.2.1.2 Metode yang digunakan

Berdasarkan jenis penelitiannya, yaitu deskriptif dan verifikatif yang dilaksanakan melalui pengumpulan data di lapangan, maka metode penelitian yang digunakan adalah metode *explanatory survey*.

Menurut Sugiyono (2012:11) menyatakan bahwa:

Metode *explanatory survey* adalah penelitian yang digunakan untuk mendapatkan data dari tempat tertentu yang alamiah (bukan buatan), tetapi peneliti melakukan perlakuan dalam pengumpulan data, misalnya dengan mengedarkan kuesioner, *test*, wawancara terstruktur dan sebagainya (perlakuan tidak seperti dalam eksperimen).

3.2.2 Operasionalisasi Variabel

Variabel yang diteliti dalam penelitian ini dioperasionalkan dalam dua variabel utama. Variabel *independen* (bebas) yang diteliti adalah motivasi wisatawan (X) yang memiliki sub variabel yaitu *novelty seeking* ($X_{1.1}$), *stress busting/fun* ($X_{1.2}$), *achievement* ($X_{1.3}$), *family oriented/education* ($X_{1.4}$).

Sedangkan variabel *dependent* (terikat) yaitu keputusan berkunjung (Y) yang terdiri dari pemilihan produk, pemilihan merek, pemilihan saluran pembelian/ kunjungan, pemilihan waktu kunjungan dan jumlah kunjungan.

Menurut Silalahi (2009:201) mengungkapkan bahwa “Operasionalisasi variabel merupakan kegiatan mengurai variabel menjadi sejumlah variabel operasional atau variabel empiris (indikator, item) yang menunjuk langsung pada hal-hal yang dapat diamati atau diukur”. Secara lebih rinci operasionalisasi variabel dalam penelitian ini disajikan dalam Tabel 3.1 sebagai berikut.



TABEL 3.1
OPERASIONALISASI VARIABEL PENELITIAN

Variabel/Sub Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
Motivasi Wisatawan (X)	Motivasi wisatawan merupakan suatu kondisi yang memberikan sebuah dorongan pada individu terhadap beberapa jenis tindakan. Siri <i>et.al</i> (2012)				
Novelty seeking (X_{1.1})	motivasi wisatawan untuk mencari sesuatu hal yang bersifat baru Josiam dan Frazier <i>et.al</i> (dalam Siri <i>et.al</i> , 2012)	Pengalaman berbeda	Tingkat keinginan wisatawan untuk berenang bersama ikan dewa	Ordinal	III.1
			Tingkat keinginan wisatawan untuk melihat bukti petilasan Prabu Siliwangi	Ordinal	III.2
			Tingkat keinginan wisatawan untuk mengunjungi <i>teraphy</i> ikan	Ordinal	III.3
			Tingkat keinginan wisatawan untuk melakukan ziarah/ hanya mencoba berdoa (keinginan) di Sumur Tujuh Cibulan	Ordinal	III.4
			Tingkat keinginan wisatawan untuk mengunjungi Sumur Tujuh Cibulan	Ordinal	III.5
Stress busting/fun (X_{1.2})	motivasi wisatawan untuk menghilangkan kejenuhan atau stres dari rutinitas sehari-hari Josiam dan Frazier <i>et.al</i> (dalam Siri <i>et.al</i> , 2012)	Atraksi Wisata/ Hiburan	Tingkat daya tarik dan atraksi wisata (hiburan) dalam menghilangkan kejenuhan	Ordinal	III.6
		Fasilitas wisata	Tingkat fasilitas wisata dalam menghilangkan kejenuhan?	Ordinal	III.7
		Melepaskan diri dari tanggung jawab	Tingkat kesesuaian wisatawan untuk merelaksasikan pikiran dan fisik dari pekerjaan	Ordinal	III.8

Achievement (X _{1.3})	motivasi wisatawan untuk alasan prestasi. Dimana wisatawan merasa memiliki prestasi setelah mengunjungi daya tarik wisata. Josiam dan Frazier <i>et.al</i> (dalam Siri <i>et.al</i>, 2012)	Prestige	Tingkat untuk mendapatkan kebanggaan setelah berkunjung ke Cibulan	Ordinal	III.9
			Tingkat keinginan wisatawan agar dapat menceritakan pengalaman kunjungannya kepada teman-temannya	Ordinal	III.10
Family oriented/ education. (X _{1.4})	motivasi wisatawan untuk mempererat kekeluargaan atau kekerabatan, serta mencari dan memperoleh suatu pengetahuan baru. Josiam dan Frazier <i>et.al</i> (dalam Siri <i>et.al</i>, 2012)	Interaksi sosial dan Pengetahuan	Tingkat keinginan untuk mengetahui sejarah tentang Cibulan	Ordinal	III.11
			Tingkat keinginan untuk mengetahui budaya tentang Cibulan	Ordinal	III.12
			Tingkat kenginan dan kesesuaian Cibulan sebagai tempat untuk mempererat kekerabatan bersama teman	Ordinal	III.13
			Tingkat kenginan untuk berinteraksi dan mempererat kekerabatan bersama keluarga	Ordinal	III.14
Keputusan Berkunjung (Y)	suatu keputusan yang dilakukan oleh kebudayaan, kelas sosial, keluarga dan referensi group yang akan membentuk sikap pada diri individu kemudian melakukan pembelian . Kotler and Keller (2012:170)				
Pemilihan produk	memilih sebuah produk atau jasa serta alternatif yang telah dipertimbangkan dengan melihat dari keunggulan serta manfaat	Keunggulan daya tarik wisata	Tingkat keunggulan daya tarik wisata	Ordinal	III. 15
			Tingkat keunggulan aktivitas wisata ditawarkan	Ordniial	III.16

	yang akan diterimanya. Kotler and Keller (2012:170)				
			Tingkat keunggulan fasilitas wisata yang diberikan	Ordinal	III.17
			Tingkat layanan jasa yang diberikan oleh karyawan	Ordinal	III.18
Pemilihan suatu merek	Pengunjung memutuskan dan memilih merek mana yang akan dipilih diantara perbedaan masing-masing merek itu sendiri. Kotler and Keller (2012:170)	Kepopuleran merek	Tingkat kepopuleran nama Cibulan	Ordinal	III.19
		Kemenarikan merek	Tingkat kemenarikan nama Cibulan	Ordinal	III.20
			Tingkat kemenarikan logo wisata Cibulan	Ordinal	III.21
Pemilihan saluran pembelian dan kunjungan	Setiap pengunjung tentunya berbeda dalam hal menentukan penyalur karena faktor lokasi yang dekat, harga yang murah, persediaan barang yang lengkap, kenyamanan, keleluasaan tempat dan lain sebagainya. Kotler and Keller (2012:170)	Pembelian tiket ditempat	Tingkat kemudahan dalam membeli tiket masuk	Ordinal	III.22
		Pilihan saluran kunjungan	Tingkat Kemudahan transportasi menuju Cibulan	Ordinal	III.23
			Tingkat kestrategisan tempat atau lokasi Cibulan	Ordinal	III.24
			Tingkat kejelasan informasi seperti petunjuk arah, papan reklame dan brosur	Ordinal	III.25
Pemilihan waktu kunjungan	dalam pemilihan waktu yang berbeda-beda, hal ini disesuaikan	Weekday	Tingkat keinginan melakukan kunjungan pada hari <i>weekday</i>	Ordinal	III.26

	dengan keputusan wisatawan untuk berkunjung Kotler and Keller (2012:170)	Weekend	Tingkat keinginan melakukan kunjungan pada hari <i>weekend</i> dan hari libur	Ordinal	III.27
Jumlah Kunjungan	Wisatawan dapat mengambil keputusan tentang jumlah kunjungan dan mungkin dilakukan lebih dari satu kali. Kotler and Keller (2012:170)	Frekuensi Kunjungan	Tingkat keinginan untuk berkunjung kembali ke Cibulan	Ordinal	III.28
			Tingkat keseringan wisatawan mengunjungi Cibulan	Ordinal	III.29

Sumber : Hasil Pengolahan Data, 2013

3.2.3 Jenis dan Sumber Data

Sumber data dibagi menjadi dua jenis yaitu data primer dan data sekunder. Menurut Asep Hermawan (2009:168) mengatakan bahwa “Data primer merupakan data yang dikumpulkan secara langsung untuk menjawab masalah atau tujuan penelitian yang dilakukan dalam penelitian eksploratif, deskriptif maupun kasual dengan menggunakan metode pengumpulan data berupa *survey* ataupun observasi”.

Menurut Asep Hermawan (2009:173), “Secara umum terdapat tiga cara untuk mendapatkan data primer dalam penelitian bisnis (1) *survey* (2) observasi (3) eksperimen”. Yang menjadi sumber data primer dalam penelitian ini adalah seluruh data yang diperoleh dari kuesioner yang disebarkan kepada pengunjung yang menjadi populasi di daya tarik wisata Cibulan.

Data sekunder menurut Asep Hermawan (2009:168) menyebutkan struktur data historis mengenai variabel-variabel yang telah dikumpulkan dan dihimpun sebelumnya oleh pihak lain. Sumber data sekunder bisa diperoleh dari dalam

suatu perusahaan (sumber internal), berbagai internet *websites*, literatur artikel, jurnal ilmiah, serta situs internet yang berkenaan dengan objek penelitian ini. Berdasarkan jenis dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini, maka peneliti menuliskannya dalam Tabel berikut.

TABEL 3.2
JENIS DAN SUMBER DATA

No	Data	Sumber	Jenis Data
1.	Data Jumlah Kunjungan Wisatawan Nusantara Ke Jawa Barat (2008-2012)	Disparbud Jawa Barat, 2013	Sekunder
2.	Tingkat Kunjungan Wisatawan Nusantara Ke Daya Tarik Wisata di Jawa Barat tahun 2011	Jawa Barat dalam Angka – 2012	Sekunder
3.	Tingkat Kunjungan Wisatawan Nusantara Ke Daya Tarik Wisata Kuningan (2009-2012)	Disparbud, Kuningan 2013	Sekunder
4.	Potensi Dan Profil Daya Tarik Wisata Kuningan	Disparbud Kuningan 2013	Sekunder
5.	Data Daya Tarik Wisata Alam Cibulan (2009-2013)	Disparbud Kuningan 2013	Sekunder
6.	Program Pengembangan Daya Tarik Wisata Alam Cibulan Kuningan 2009 - 2013	Disparbud Kuningan 2013	Sekunder
7.	Tanggapan Respon Wisatawan Mengenai Motivasi Nya Untuk Berkunjung	Cibulan Kuningan, 2013	Primer
8.	Tanggapan Respon Wisatawan Mengenai Keputusan Berkunjung Di Daya Tarik Wisata Cibulan	Cibulan Kuningan, 2013	Primer

Sumber: Hasil Pengolahan Data Peneliti, 2013

3.2.4 Populasi, Sampel dan Teknik Penarikan Sampel

3.2.4.1 Populasi

Menentukan suatu populasi merupakan langkah yang sangat penting. Populasi tidak hanya orang tetapi juga benda-benda alam lainnya serta keseluruhan jumlah objek dan karakteristik objek itu.

Roseu Rohmanah, 2014

Analisis Faktor-Faktor Motivasi Wisatawan Dalam Mempengaruhi Keputusan Berkunjung ke Daya Tarik Wisata Alam Cibulan Kuningan

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

Menurut Sugiyono (2012:115) mengemukakan bahwa “Populasi merupakan suatu wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”.

Sedangkan menurut Asep Hermawan (2009:145) mengungkapkan bahwa “Populasi berkaitan dengan seluruh kelompok orang, peristiwa, atau benda yang menjadi pusat perhatian peneliti untuk diteliti”.

Berdasarkan pengertian populasi tersebut maka yang menjadi populasi pada penelitian ini adalah wisatawan yang berkunjung ke daya tarik wisata Cibulan Kuningan tahun 2012 sebanyak 165.126 pengunjung.

3.2.4.2 Sampel

Sampel merupakan suatu bagian dari populasi yang mencakup sejumlah anggota yang dipilih dari populasi. Dengan demikian pengambilan sebagian subjek dari populasi dinamakan sampel. Sebagaimana pengertian sampel menurut para ahli yaitu:

1. Sugiyono (2012:116) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Peneliti diperkenankan untuk mengambil sebagian objek populasi yang telah ditentukan untuk mewakili bagian yang lain yang diteliti.
2. Arikunto (2009:109) sampel adalah sebagian dari populasi yang mampu mewakili keseluruhan dari populasi. Tujuannya dilakukan dengan cara mengambil subjek bukan didasarkan atas strata, random atau daerah tetapi didasarkan atas adanya tujuan tertentu.

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

Dalam menentukan ukuran sampel (n) dan populasi (N), maka penelitian ini menggunakan rumus sampel Slovin (Husein Umar, 2008:65) yaitu sebagai berikut:

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

Sumber : Husein Umar, 2008:65

Keterangan :

n = Ukuran sampel

N = Ukuran populasi

e = Presentase kelonggaran penelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditolelir (e=0.1)

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

$$n = \frac{165.126}{1 + (165.126)(0,1)^2}$$

$$n = \frac{165126}{1651.27}$$

$$n = 99,99 \approx 100 \text{ Sampel}$$

Berdasarkan hasil dari perhitungan di atas, diperoleh hasil sampel sebesar 99,99 tetapi untuk jaminan keakuratan, sebaiknya sampel ditambah sedikit lebih banyak dari jumlah matematikanya. Berdasarkan ukuran sampel (n) minimal,

maka dalam penelitian ini ditetapkan ukuran sampel (n) sebanyak 100 responden agar lebih representatif.

3.2.4.3 Teknik Sampling

Teknik sampling merupakan teknik pengambilan sampel untuk menentukan sampel mana yang akan digunakan dalam penelitian. Menurut Sugiyono (2012:116) teknik sampling ada dua jenis yaitu *probability sampling* dan *non probability sampling*.

Probability sampling adalah teknik yang memberikan kesempatan yang sama kepada seluruh anggota populasi untuk terpilih sebagai sampel. Sedangkan *non probability sampling* yaitu tidak memberikan peluang atau kesempatan yang sama kepada semua anggota populasi untuk terpilih sebagai sampel.

Menurut Silalahi (2006:236) mengemukakan bahwa:

Pemilihan sampel atau penarikan sampel (*sampling*) diartikan sebagai proses memilih sejumlah unit atau elemen subjek dari dan yang mewakili populasi untuk dipelajari yang dengannya dapat dibuat generalisasi atau inferensi tentang karakteristik dari satu populasi yang diwakili.

Teknik sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *systematic random sampling* yaitu teknik yang digunakan apabila populasi mempunyai anggota homogen dan berstrata secara proposional. Populasi dalam penelitian ini adalah populasi bergerak (*mobile population*). Langkah-langkah teknik penarikan sampel dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Menentukan populasi sasaran, dalam penelitian ini yang menjadi populasi sasaran adalah wisatawan nusantara yang berkunjung ke Cibulan
2. Tentukan sebuah tempat tertentu sebagai *checkpoint*, dalam penelitian ini yang menjadi tempat *checkpoint* adalah di pintu masuk Cibulan

3. Tentukan waktu yang digunakan untuk menentukan sampling, dalam penelitian ini waktu yang digunakan oleh peneliti adalah pukul 10.00 – 14.30 (rentang waktu kepadatan pengunjung)
4. Lakukan orientasi lapangan, terutama pada *check point*
5. Uji Coba kuesioner kepada responden

3.2.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling utama dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Menurut Sugiyono (2012:193) menyatakan bahwa “Teknik pengumpulan data adalah suatu usaha untuk memperoleh data dengan menggunakan metode yang telah ditentukan”. Data yang diperoleh dalam penelitian ini didapatkan dengan menggunakan teknik sebagai berikut:

1. Wawancara

Wawancara adalah pertemuan dua orang yang bertujuan untuk bertukar informasi dan ide melalui Tanya jawab. Wawancara digunakan untuk memperoleh data dengan berkomunikasi secara langsung kepada pengurus Cibulan dan Disparbud di Kuningan melalui pertanyaan yang sudah disiapkan sebelumnya mengenai motivasi wisatawan dan keputusan berkunjung.

2. Kuesioner atau angket

Merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara menyebarkan pertanyaan tertulis kepada pengunjung di Cibulan mengenai motivasi wisatawan. Kuesioner/angket berisi pertanyaan mengenai karakteristik responden, pengalaman responden dan penilaian khususnya

mengenai motivasi wisatawan dalam melakukan keputusannya untuk berkunjung.

2. Observasi

Dilakukan dengan meninjau serta melakukan pengamatan langsung terhadap objek yang diteliti yaitu Cibulan, khususnya yang berhubungan dengan masalah yang tengah diteliti dan tanggapan instansi mengenai motivasi wisatawan yang berkunjung.

3. Studi kepustakaan

Yaitu pengumpulan data dengan cara mempelajari buku, majalah ilmiah, brosur, guna memperoleh informasi yang berhubungan dengan teori dan konsep yang berkaitan dengan masalah penelitian.

TABEL 3.3
TEKNIK PENGUMPULAN DATA

No	Teknik Pengumpulan Data	Sumber Data
1.	Wawancara	Diperoleh dari pengelola di daya tarik wisata alam Cibulan dan disparbud kabupaten kuningan
2.	Kuisoner atau Angket	Dari wisatawan domestik yang berkunjung ke daya tarik wisata alam Cibulan
3.	Riset Lapangan	Pengamatan langsung di daya tarik wisata alam Cibulan
4.	Studi Literatur	Teori-teori mengenai motivasi wisatawan dalam melakukan keputusan berkunjung

Sumber : Hasil Pengolahan Data, 2013

3.2.6 Pengujian Validitas dan Reliabilitas

3.2.6.1 Pengujian Validitas

Uji Validitas digunakan untuk mengetahui valid atau tidaknya kuesioner yang disebar. Menurut Sugiyono (2012:172) mengatakan bahwa “Suatu instrumen

Roseu Rohmanah, 2014

Analisis Faktor-Faktor Motivasi Wisatawan Dalam Mempengaruhi Keputusan Berkunjung ke Daya Tarik Wisata Alam Cibulan Kuningan

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

yang valid menggunakan alat ukur yang memiliki kevalidan yang benar”. Dalam hal ini peneliti harus berhati-hati dalam menyusun instrumen, mulai dari penyusunan variabel, pemecahan sub variabel dan penyusunan butir-butir pertanyaan yang akan diajukan.

Sugiyono (2012:176) mengemukakan bahwa, “Validasi merupakan derajat ketetapan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek penelitian dengan data yang dapat dilaporkan oleh peneliti”.

Tipe validitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah validitas konstruk, yang menentukan validitas dengan cara mengkorelasikan antar skor yang diperoleh dari masing-masing item berupa pertanyaan dengan skor totalnya. Skor total ini merupakan nilai yang diperoleh dari penjumlahan semua skor item. Berdasarkan ukuran statistik, bila ternyata skor semua item yang disusun menurut sub variabel konsep berkorelasi dengan skor totalnya, maka dapat dikatakan bahwa alat ukur tersebut mempunyai validitas.

Adapun rumus yang digunakan dalam penelitian ini adalah rumus korelasi *Product Moment* yang dikemukakan oleh Pearson, sebagai berikut.

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

Sumber : Sugiyono (2012:249)

Keterangan :

r_{xy} = Koefisien korelasi *product moment*

X = Skor yang diperoleh subjek dalam setiap item

Y = Skor total yang diperoleh subjek dari seluruh item

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

Keputusan pengujian validitas item instrumen, adalah sebagai berikut :

1. Item pertanyaan yang diteliti dikatakan valid jika $r_{hitung} \geq r_{tabel}$.
2. Item pertanyaan yang diteliti dikatakan tidak valid jika $r_{hitung} < r_{tabel}$.

Untuk mengadakan interpretasi mengenai besarnya koefisien korelasi dapat dilihat pada Tabel 3.4 berikut.

TABEL 3.4
INTERPRETASI BESARNYA KOEFISIEN KORELASI

Besarnya Nilai	Interpretasi
0,00 – 0,199	Sangat Rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat Kuat

Sumber : Buchari Alma (2011:81)

Sedangkan pengujian keberartian koefisien korelasi (t) dilakukan dengan taraf signifikansi 5%. Rumus uji t yang digunakan sebagai berikut:

$$t_{hitung} = r \frac{\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}} ; dk = n - 2$$

Sumber : Buchari Alma (2011:83)

Kaidah pengujian:

Jika $t_{hitung} \geq t_{tabel}$, maka H_0 ditolak artinya signifikan

Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima artinya tidak signifikan

TABEL 3.5
HASIL PENGUJIAN VALIDITAS MOTIVASI WISATAWAN

No	Pernyataan	r _{hitung}	r _{tabel}	Ket
NOVELTY SEEKING				
1.	Tingkat keinginan wisatawan untuk berenang bersama ikan dewa	0,607	0,374	Valid
2.	Tingkat keinginan wisatawan untuk melihat bukti <i>petilasan</i> Prabu Siliwangi	0,751	0,374	Valid
3.	Tingkat keinginan wisatawan untuk mengunjungi <i>theraphy</i> ikan	0,500	0,374	Valid
4.	Tingkat keinginan wisatawan untuk melakukan ziarah/ hanya mencoba berdoa (keinginan) di Sumur Tujuh	0,767	0,374	Valid
5.	Tingkat keinginan wisatawan untuk mengunjungi Sumur Tujuh Cibulan	0,761	0,374	Valid
STRESS BUSTING/FUN				
6.	Tingkat daya tarik dan atraksi wisata (hiburan) dalam menghilangkan kejenuhan	0,666	0,374	Valid
7.	Tingkat fasilitas wisata dalam menghilangkan kejenuhan?	0,678	0,374	Valid
8.	Tingkat kesesuaian wisatawan untuk merelaksasikan pikiran dan fisik dari pekerjaan	0,572	0,374	valid
ACHIEVEMENT				
9.	Tingkat untuk mendapatkan kebanggaan saat berkunjung ke Cibulan	0,853	0,374	Valid
10.	Tingkat keinginan wisatawan agar dapat menceritakan pengalaman kunjungan nya kepada teman –temannya	0,817	0,374	Valid
FAMILY ORIENTED/EDUCATION				
11.	Tingkat keinginan untuk mengetahui sejarah tentang daya tarik Cibulan	0,427	0,374	Valid
12.	Tingkat keinginan untuk mengetahui budaya di daya tarik Cibulan	0,746	0,374	Valid
13.	Tingkat kenginan dan kesesuain Cibulan sebagai tempat untuk mempererat kekerabatan bersama teman	0,727	0,374	Valid
14.	Tingkat kenginan untuk berinteraksi dan mempererat kekerabatan bersama keluarga	0,494	0,374	Valid

Sumber : Hasil Pengelolahan Data, 2013

Berdasarkan Tabel 3.5 menunjukkan bahwa angket kuesioner yang diuji kepada 30 responden dengan tingkat signifikansi 5% dan derajat kebebasan (df) $n-2$ ($30-2=28$), maka didapat nilai r_{tabel} sebesar 0,374. Pada instrument motivasi wisatawan dapat dikatakan valid karena setiap item pernyataan memiliki r_{hitung} yang lebih besar daripada r_{tabel} (0,374). Berikut Tabel 3.7 mengenai hasil uji validitas variabel keputusan berkunjung berikut.

TABEL 3.6
HASIL PENGUJIAN VALIDITAS KEPUTUSAN BERKUNJUNG

No	Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Ket
PEMILIHAN PRODUK				
15.	Tingkat keunggulan daya tarik wisata	0,667	0,374	Valid
16.	Tingkat keunggulan aktivitas wisata yang ditawarkan	0,646	0,374	Valid
17.	tingkat keunggulan fasilitas wisata yang diberikan	0,643	0,374	Valid
18.	Tingkat keunggulan layanan jasa	0,378	0,374	Valid
PEMILIHAN MEREK				
19.	Tingkat kepopuleran nama Cibulan	0,862	0,374	Valid
20.	Tingkat kemenarikan nama Cibulan	0,773	0,374	Valid
21.	Tingkat kemenarikan logo Cibulan	0,633	0,374	Valid
PEMILIHAN SALURAN PEMBELIAN/KUNJUNGAN				
22.	Tingkat kemudahan dalam membeli tiket masuk	0,745	0,374	Valid
23.	Tingkat kemudahan transportasi menuju Cibulan	0,721	0,374	Valid
24.	Tingkat kestrategisan tempat/lokasi Cibulan	0,789	0,374	Valid
25.	Tingkat kejelasan informasi seperti petunjuk arah, papan reklame dan brosur wisata	0,531	0,374	Valid
PEMILIHAN WAKTU KUNJUNGAN				
26.	Tingkat keinginan melakukan kunjungan pada hari <i>weekday</i>	0,742	0,374	Valid
27.	Tingkat kenginan melakukan kunjungan pada hari <i>weekend</i> dan hari libur	0,849	0,374	Valid

Lanjut ke halaman berikutnya

Lanjut Tabel 3.6

No	Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Ket
JUMLAH KUNJUNGAN				
28.	Tingkat keinginan untuk berkunjung kembali ke Cibulan	0,703	0,374	Valid
29.	Tingkat keseringan wisatawan mengunjungi Cibulan	0,822	0,374	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data 2013

Perhitungan validitas item instrumen dilakukan dengan bantuan program SPSS 20 *for windows*. Berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan SPSS 20 *for windows* diperoleh hasil pengujian validitas dari item pertanyaan yang diajukan peneliti adalah bersifat valid.

3.2.6.2 Pengujian Reliabilitas

Menurut Arikunto (2009:145) menyatakan bahwa “Reliabilitas merupakan suatu ukuran yang menunjukkan bahwa suatu instrument cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpulan data karena instrument tersebut sudah baik”. Reliabilitas menunjukkan tingkat keterandaian tertentu. Jika suatu instrument dapat dipercaya maka data yang dihasilkan oleh instrument tersebut dapat dipercaya.

Rumus yang dipergunakan adalah *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.

Rumus *alpha* atau *Cronbach's alpha* (α) sebagai berikut :

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

Sumber : Husein Umar (2008:170)

Keterangan:

r_{11} = Reliabilitas instrumen

k = Banyak butir pertanyaan

σ_t^2 = Varians total

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

Jumlah varian butir tiap pertanyaan dapat dicari dengan cara mencari nilai

varians tiap butir yang kemudian dijumlahkan ($\sum \sigma^2$) sebagai berikut :

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

Sumber : Husein Umar (2008:170)

Keterangan :

n = Jumlah sampel

σ = Nilai varians

x = Nilai skor yang dipilih (total nilai dari nomor-nomor butir pertanyaan)

Perhitungan reliabilitas pertanyaan dilakukan dengan bantuan SPSS *Statistics* 20 dapat diketahui jika koefisien internal seluruh item $C\alpha_{hitung} \geq C\alpha_{minimal}$ dengan tingkat signifikansi 10% maka item pertanyaan dikatakan reliabel karena $C\alpha_{hitung} \geq 0,700$. Berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan SPSS *Statistics* 20 for windows diperoleh hasil pengujian reliabilitas sebagai berikut.

TABEL 3.7
HASIL PENGUJIAN RELIABILITAS MOTIVASI WISATAWAN
DAN KEPUTUSAN BERKUNJUNG

No	Variabel	$C\alpha$ hitung	$C\alpha$ minimal	Kesimpulan
1	Motivasi wisatawan	0,710	0,700	Reliabel
2	Keputusan berkunjung	0,782	0,700	Reliabel

Sumber: Hasil pengolahan data, 2013

Roseu Rohmanah, 2014

Analisis Faktor-Faktor Motivasi Wisatawan Dalam Mempengaruhi Keputusan Berkunjung ke Daya Tarik Wisata Alam Cibulan Kuningan

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

3.2.7 Rancangan Analisis Data

3.2.7.1 Rancangan Analisis Data Deskriptif

Pada penelitian ini digunakan dua jenis analisis yaitu analisis deskriptif khususnya bagi variabel yang bersifat kualitatif dan analisis kuantitatif berupa pengujian hipotesis dengan menggunakan uji statistik. Analisis deskriptif digunakan untuk melihat faktor penyebab sedangkan analisis kuantitatif digunakan untuk menjawab rumusan masalah atau menguji hipotesis yang telah dirumuskan sebelumnya. Analisis deskriptif bertujuan untuk mengubah kumpulan data mentah menjadi informasi yang mudah dipahami.

Alat penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuisioner angket. Angket disusun oleh penulis berdasarkan variabel yang terdapat pada data penelitian, yaitu untuk mengungkapkan pengaruh mengenai motivasi wisatawan terhadap keputusan berkunjung di daya tarik wisata alam Cibulan. Analisis deskriptif variabel dalam penelitian adalah sebagai berikut:

1. Analisis data deskriptif mengenai gambaran motivasi wisatawan nusantara di daya tarik wisata alam Cibulan yang memiliki sub variabel diantaranya *novelty seeking* ($X_{1.1}$), *stress busting/fun* ($X_{1.2}$), *achievement* ($X_{1.3}$), *family oriented/education* ($X_{1.4}$).
2. Analisis data deskriptif mengenai gambaran keputusan berkunjung di daya tarik wisata alam Cibulan yang memiliki sub variabel pemilihan produk, pemilihan merek pemilihan saluran pembelian/ kunjungan, pemilihan waktu kunjungan dan jumlah kunjungan.

Analisis deskriptif yaitu menganalisis data dengan cara menggambarkan data yang terkumpul dari jawaban responden atas item-item dalam kuesioner. Skala pengukuran dalam penelitian ini adalah skala *likert*. Menurut Sugiyono (2012:132) skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial.

Dengan skala *likert*, variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan. Jawaban setiap item instrumen yang digunakan skala *likert* mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif. Setiap pernyataan dari angket terdiri dari lima kategori penilaian, yaitu sebagai berikut:

TABEL 3.8
ALTERNATIF JAWABAN MENURUT SKALA *LIKERT*

Alternatif Jawaban	Skala
Sangat setuju/selalu/sangat positif	5
Setuju/sering/positif	4
Ragu-ragu/kadang-kadang/netral	3
Tidak setuju/hampir tidak pernah/negatif	2
Sangat tidak setuju/tidak pernah	1

Sumber : Sugiyono (2012:133)

3.2.7.2 Rancangan Analisis Data Verifikatif

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah *path analysis*. Menurut Silalahi (2009:43), “Analisis jalur merupakan satu tipe analisis multivariat untuk mempelajari efek-efek langsung dan tidak langsung dari sejumlah variabel yang dihipotesiskan sebagai variabel sebab (yang disebut ultimate variabel) terhadap variabel lainnya yang disebut variabel akibat”.

Adapun langkah-langkah untuk analisis verifikatif, yaitu sebagai berikut:

1. *Method of Successive Interval (MSI)*

Method of Successive Interval merupakan metode untuk merubah data ordinal menjadi skala interval berurutan. Menurut Sugiyono (2012:86) Langkah-langkah untuk melakukan transformasi data tersebut adalah sebagai berikut:

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

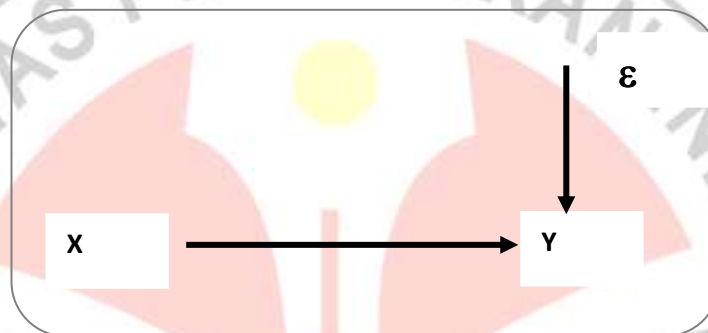
$$\text{Scale Value} = \frac{(\text{Density at Lower Limit}) - (\text{Density at Upper Limit})}{(\text{Area Below Upper Limit}) - (\text{Area Below Lower Limit})}$$

Dalam penelitian yang telah berskala interval selanjutnya akan ditentukan pasangan data variabel dengan variabel dependen serta akan ditentukan persamaan yang berlaku untuk pasangan-pasangan tersebut.

2. Path Analysis (Analisis Jalur)

Analisis jalur digunakan untuk menentukan besarnya pengaruh variabel independen (X) yaitu motivasi wisatawan yang terdiri dari *novelty seeking* ($X_{1.1}$), *stress busting/fun* ($X_{1.2}$), *achievement* ($X_{1.3}$), *family oriented/education* ($X_{1.4}$) terhadap keputusan berkunjung (Y).

Penggambaran struktur hipotesis dapat terlihat pada Gambar 3.1 berikut.



GAMBAR 3.1
STRUKTUR KAUSAL ANTARA X DAN Y

Keterangan:

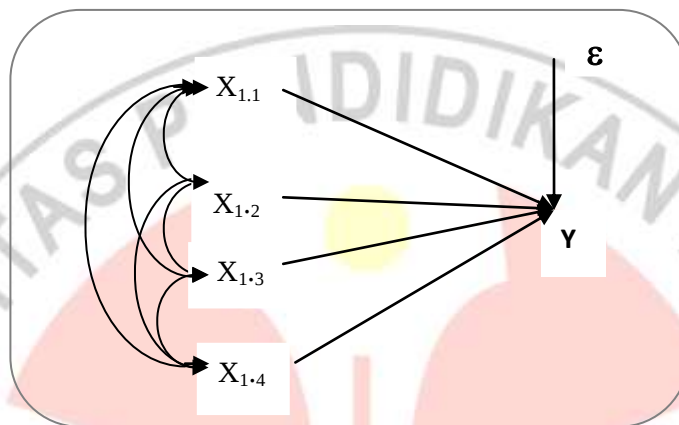
X = Motivasi wisatawan

Y = Keputusan Berkunjung

ϵ = Epsilon (variabel lain)

Struktur hubungan di atas menunjukkan bahwa motivasi wisatawan berpengaruh terhadap keputusan berkunjung. Selain itu, terdapat faktor-faktor lain yang mempengaruhi hubungan antara variabel X dan variabel Y yaitu variabel residu yang dilambangkan dengan ϵ namun dalam penelitian ini variabel tersebut tidak diperhatikan. Pengujian hipotesis dilakukan dengan langkah-langkah sebagai berikut:

1. Menggambar struktur hipotesis.
2. Selanjutnya diagram hipotesis tersebut diterjemahkan ke dalam beberapa sub hipotesis yang menyatakan pengaruh sub variabel terikat yang paling dominan terhadap variabel bebas. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Gambar 3.2



GAMBAR 3.2
JALUR SUB STRUKTUR HIPOTESIS

Keterangan:

- X = Motivasi wisatawan
- $X_{1.1}$ = *Novelty seeking*
- $X_{1.2}$ = *Stress busting/fun*
- $X_{1.3}$ = *Achievement*
- $X_{1.4}$ = *Family oriented/education*
- Y = Keputusan Berkunjung
- ϵ = Epsilon (Variabel Lain)

3. Menghitung matriks korelasi antar variabel bebas :

$$Y = P_{yx1} X_1 + P_{yx2} X_2 + P_{yx3} X_3 + P_{yx4} X_4 + \epsilon_1$$

$$R = \begin{pmatrix} X_{1,1} & X_{1,2} & X_{1,3} & X_{1,4} \\ 1 & r_{X_{1,1} X_{1,2}} & r_{X_{1,3} X_{1,1}} & r_{X_{1,4} X_{1,1}} \\ & 1 & r_{X_{1,3} X_{1,2}} & r_{X_{1,4} X_{1,2}} \\ & & 1 & r_{X_{1,4} X_{1,3}} \\ & & & 1 \end{pmatrix}$$

4. Identifikasi persamaan sub struktur hipotesis

Menghitung matriks invers korelasi :

$$R_1^{-1} = \begin{pmatrix} X_{1,1} & X_{1,2} & X_{1,3} & X_{1,4} \\ C_{1,1,1,1} & C_{1,1,1,2} & C_{1,2,1,3} & C_{1,3,1,4} \\ & C_{1,2,1,2} & C_{1,2,1,3} & C_{1,2,1,4} \\ & & C_{1,3,1,3} & C_{1,3,1,4} \\ & & & C_{1,4,1,4} \end{pmatrix}$$

5. Menghitung semua koefisien jalur melalui rumus :

$$\begin{pmatrix} Py_{x_{1,1}} \\ Py_{x_{1,2}} \\ Py_{x_{1,3}} \\ Py_{x_{1,4}} \end{pmatrix} = \begin{pmatrix} X_{1,1} & X_{1,2} & X_{1,3} & X_{1,4} \\ C_{1,1,1,1} & C_{1,1,1,2} & C_{1,1,1,3} & C_{1,1,1,4} \\ & C_{1,1,1,2} & C_{1,1,1,3} & C_{1,1,1,4} \\ & & C_{1,1,1,3} & C_{1,1,1,4} \\ & & & C_{1,1,1,4} \end{pmatrix} = \begin{pmatrix} ry_{x_{1,1}} \\ ry_{x_{1,2}} \\ ry_{x_{1,3}} \\ ry_{x_{1,4}} \end{pmatrix}$$

6. Hitung Hitung R^2Y ($X_{1.1}$, $X_{1.2}$, $X_{1.3}$, $X_{1.4}$) yaitu koefisien yang menyatakan determinasi total $X_{1.1}$, $X_{1.2}$, $X_{1.3}$, $X_{1.4}$ terhadap Y dengan menggunakan rumus:

$$R^2Y (X_{1.1}, \dots, X_{1.2}) = [P_{YX1.1}, \dots, P_{YX1.4}] \begin{bmatrix} R_{YX1.1} \\ \vdots \\ R_{YX1.} \end{bmatrix} \dots$$

7. Menguji pengaruh langsung maupun tidak langsung dari setiap variabel .

a . Pengaruh (X_1) terhadap Y

Pengaruh $X_{1.1}$ terhadap Y

Pengaruh Langsung $= P_{yx1.1} \cdot P_{yx1.1}$

Pengaruh tidak langsung melalui ($X_{1.2}$) $= P_{yx1.1} \cdot r_{x1.1x1.2} \cdot P_{yx1.2}$

Pengaruh tidak langsung melalui ($X_{1.3}$) $= P_{yx1.1} \cdot r_{x1.1x1.3} \cdot P_{yx1.3}$

Pengaruh tidak langsung melalui ($X_{1.4}$) $= P_{yx1.1} \cdot r_{x1.1x1.4} \cdot P_{yx1.4} +$

Pengaruh total $X_{1.1}$ terhadap $Y = \dots\dots\dots$

b. Pengaruh (X_2) terhadap Y

Pengaruh $X_{1.2}$ terhadap Y

Pengaruh Langsung $= P_{yx1.2} \cdot P_{yx1.2}$

Pengaruh tidak langsung melalui ($X_{1.1}$) $= P_{yx1.2} \cdot r_{x1.1x1.1} \cdot P_{yx1.1}$

Pengaruh tidak langsung melalui ($X_{1.3}$) $= P_{yx1.2} \cdot r_{x1.1x1.3} \cdot P_{yx1.3}$

Pengaruh tidak langsung melalui ($X_{1.4}$) $= P_{yx1.2} \cdot r_{x1.1x1.4} \cdot P_{yx1.4} +$

Pengaruh total $X_{1.2}$ terhadap $Y = \dots\dots\dots$

c. Pengaruh (X3) terhadap Y

Pengaruh $X_{1,3}$ terhadap Y

$$\text{Pengaruh Langsung} = P_{yx1.3} \cdot P_{yx1.3}$$

$$\text{Pengaruh tidak langsung melalui } (X_{1,1}) = P_{yx1.3} \cdot r_{x1.1x1.1} \cdot P_{yx1.1}$$

$$\text{Pengaruh tidak langsung melalui } (X_{1,2}) = P_{yx1.3} \cdot r_{x1.1x1.2} \cdot P_{yx1.2}$$

$$\text{Pengaruh tidak langsung melalui } (X_{1,4}) = P_{yx1.3} \cdot r_{x1.1x1.4} \cdot P_{yx1.4} +$$

$$\text{Pengaruh total } X_{1,3} \text{ terhadap Y} = \dots\dots\dots$$

d. Pengaruh (X4) terhadap Y

Pengaruh $X_{1,4}$ terhadap Y

$$\text{Pengaruh Langsung} = P_{yx1.4} \cdot P_{yx1.4}$$

$$\text{Pengaruh tidak langsung melalui } (X_{1,1}) = P_{yx1.4} \cdot r_{x1.1x1.1} \cdot P_{yx1.1}$$

$$\text{Pengaruh tidak langsung melalui } (X_{1,2}) = P_{yx1.4} \cdot r_{x1.1x1.2} \cdot P_{yx1.2}$$

$$\text{Pengaruh tidak langsung melalui } (X_{1,3}) = P_{yx1.4} \cdot r_{x1.1x1.3} \cdot P_{yx1.3} +$$

$$\text{Pengaruh total } X_{1,2} \text{ terhadap Y} = \dots\dots\dots$$

8. Menghitung pengaruh variabel lain (ε) dengan rumus sebagai berikut.

$$P_{X2\varepsilon} = \sqrt{1 - R^2_{X2(X1.1, X1.2, \dots, X1.4)}}$$

Keputusan penerimaan atau penolakan H_0

a. Rumusan hipotesis operasional

$$H_0: PYX_{2,1} = PYX_{2,2} = PYX_{2,3} = 0$$

H_1 : sekurang-kurangnya ada sebuah $PPYX_i \neq 0, i = 1, \text{ dan } 2$ statistik uji

yang digunakan adalah:

$$F = \frac{(n-k-1) \sum_{i=1}^k P_{X1Xi} r_{X1Xi}}{k(1 - \sum_{i=1}^k P_{X1Xi} r_{X1Xi})}$$

Hasil F_{hitung} dibandingkan dengan tabel distribusi F-Snedecor, apabila $F_{hitung} \geq F_{tabel}$, maka H_0 ditolak dengan demikian dapat diteruskan pada pengujian secara individual, statistik yang digunakan adalah:

$$t = \frac{P_{X1Xi} - P_{X1XJ}}{\sqrt{\frac{(1 - R^2_{Y(X1.1, X1.2, \dots, X1.6)})(C_{ii} + C_{ij} + C_{jj})}{(n-k-1)}}$$

t mengikuti distribusi t-student dengan derajat kebebasan n-k-1.

3.2.7.3 Uji Hipotesis

Kriteria pengambilan keputusan untuk hipotesis yang diajukan adalah :

Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima

Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_1 ditolak

Hasil hipotesis yang dilakukan dijabarkan dalam hipotesis statistik, sebagai berikut:

1. $H_0 : P = 0$, Artinya tidak terdapat pengaruh motivasi wisatawan (X) yang terdiri dari *novelty seeking* ($X_{1.1}$), *stress busting/fun* ($X_{1.2}$), *achievement* ($X_{1.3}$), *family oriented/education* ($X_{1.4}$) terhadap keputusan berkunjung (Y) di daya tarik wisata alam Cibulan .
2. $H_a : P \neq 0$, Artinya terdapat pengaruh motivasi wisatawan (X) yang terdiri dari *novelty seeking* ($X_{1.1}$), *stress busting/fun* ($X_{1.2}$), *achievement*

($X_{1.3}$), *family oriented/education* ($X_{1.4}$) terhadap keputusan berkunjung (Y) di daya tarik wisata alam Cibulan.

Secara statistik hipotesis yang akan di uji berada pada taraf kesalahan 0,05 dengan derajat kebebasan dk (n-2). Kriteria penerimaan atau penolakan sub hipotesis utama pada penelitian ini dapat ditulis sebagai berikut.

1. Ho: $p=0$, Artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara *novelty seeking* ($X_{1.1}$) terhadap keputusan berkunjung (Y).
Ha: $p \neq 0$, Artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara *novelty seeking* ($X_{1.1}$) terhadap keputusan berkunjung (Y).
2. Ho: $p=0$, Artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara *stress busting/fun* ($X_{1.2}$) terhadap keputusan berkunjung (Y).
Ha: $p \neq 0$, Artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara *stress busting/fun* ($X_{1.2}$) terhadap keputusan berkunjung (Y).
3. Ho: $p=0$, Artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara *achievement* ($X_{1.3}$) terhadap keputusan berkunjung (Y).
Ha: $p \neq 0$, Artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara *achievement* ($X_{1.3}$) terhadap keputusan berkunjung (Y).
4. Ho: $p=0$, Artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara *family oriented/education* ($X_{1.4}$) terhadap keputusan berkunjung (Y).
Ha: $p \neq 0$, Artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara *family oriented/education* ($X_{1.4}$) terhadap keputusan berkunjung (Y).