

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Analisis *tourist motivation* terhadap *visit decision* dilakukan di sebuah desa adat, yaitu Desa Penglipuran, Bali. Terdapat dua variabel pada objek penelitian yaitu variabel X (variabel dependen) dan variabel Y (variabel independen). Variabel penelitian ialah sesuatu keseluruhan yang bisa mengambil ketidaklarasan nilai dan/atau beragam (Uma & Roger, 2016). Setiap nilai memiliki beraneka ragam macam waktu teruntuk objek penelitian dan waktu yang sama ataupun sebaliknya (Sekaran & Bougie, 2016).

Pada penelitian penulis mempunyai 2 variabel, yaitu variabel bebas (*dependent variable*) dan variabel terikat (*independent variable*). Variabel terikat (*independent variable*) adalah variabel yang mempengaruhi variabel bebas (*dependent variable*) baik secara positif maupun secara negatif (Uma & Roger, 2016). Variabel bebas (*independent variable*) dalam penelitian ini adalah *tourist motivation* yang terdiri dari X_1 (*Scenery and exotic experience*), X_2 (*Culture*), X_3 (*Relaxation*), X_4 (*Self-actualization*), X_5 (*Physical refreshment*), dan X_6 (*Pleasure seeking/fantasy*) terhadap *visit decision* (Y). Sedangkan menurut Uma dan Roger (2016) variabel terikat (*dependent variable*) merupakan variabel yang menjadi minat utama peneliti yang bertujuan untuk memahami dan mendeskripsikan variabel terikat (*dependent variable*), atau untuk menjelaskan variabelilitasnya, atau memperkirakannya. Variabel terikat (*dependent variable*) dalam penelitian ini adalah *visit decision* (Y).

Desa adat Penglipuran menjadi tempat yang dipilih penulis untuk melakukan penelitian ini. Dengan demikian, sampel pada penelitian ini ialah nusantara yang sedang melakukan kunjungan di desa adat Penglipuran Bali. Berdasarkan hal tersebut, penelitian ini mengenai pengaruh strategi *tourist motivation* terhadap *visit decision* wisatawan di objek penelitian. Karena penelitian ini berlangsung kurang dari satu tahun, maka penulis menggunakan metode *cross sectional study*. Uma dan Roger (2016:104) menjelaskan *cross sectional study* merupakan studi yang mudah dilakukan karena data yang dikumpulkan hanya

sekali, pada periode tertentu (hari/minggu/bulan) untuk menjawab pertanyaan penelitian yang dilakukan.

3.2 Metode Penelitian

3.2.1 Jenis dan Metode yang Digunakan

Sesuai tujuan penelitian dan variabel yang akan dikaji, jenis penelitian yang dipakai dalam penelitian ini merupakan penelitian deksriptif dan verifikatif, yaitu menguji kebenaran suatu hipotesis yang telah diuraikan pada BAB II, melalui pengumpulan data di lapangan. Menurut Uma dan Roger (2016) penelitian deksriptif merupakan jenis penelitian konklusif yang mempunyai tujuan *primer* dalam mendeksripsikan sesuatu. Jenis penelitian deksriptif secara jelas menerima deksripsi tentang gambar *tourist motivation* yang terdiri dari *scenery and exotic experience, culture, relaxation, self-actualization, physical refreshment, dan pleasure seeking/fantasy*. Sedangkan penelitian verifikatif menurut Uma dan Roger (2016) merupakan penelitian yang dikerjakan menciptakan interaksi hubungan sebab dan akibat antar variabel. Penelitian verifikatif dilakukan untuk menguji hipotesis pada lapangan untuk memperoleh citra mengenai pengaruh *tourist motivation* dan gambar tentang *visit decision* wisatawan yang melakukan aktivitas berwisata di desa adat Penglipuran Bali.

Pada dasarnya, metode penelitian adalah studi ilmiah tunggal, menerima data sesuai dengan tujuannya dan menggunakannya untuk memecahkan masalah. Uma dan Roger (2016) mendeskripsikan metode sebagai adalah pendekatan generik untuk mengumpulkan data yang menentukan apakah konklusi kausal dapat ditarik. Jenis penelitian yang dilakukan di lapangan adalah penelitian verifikatif, dan metode penelitiannya adalah metode *explanatory survey*. McDaniel dan Gates (2015) menjelaskan bahwa penyelidikan eksplorasi adalah penelitian yang dilakukan untuk meningkatkan pemahaman konsep, untuk memperjelas karakteristik yang relevan tergantung pada pertanyaan yang akan dijawab, atau untuk mengidentifikasi variabel penting yang diteliti membantu. penelitian ini menggunakan metode ini, mengumpulkan informasi dari seluruh populasi, dan secara langsung menyimpulkan identitas tempat kejadian dengan tujuan untuk mengetahui hasil dari seluruh populasi subjek yang sama yang diteliti.

3.2.2 Operasional Variabel

Penelitian ini meneliti variable bebas (*independent variabel*) yaitu *tourist motivation* (X) yang terdiri dari *scenery and excotic experience, culture, relaxation, self-actualization, physical refreshment, dan pleasure seeking/fantasy*. Sedangkan variabel terikat (*dependent variable*) yaitu *visit decision* (Y) yang terdiri dari *product choice, brand choice, dealer choice, purchase timing, dan purchase among*. Menurut Coope & Schindler (2014) variable operasional adalah proses memodifikasi atau memecah konsep atau struktur menjadi variable terukur yang cocok untuk penugujian. Secara lebih operasional penuh dari kinerja yang mungkin 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
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
<i>Tourist motivation</i> didefinisikan motivasi wisatawan untuk bepergian dan pilihan tujuan mereka, karakteristik psikologis, factor-faktor yang mengintervensi seperti jarak perjalanan dan factor demografi semuanya dapat diintegrasikan untuk mencapai pemahaman yang lebih lengkap tentang perilaku perjalanan mereka (Yoo et al., 2018).						
<i>Tourist Motivation</i> (X)	<i>Scenery and exotic experience</i> (X ₁)	Gambaran pemandangan dan pengalaman eksotis dari berbagai sumber untuk memotivasi wisatawan	Keinginan wisatawan untuk menikmati tata ruang desa yang terlihat <i>aesthetics/menarik</i>	Tingkat keinginan wisatawan untuk menikmati tata ruang desa yang terlihat <i>aesthetics/menarik</i>	<i>Ordinal</i>	1
			Keinginan wisatawan untuk menikmati hutan bambu yang mengelilingi desa Penglipuran Bali	Tingkat keinginan wisatawan untuk menikmati hutan bambu yang mengelilingi desa Penglipuran Bali	<i>Ordinal</i>	2
			Keinginan wisatawan untuk melihat keunikkan atraksi di desa wisata Penglipuran Bali	Tingkat keinginan wisatawan untuk melihat keunikkan atraksi di desa wisata Penglipuran Bali	<i>Ordinal</i>	3
	<i>Culture</i>	Budaya dicirikan sebagai masyarakat	Keinginan wisatawan untuk mempelajari	Tingkat keinginan wisatawan untuk	<i>Ordinal</i>	4

(X ₂)	lokal, interaksi sosial, pengetahuan tentang tempat baru, situs budaya dan nilai pendidikan	budaya lokal yang telah ada di Desa Penglipuran Bali	mempelajari budaya lokal yang ada di Desa Penglipuran Bali	<i>Ordinal</i>	5
		Keinginan wisatawan berinteraksi dengan warga lokal untuk mempelajari kebiasaan mereka	Tingkat keinginan wisatawan berinteraksi dengan warga lokal untuk mempelajari kebiasaan mereka		
		Keinginan wisatawan untuk mendapatkan ilmu baru di Desa Penglipuran Bali	Tingkat keinginan wisatawan untuk mendapatkan ilmu baru di Desa Penglipuran Bali		
Relaxation (X ₃)	<i>Relaxation</i> disebutkan tentang membuat wisatawan merasa segar secara emosional/fisik dan juga membuat bersenang-senang	Keinginan wisatawan untuk menyegarkan pikiran dan emosional diri di desa wisata Penglipuran	Tingkat keinginan wisatawan untuk menikmati cuaca yang bagus di desa wisata Penglipuran	<i>Ordinal</i>	7
		Keinginan wisatawan untuk menikmati cuaca yang bagus di desa wisata Penglipuran	Tingkat keinginan wisatawan untuk menyegarkan pikiran dan emosional diri di desa wisata Penglipuran		
		Keinginan wisatawan untuk menenangkan diri di desa wisata Penglipuran	Tingkat keinginan wisatawan untuk menenangkan diri di		

			desa wisata Penglipuran			
		Realisasi atau pemenuhan wisatawan dalam mewujudkan keinginannya pada suatu desetinasi tertentu yang dianggap sebagai dorongan pada setiap konsumen dan pemulihan diri	Keinginan untuk merasa puas karena keinginannya telah terpenuhi	Tingkat keinginan untuk merasa puas karena keinginannya telah terpenuhi	<i>Ordinal</i>	10
	<i>Self-actualization</i> (X ₄)		Keinginan wisatawan mendapatkan pengalaman yang tak terlupakan	Tingkat keinginan wisatawan mendapatkan pengalaman yang tak terlupakan	<i>Ordinal</i>	11
			Keinginan wisatawan merasakan keadaan yang sebenarnya di desa Penglipuran Bali	Tingkat keinginan wisatawan merasakan keadaan yang sebenarnya di desa Penglipuran Bali	<i>Ordinal</i>	12
	<i>Physical refreshment</i> (X ₅)	<i>Physical refreshment</i> membicarakan tentang bergaul dengan turis asing maupun lokal untuk menyegarkan diri secara fisik	Keinginan wisatawan dalam menggerakkan badan dengan berjalan di setiap sisi ataupun area yang disediakan oleh pihak destinasi wisata	Tingkat keinginan wisatawan dalam menggerakkan badan dengan berjalan di setiap sisi ataupun area yang disediakan oleh pihak destinasi wisata	<i>Ordinal</i>	13
			Keinginan wisatawan untuk memulihkan diri yang membuatnya menjadi sehat dan	Tingkat keinginan wisatawan untuk memulihkan diri yang membuatnya menjadi	<i>Ordinal</i>	14

		bugar di desa wisata Penglipuran	sehat dan bugur di desa wisata Penglipuran		
		Keinginan wisatawan dalam berinteraksi dengan wisatawan lokal/asing untuk membicarakan hal-hal pengalaman baru di desa wisata Penglipuran	Tingkat keinginan wisatawan dalam berinteraksi dengan wisatawan lokal/asing untuk membicarakan hal-hal pengalaman baru di desa wisata Penglipuran	<i>Ordinal</i>	15
		Keinginan wisatawan untuk keluar dari tempat tinggal asal daerah wisatawan menuju desa wisata Penglipuran	Tingkat keinginan wisatawan untuk keluar dari tempat tinggal asal daerah wisatawan menuju desa wisata Penglipuran	<i>Ordinal</i>	16
	<i>Pleasure seeking/fantasy (X₆)</i>	membahas pelarian diri dari kehidupan sehari-hari dan mencari petualangan	Keinginan wisatawan untuk rehat dalam kegiatan sehari-hari yang dijalaninya	<i>Ordinal</i>	17
		Keinginan wisatawan dalam menjelajahi tempat baru di area desa wisata Penglipuran Bali	Tingkat keinginan wisatawan dalam menjelajahi tempat baru di area desa wisata Penglipuran Bali	<i>Ordinal</i>	18

<i>Visit Decision</i> (Y)	<i>Visit decision</i> yaitu keputusan wisatawan dalam memutuskan destinasi setelah melalui beberapa fase diantaranya evaluasi alternatif, minat pembelian dan sikap orang lain/factor situasi yang tak terduga dari wisatawan (2016:187).		
		Tingkat keputusan berkunjung berdasarkan kemenarikan desa wisata Penglipuran Bali	<i>Ordinal</i> 19
	<i>Product Choice</i>	Tingkat keputusan berkunjung berdasarkan keindahan alam di desa Penglipuran Bali	<i>Ordinal</i> 20
		Tingkat keputusan berkunjung keunggulan desa wisata Penglipuran Bali	<i>Ordinal</i> 21
	<i>Brand Choice</i>	Tingkat keputusan berkunjung berdasarkan informasi kepopuleran desa wisata Penglipuran Bali	<i>Ordinal</i> 22
		Tingkat keputusan berkunjung berdasarkan daya tarik	<i>Ordinal</i> 23

	desa wisata Penglipuran Bali		
	Tingkat keputusan berkunjung berdasarkan keunikkan desa Penglipuran Bali	<i>Ordinal</i>	24
	Tingkat keputusan berkunjung berdasarkan pembelian melalui <i>online travel agent/travel agent</i>	<i>Ordinal</i>	25
<i>Dealer Choice</i>	Tingkat keputusan berkunjung berdasarkan pembelian melalui website/media sosial desa Penglipuran Bali	<i>Ordinal</i>	26
	Tingkat keputusan berkunjung berdasarkan pembelian melalui teman/kerabat	<i>Ordinal</i>	27
<i>Purchase Timing</i>	Tingkat keputusan wisatawan dalam kunjungan ke desa wisata Penglipuran Bali pada saat <i>weekday</i>	<i>Ordinal</i>	28

	Tingkat keputusan wisatawan dalam kunjungan ke desa wisata Penglipuran Bali pada saat <i>weekend</i>	<i>Ordinal</i>	29
	Tingkat keputusan wisatawan dalam kunjungan ke desa wisata Penglipuran Bali pada saat libur nasional	<i>Ordinal</i>	30
<i>Purchase Amount</i>	Tingkat keputusan wisatawan berkunjung untuk mengunjungi desa Penglipuran Bali bersama pasangan	<i>Ordinal</i>	31
	Tingkat keputusan wisatawan berkunjung untuk mengunjungi desa Penglipuran Bali bersama keluarga (2 orang atau lebih)	<i>Ordinal</i>	32

Tingkat keputusan wisatawan berkunjung untuk mengunjungi desa Penglipuran Bali bersama teman/sahabat (2 orang atau lebih)	<i>Ordinal</i>	33
---	----------------	----

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2021

3.2.3 Jenis dan Sumber Data

Keperluan pada pengujian ini, terdapat dua jenis data yang dibutuhkan:

1. Data Primer

Data primer ialah data terbaru yang digunakan oleh peneliti untuk membantu memecahkan masalah dalam penelitian yang sedang dilakukan (McDaniel & Gates, 2015). Sedangkan Uma dan Roger (2016) menyatakan bahwa data primer merupakan data yang dikolektifkan langsung untuk dianalisis oleh peneliti, selanjutnya mencari pemecahan masalah terhadap masalah yang sedang diteliti. Dari penelitian ini data yang akan diambil yaitu berupa data tanggapan langsung dari wisatawan di Desa Adat Penglipuran Bali mengenai faktor *tourist motivation* yang terdiri dari *scenery and exotic experience, culture, relaxation, self-actualization, physical refreshment* dan *pleasure seeking/fantasy* untuk meningkatkan *visit decision*.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang telah diringkas sebagai variable, symbol, atau konsep yang dapat mengambil nilai dari suatu tingkat nilai (McDaniel & Gates, 2015). Data sekunder merupakan data yang telah tersaji dan peneliti tidak perlu mengumpulkannya secara langsung (Uma dan Roger, 2016).

Selanjutnya berdasarkan data dan sumber yang akan digunakan dalam penelitian ini, maka penulis mengolektifkan dan menyuguhkan dalam bentuk tabel 3.2 berikut:

TABEL 3.2
JENIS DAN SUMBER DATA

No.	Jenis Data	Sumber Data	Jenis Data
1	Data pengunjung wisatawan Nusantara ke Bangli Tahun 2018-2020	https://bali.bps.go.id	Sekunder
2	Data pengunjung wisatawan Nusantara ke Desa Adat Penglipuran Bali Tahun 2018-2020	https://disparda.baliprov.go.id	Sekunder

3	Sesuatu isi tulisan yang berhubungan dengan <i>tourist motivation</i> dan <i>visit decision</i>	<i>e-book</i> dan artikel jurnal	Sekunder
4	Tanggapan wisatawan mengenai <i>tourist motivation</i>	Wisatawan Nusantara di Kawasan Desa Adat Penglipuran Bali	Primer
5	Tanggapan wisatawan mengenai <i>visit decision</i>	Wisatawan Nusantara di Kawasan Desa Adat Penglipuran Bali	Primer

Sumber: Pengolahan data, 2021

3.2.4 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

3.2.4.1 Populasi

Langkah awal untuk mengolektifkan data dan membedah data ialah mempunyai data populasi. Mengambil populasi dari data yang sudah ditentukan ialah untuk pengujian hipotesis. Populasi mengacu pada seluruh kelompok besar orang, peristiwa atau menarik yang ingin diteliti oleh peneliti (Uma & Roger, 2016). Saat mengumpulkan objek data selalul dihadapkan dengan yang aluas diteliti baik itu berupa benda, manusia dan aktivitasnya atau peristiwa yang terjadi. Berdasarkan wawasan populasi di atas, satu-satunya kelompok populasi yang diteliti dalam peneliti ini adalah wisatawan nusantara yang melakukan kunjungan ke desa wisata Penglipuran Bali, dengan data sebagai berikut:

TABEL 3.3
JUMLAH PENGUNJUNG WISATAWAN
KE KABUPATEN BANGLI, BALI
TAHUN 2018-2020

Tahun	Jumlah Wisatawan
2018	304,335
2019	369,390
2020	65,701

Sumber: Dinas Pariwisata Provinsi Bali, 2021

Berdasarkan pada Tabel 3.3 jumlah wisatawan nusantara dan mancanegara ke Bangli dari tahun 2018 jumlah kunjungan wisatawan yang datang ke Kabupaten Bangli, Bali sebanyak 304,335. Pada tahun 2019 wisatawan yang datang berkunjung berjumlah 369,390. Tetapi pada tahun 2020 mengalami penurunan wisatawan menjadi 65,701. Namun, ada beberapa kawasan desa wisata yang

diminati oleh wisatawan nusantara yaitu Desa Penglipuran Bali tepatnya ada di Kabupaten Bangli, Bali. Tabel 3.4 berikut menunjukkan jumlah wisatawan dari tahun ke tahun di desa Penglipuran Bali:

TABEL 3.4
JUMLAH PENGUNJUNG WISATAWAN
NUSANTARA KE KABUPATEN BANGLI, BALI
TAHUN 2018-2020

Tahun	Jumlah Wisatawan
2018	196,071
2019	194,039
2020	20,640

Sumber: Dinas Pariwisata Provinsi Bali, 2021

3.2.4.2 Sampel

Pengertian sampel ialah merespons pertanyaan, sampel yang disebar oleh peneliti sesuai merepresentasikan populasi. Indikator berpengaruh dalam pengujian desain sampel adalah seberapa cocok sampel tersebut mewakili karakteristik populasi. Sampel adalah merupakan unit dari populasi (Sekaran & Bougie, 2016). Sedangkan menurut McDaniel dan Gates (2015) sampel diartikan sebagai bagian dari populasi yang dicermati. Menurut Donald dan Pamela (2014) sampel adalah sekumpulan kasus, peserta, peristiwa atau catatan yang terdiri dari target populasi, dipilih dengan seksama untuk mewakili populasi.

Untuk menentukan besaran sampel yang digunakan, peneliti menggunakan rumus Tabachnick dan Fidel. Berikut rumus yang dicetuskan oleh Tabachnick dan Fidel pada sampel:

$$N \geq 50 + m$$

atau

$$N \geq 104 + m$$

Keterangan:

m : jumlah variabel

N : jumlah sampel

Berdasarkan rumus diatas maka ukuran sampel untuk penelitian ini dapat dihitung sebagai berikut:

$$N \geq 104 + m$$

$$N \geq 104 + 7$$

$$N \geq 111$$

Maka bisa disimpulkan, sampel minimal yang dibutuhkan untuk penelitian ini ialah sebesar 111 responden dan peneliti pengambil sampel untuk penelitian ini sebesar 130 responden.

3.2.4.3 Teknik Sampling

Menurut Sugiyono (2017:81), pengambilan sampel memiliki metode evaluasi. Hal ini menjelaskan bahwa metode pengambilan sampel adalah metode pengambilan sampel untuk menentukan sampel mana yang akan digunakan dalam penelitian, dan digunakan metode pengambilan sampel berganda.

Metode pengambilan sampel dapat dibagi menjadi dua kelompok: pengambilan sampel probabilistik dan pengambilan sampel non-probabilitas. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan probability sampling. Menurut Sugiyono (2017: 82), “Probability sampling adalah teknik pengambilan sampel yang diberikan untuk memberikan peluang atau peluang yang sama pada setiap item atau anggota populasi yang dipilih sebagai sampel.” Sampel probabilitas terdiri dari sampel acak sederhana, sampel acak berstratifikasi proporsional, sampel acak berlapis tidak seimbang, dan sampel area (sampel klaster). Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan simple random sampling. Hal ini karena menurut Sugishirono (2017: 82), simple random sampling adalah pengambilan sampel secara acak anggota sampel dari populasi, terlepas dari strata yang ada dalam populasi.

3.2.5 Teknik Pengumpulan Data

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

1. Studi literatur, yaitu mengumpulkan data dengan cara menelaah buku, artikel, jurnal dan *homepage/website* untuk mendapatkan informasi berkaitan tentang teori dan konsep pada masalah penelitian atau variable yang sedang diteliti, yaitu *tourist motivation* terhadap *visit decision*.
2. Observasi, yaitu hal ini dilakukan dengan cara memeriksa dan mengamati secara langsung gejala-gejala yang muncul tanpa memerlukan objek yang diteliti secara langsung.

3. Wawancara, dengan ketua pengelola Desa Adat Penglipuran Bali dengan mengadakan tanya jawab mengenai *tourist motivation* untuk meningkatkan *visit decision*.
4. Kuesioner, berisi pertanyaan yang diajukan dan sudah disiapkan secara tertulis maupun tersedia di aplikasi dengan menyebar angket dan disertai dengan alternatif jawaban yang akan diberikan kepada responden. Kuesioner akan dikirimkan kepada wisatawan domestik yang berkunjung ke Desa Adat Penglipuran Bali.

Untuk lebih memahami bagaimana teknik pengumpulan data dalam penelitian ini digunakan, peneliti pengumpulkan dan menyajikannya pada Tabel di bawah ini:

TABEL 3.5
TEKNIK PENGUMPULAN DATA

No.	Teknik Pengumpulan Data	Sumber Data
1	Wawancara	Ketua Pengelola Desa Adat Penglipuran Bali
2	Observasi	<i>Tourist motivation</i> dan <i>visit decision</i> di Bali
3	Kuesioner	Wisatawan nusantara yang berkunjung ke desa Penglipuran Bali
4	Studi literatur	Teori <i>tourist motivation</i> dan <i>visit decision</i>

Sumber: Hasil Pengolah Data Sekunder dan Primer, 2020

3.2.6 Pengujian Validitas dan Reliabilitas

Selesai mengambil data kuesioner yang telah disebar, langkah berikutnya adalah mengolah dan menginterpretasikan data dari hasil tersebut untuk melihat apakah variable *tourist motivation* mempengaruhi *visit decision*. Uji validitas dan reabilitas terlebih dahulu dilakukan untuk memverifikasi keakuratan dan kualitas data sebelum melakukan analisis data dan memastikan bahwa kuesioner telah dibagikan kepada responden.

3.2.6.1 Rencana Pengujian Validitas

Uma dan Roger (2016) menjelaskan bahwa validitas adalah bukti bahwa alat, teknik, atau proses yang digunakan secara tidak sengaja mengukur ekspektasi secara konseptual. Nilai internal atau wajar terjadi ketika kriteria instrument secara wajar mencerminkan apa yang sedang diukur. Sedangkan “validitas eksternal, jika kriteria idiomatic instrument disusun atas dasar data empiris yang ada”. Rumus

korelasi torsi produk yang digunakan untuk memeriksa validitas adalah 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: Naresh K. Malhotra dan David F. Birks (2013:575)

Keterangan:

r_{xy} : koefesiensi korelasi *product moment*

n = Jumlah sampel

\sum = Kuadrat faktor variable X

$\sum X^2$ = Kuadrat faktor variable X

$\sum Y^2$ = Kuadrat faktor variable Y

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

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

1. Nilai r dibandingkan dengan nilai r_{tabel} dengan $dk = n - 2$ dan taraf signifikansi $\alpha = 0,05$
2. Item yang diteliti dikatakan valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$
3. 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 r tabel sebesar 0,374

TABEL 3.6
HASIL PENGUJIAN VALIDITAS

No.	Pertanyaan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
<i>Tourist motivation</i>				
<i>Scenery and exotic experience(X₁)</i>				
1	Tingkat keinginan wisatawan untuk menikmati tata ruang desa yang terlihat <i>aesthetics</i> /menarik	.485	.374	VALID
2	Tingkat keinginan wisatawan untuk menikmati hutan bambu yang mengelilingi desa wisata Penglipuran Bali	.481	.374	VALID
3	Tingkat keinginan wisatawan untuk melihat keunikkan atraksi di desa wisata Penglipuran Bali	.654	.374	VALID
<i>Culture(X₂)</i>				

4	Tingkat keinginan wisatawan untuk mempelajari budaya lokal yang ada di Desa Penglipuran Bali	.818	.374	VALID
5	Tingkat keinginan wisatawan berinteraksi dengan warga lokal untuk mempelajari kebiasaan mereka	.502	.374	VALID
6	Tingkat keinginan wisatawan untuk mendapatkan ilmu baru di Desa Penglipuran Bali	.503	.374	VALID
<i>Relaxation (X₃)</i>				
7	Tingkat keinginan wisatawan untuk menikmati cuaca yang bagus di desa wisata Penglipuran	.757	.374	VALID
8	Tingkat keinginan wisatawan untuk menyegarkan pikiran dan emosional diri di desa wisata Penglipuran	.758	.374	VALID
9	Tingkat keinginan wisatawan untuk menenangkan diri di desa wisata Penglipuran	.841	.374	VALID
<i>Self-actualization (X₄)</i>				
10	Tingkat keinginan untuk merasa puas karena keinginanmya telah terpenuhi	.789	.374	VALID
11	Tingkat keinginan wisatawan mendapatkan pengalaman yang tak terlupakan	.610	.374	VALID
12	Tingkat keinginan wisatawan merasakan keadaan yang sebenarnya di desa Penglipuran Bali	.687	.374	VALID
<i>Physical refreshment (X₅)</i>				
13	Tingkat keinginan wisatawan dalam menggerakkan badan dengan berjalan di setiap sisi ataupun area yang disediakan oleh pihak destinasi wisata	.460	.374	VALID
14	Tingkat keinginan wisatawan untuk memulihkan diri yang membuatnya menjadi sehat dan bugar di desa wisata Penglipuran	.538	.374	VALID
15	Tingkat keinginan wisatawan dalam berinteraksi dengan wisatawan lokal/asing untuk membicarakan hal-hal	.724	.374	VALID

	pengalaman baru di desa wisata Penglipuran			
<i>Pleasure seeking/fantasy (X₆)</i>				
16	Tingkat keinginan wisatawan untuk keluar dari tempat tinggal asal daerah wisatawan menuju desa wisata Penglipuran	.561	.374	VALID
17	Tingkat keinginan wisatawan untuk rehat dalam kegiatan sehari-hari yang dijalaninya	.421	.374	VALID
18	Tingkat keinginan wisatawan dalam menjelajahi tempat baru di area desa wisata Penglipuran Bali	.587	.374	VALID
<i>Visit Decision</i>				
<i>Product choice (Y₁)</i>				
19	Tingkat keputusan berkunjung berdasarkan kemenarikan desa wisata Penglipuran Bali	.783	.374	VALID
20	Tingkat keputusan berkunjung berdasarkan keindahan alam di desa Penglipuran Bali	.749	.374	VALID
21	Tingkat keputusan berkunjung keunggulan desa wisata Penglipuran Bali	.769	.374	VALID
<i>Brand choice (Y₂)</i>				
22	Tingkat keputusan berkunjung berdasarkan informasi kepopuleran desa wisata Penglipuran Bali	.798	.374	VALID
23	Tingkat keputusan berkunjung berdasarkan daya tarik desa wisata Penglipuran Bali	.805	.374	VALID
24	Tingkat keputusan berkunjung berdasarkan keunikan desa Penglipuran Bali	.884	.374	VALID
<i>Dealer choice (Y₃)</i>				
25	Tingkat keputusan berkunjung berdasarkan pembelian melalui <i>online travel agent/travel agent</i>	.807	.374	VALID
26	Tingkat keputusan berkunjung berdasarkan pembelian melalui website/media sosial desa Penglipuran Bali	.764	.374	VALID
27	Tingkat keputusan berkunjung berdasarkan pembelian melalui teman/kerabat	.759	.374	VALID
<i>Purchase timing (Y₄)</i>				

28	Tingkat keputusan wisatawan dalam kunjungan ke desa wisata Penglipuran Bali pada saat <i>weekday</i>	.789	.374	VALID
29	Tingkat keputusan wisatawan dalam kunjungan ke desa wisata Penglipuran Bali pada saat <i>weekend</i>	.704	.374	VALID
30	Tingkat keputusan wisatawan dalam kunjungan ke desa wisata Penglipuran Bali pada saat libur nasional	.782	.374	VALID
Purchase amount(Y_5)				
31	Tingkat keputusan wisatawan berkunjung untuk mengunjungi desa Penglipuran Bali bersama pasangan	.816	.374	VALID
32	Tingkat keputusan wisatawan berkunjung untuk mengunjungi desa Penglipuran Bali bersama keluarga (2 orang atau lebih)	.865	.374	VALID
33	Tingkat keputusan wisatawan berkunjung untuk mengunjungi desa Penglipuran Bali bersama teman/sahabat (2 orang atau lebih)	.872	.374	VALID

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2021

Dari Tabel 3.6 hasil pengujian untuk variable X (*tourist motivation*) yang berjumlah 18 item menunjukkan item pertanyaan dalam kuesioner valid, dikarenakan nilai r hitung lebih besar dari r tabel (0,374). Item pertanyaan tertinggi pada *relaxation* yaitu “tingkat keinginan wisatawan untuk menenangkan diri di desa wisata Penglipuran” dengan nilai 0,841 dan item pertanyaan terendah yaitu “tingkat keinginan wisatawan untuk rehat dalam kegiatan sehari-hari yang dijalaninya” dengan nilai 0,421. Begitupun untuk item pertanyaan pada variabel Y (*visit decision*), dari 15 item pertanyaan semuanya menunjukkan nilai r hitung lebih besar r tabel (0,374) oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa semua item pertanyaan valid dan dapat digunakan dalam penelitian ini.

3.2.6.2 Rencana Pengujian Reabilitas

Anastasi & Urbina (2013) menjelaskan bahwa reabilitas suatu pengujian merujuk pada konsisten skor yang didapat oleh responden yang sama dimana ketika diberikan pertanyaan yang berulang pada kondisi yang tertentu.

Dalam penelitian ini realibilitas diselidiki menggunakan rumus *cronbach's alpha* (α) karena alat kuesioner yang digunakan adalah interval beberapa poin dengan menggunakan skala *likert* 1 hingga 5. Menurut Anderson dalam Uma Sekaran (2016) *Cronbach alpha* adalah koefisien kepercayaan yang menunjukkan seberapa positif elemen-elemen dari suatu himpunan berkorelasi satu sama lain. *Cronbach alpha* dihitung menurut korelasi rata-rata antara item ukuran konsep. Semakin dekat *Cronbach alpha* ke 1, semakin tinggi keandalan konsistensi internal.

Uji reabilitas dalam penelitian ini menggunakan rumus *Cronbach alpha*, yaitu:

Sumber: Uma Sekaran dan Roger Bougie (2016)

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

Keterangan:

r_{11} = reliabilitas instrument

k = banyak butir pertanyaan

σt^2 = varians total

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

Banyak variasi item untuk setiap pertanyaan dapat dicari dengan nilai varians $\sum \sigma^2$ untuk setiap item, kemudian diringkas ($\sum \sigma^2$) 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 instrument adalah sebagai berikut:

3.1 Item yang dipelajari dikatakan reliabel jika *cronbach's alpha* (α) \geq 0,700.

3.2 Item yang dipelajari dikatakan reliabel jika *cronbach's alpha* (α) \leq 0,700.

TABEL 3.7
HASIL PENGUJIAN RELIABILITAS

No	Variabel	$C\alpha$ hitung	$C\alpha$ minimal	Keterangan
1	<i>Tourist motivation</i>	.929	.700	Reliabel
2	<i>Visit decision</i>	.966	.700	Reliabel

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2021

Berdasarkan data hasil reliabilitas menunjukkan bahwa *tourist motivation* (X) dan *visit decision* (Y) dinyatakan reliabel karena r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} . Hasil uji reliabilitas variabel *tourist motivation* memperoleh r_{hitung} sebesar 0,929 sedangkan variabel *visit decision* memperoleh r_{hitung} sebesar 0,966.

3.2.7 Analisis Data

3.2.7.1 Analisis Data Deskriptif

Analisis deskriptif bertujuan untuk mengubah kumpulan data menjadi informasi yang dapat dipahami. Analisis deskriptif data dilakukan dengan cara mengklasifikasi, mengkategorikan dan menginterpretasikan data yang diperoleh dengan analisis, untuk mendapatkan gambaran umum variable berdasarkan beberapa analisis sebagai berikut:

1. Analisis frekuensi suatu distribusi matematis yang bertujuan untuk mendapatkan hitungan jumlah tanggapan yang terkait dengan nilai berbeda dari satu variable dan dua variable yang mewakili angka dalam suatu presentasi (Malhotra & Birks, 2013:502)
2. Analisis *cross tabulation* suatu teknik statistic yang menjelaskan dua atau lebih variable dengan beberapa kategori atau nilai berbeda (Malhotra & Birks, 2013:502)
3. Perhitungan skor ideal memungkinkan untuk mengukur kuat atau lemahnya pengaruh variabel-variabel yang ada dalam objek penelitian. Dibawah ini adalah rumus untuk mennghitung skor ideal.
 Nilai Indeks Maksimum = Skor Tertinggi x Jumlah Item x Jumlah Responden
 Nilai Indeks Minimum = Skor Terendah x Jumlah Item x Jumlah Responden
 Jenjang Variabel = Nilai Indeks Maksimum – Nilai Indeks Minimum
 Jarak Interval = Jenjang : Banyaknya Interval

Analisis deskriptif digunakan untuk menggambarkan variable penelitian, sebagai berikut:

1. Analisis deksriptif tentang yang terdiri dari *prestige*, *escape*, *novelty*, *relaxation*, dan *cultural* dalam *tourist motivation* di kawasan desa adat Penglipuran Bali
2. Analisis deksriptif tentang *visit decision* wisatawan di kawasan desa adat Penglipuran Bali

Setelah dilakukan analisis deskriptif, selanjutnya dilakukan analisis semua data yang diperoleh dari responden terkumpul. Kegiatan analisis data dalam penelitian ini dilakukan dengan langkah-langkah sebagai berikut:

1. Komplasi data;
 - Persiapan data dilakukan dengan cara mengecek keseluruhan data. Pertama, masukkan data dari identitas responden sesuai dengan tujuan survei;
2. Verifikasi dan keakuratan data yang dikumpulkan;
3. Dekripsi skor dari hasil pengumpulan data;
 - a. Tentukan skor untuk setiap elemen,
 - b. Tambahkan skor untuk setiap item,
 - c. Ubah tipe data, dan
 - d. Membangun skor peringkat untuk setiap variable penelitian.

Skala likert digunakan untuk mengubah variable terukur menjadi dimensi, dimensi menjadi subvariabel, dan kemudian subvariabel menjadi metrik yang dapat diukur. Selanjutnya, metrik ini dapat dipakai sebagai titik awal untuk membuat item instrument dalam bentuk pertanyaan untuk dijawab oleh responden. Setiap responden diberi pernyataan atau sikap mendukung, yang diungkapkan dengan kata-kata berikut:

TABEL 3.8
ALTERNATIF JAWABAN MENURUT SKALA
LIKERT

Alternatif Jawaban	Skala
Sangat Tinggi	5
Tinggi	4
Cukup	3
Rendah	2
Sangat Rendah	1

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

4. Analisis data;

Pengerjaan ini dimulai dari pengolahan data yang diperoleh hingga analisis lebih lanjut dengan menginterpretasikan data tersebut berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan rumus-rumus statistic.

3.2.7.2 Analisis Data Verifikatif

Analisis verifikatif merupakan analisis yang digunakan untuk membahas data kuantitatif. Analisis ini digunakan untuk menjawab rumusan masalah yaitu mengetahui seberapa besar pengaruh variable bebas terhadap variable terikat secara simultan maupun parsial. Kegiatan analisis data dalam penelitian ini dilakukan melalui beberapa tahap:

3.2.7.3 *Method of Succesive Interval* (MSI)

Skala ordinal ini harus diubah menjadi skala interval menggunakan metode suksepsi interval. Langkah-langkah untuk melakukan transformasi data adalah sebagai berikut:

- a. Hitung frekuensi (f) untuk setiap pilihan jawaban berdasarkan responden responden terhadap setiap pertanyaan.
- b. Berdasarkan frekuensi yang diperoleh untuk setiap pertanyaan, rasio (p) setiap pilihan jawaban dihitung dengan membagi frekuensi dengan jumlah responden.
- c. Berdasarkan tarif ini, tarif kumulatif kemudian dihitung untuk setiap pilihan jawaban.
- d. Tentukan nilai batas Z (table normal) untuk setiap pertanyaan dan setiap pilihan jawaban.

- e. Tentukan rata-rata periode waktu setiap pilihan jawaban menggunakan rumus berikut:

$$\text{Scale Value} = \frac{(\text{Demicity at lower limit}) - (\text{Demicity at upper limit})}{(\text{Area below upper limit}) - (\text{Area below lower limit})}$$

Data penelitian berskala waktu akan ditentukan oleh pasangan data variable bebas dengan variable terikat dan akan ditentukan oleh persamaan yang diterapkan pada pasangan tersebut.

1. Menyusun data
2. Pemilihan data kegiatan pemilihan data disajikan untuk memverifikasi kelengkapan identitas responden, kelengkapan data, dan entri data sesuai dengan tujuan penelitian.
3. Tabulasi data
 - a. Tuliskan setiap item.
 - b. Tambahkan skor untuk setiap item.
 - c. Mengatur klasifikasi setiap elemen.
4. Menganalisis data
Analisis data adalah proses pengolahan data dengan menggunakan rumus statistic, menafsirkan data untuk sampai pada kesimpulan.
5. Pengujian
Pengujian hipotesis dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan analisis regresi berganda.

Berdasarkan tujuan penelitian, maka variable yang dianalisis adalah variabel independen (X) yaitu *tourist motivataion* terdiri dari *scenery and exotic experience, culture, relaxation, self-actualization, physical refreshment, dan pleasure seeking/fantasy* (Yoo et al., 2018). Sedangkan variabel dependen (Y) yaitu *visit decision*.

3.2.7.4 Analisis Data Berganda

Analisis regresi berganda adalah analisis yang memprediksi pengaruh dua atau lebih variable bebas (X) terhadap variable terikat (Y) menunjukkan ada tidaknya hubungan sebab akibat antara dua variable lebih variable bebas. Bentuk persamaan regresi berganda untuk kedua predictor adalah sebagai berikut:

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

Keterangan: Y = Variabel terikat yang diprediksikan (*Purchase Intention*)

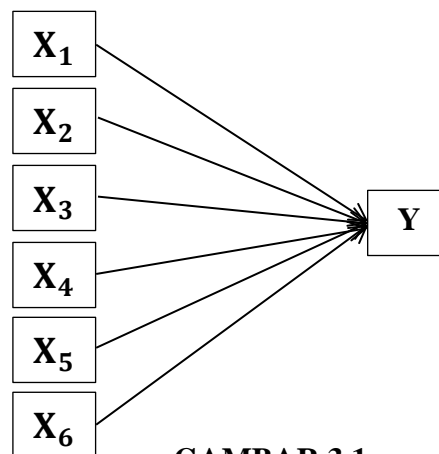
a = Konstant

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

Analisis regresi linear berganda digunakan dalam situasi dimana satu atau lebih variabel independen diharapkan mempengaruhi variabel dependen (Sekaran & Bougie, 2016). Analisis regresi linear berganda akan dilakukan jika jumlah variable bebas paling sedikit dua atau lebih. Diubah menjadi beberapa subhipotesis yang menunjukkan pengaruh variable dependen, independen yang paling dominan terhadap variable dependen, lebih jelasnya dapat dilihat pada Gambar 3.1 dibawah ini :



GAMBAR 3.1
REGRESI BERGANDA

Keterangan :

X_1 = *Scenery and exotic experience*

X_2 = *Culture*

X_3 = *Relaxation*

X_4 = *Self-actualization*

X_5 = *Physical refreshment*

X_6 = *Pleasure seeking/fantasy*

Y = *Purchase decision*

Analisis regresi berganda perlu mewaspadaai larangan asumsi. Untuk memastikan tidak terjadi larangan dalam analisis regresi linear berganda, perlu dilakukan uji asumsi klasik yang harus dipenuhi secara statistic. Asumsi klasik yang umum digunakan adalah normalitas multikolinearitas, autokorelasi dan heteroskedasitas.

- a. **Uji asumsi normalitas**, uji normalitas adalah model regresi yang bertujuan untuk menguji apakah terdapat distribusi normal baik pada variable dependen maupun indenpenden. Model regresi yang baik adalah model yang berdistribusi normal. Data berdistribusi normal jika Sig. > 0,05 dan tidak normal jika Sig. < 0,05.
- b. **Uji asumsi multikolinearitas**, pengujian ini dirancang untuk melihat apakah ada dua atau variable bebas lainnya yang saling berkoleasi linear. Ketika ini terjadi, menjadi sulit untuk membedakan pengaruh masing-masing variable independent terhadap variable dependen. Untuk mendeteksi gejala multikolinearitas, jika nilai toleransi lebih tinggi dari 0,10. Multikolinearitas terjadi jika nilai tolerance lebih kecil atau sama dengan 0,10. Dilihat dari nilai VIF, tidak terjadi multikolinearitas, jika nilai VIF kurang dari 10,00. Multikolinearitas terjadi nilai VIF lebih besar atau sama dengan 10,00.
- c. **Uji asumsi autokorelasi**, uji autokorelasi terdiri dari melihat apakah ada korelasi antara periode waktu t dan periode sebelumnya (t-1). Pengujian autokorelasi hanya dilakukan pada data time series dan tidak perlu dilakukan pada data *cross sectional* seperti pada kuesioner dimana pengukuran semua variable dilakukan secara bersamaan pada titik waktu yang sama. Persamaan regresi yang baik adalah persamaan tersebut tidak memiliki masalah autokorelasi. Jika terjadi autokorelasi, maka persamaan tersebut tidak baik atau cocok untuk diprediksi. Gejala autokorelasi dideteksi dengan melakukan uji Durbin-Watson (DW). Hasil perhitungan Durbin-Watson (DW) dibandingkan dengan nilai dtabel pada $\alpha = 0,05$.
- d. **Uji asumsi heteroskedastisitas**, Uji heteroskedastisitas terdiri dari melihat melihaht apakah ada ketidaksamaan varians residual dari satu

pengamatan ke pengamatan lainnya. Model regresi yang memenuhi syarat adalah model yang memiliki varians yang sama antara residual dari satu pengamatan ke pengamatan lainnya, model ini tetap atau disebut varians kovariat, dan jika variansnya tidak sama, kita berbicara tentang varians variable. Persamaan regresi yang baik jika tidak ada varians variable. Suatu regresi dikatakan memiliki varians variable yang tidak terdeteksi jika nilai t hitung lebih kecil dari t table dan nilai signifikansi lebih besar dari 0,05. Dikatakan varians variable jika t hitung lebih besar dari t table dan nilai signifikan lebih kecil dari 0,05.

e. Analisis Korelasi (R)

Analisis korelasi berguna untuk menentukan suatu besaran yang menunjukkan kekuatan hubungan satu variable dengan variable lainnya. Silalahi mengungkapkan (2009:375) bahwa :

Jika koefisiensi korelasi sama dengan atau mendekati +1, ini menunjukkan korelasi positif sempurna, di mana perubahan skor tinggi satu variabel disertai dengan perubahan yang setara dengan arah yang sama dari variabel lain tanpa kecuali.

Nilai R bervariasi dari 0 sampai 1. Nilai mendekati 1 berarti hubungan menguat, sedangkan nilai mendekati 0 berarti hubungan melemah.

f. Analisis Determinasi (R^2)

Analisis deterministik dalam regresi berganda membantu untuk menentukan persentase variabel bebas (X_1, X_2, X_3) sekaligus terhadap variabel terikat (Y). Silalahi (2009, hlm. 376) mengungkapkan bahwa koefisien ini dimaksud untuk mengetahui bagaimana persentase variasi perubahan pada satu variabel (tergantung) ditentukan oleh perubahan pada variabel lainnya (bebas). $R^2 = 0$, maka tidak ada persentase minimal pengaruh yang diberikan oleh variabel independen terhadap variabel dependen, atau variabel independen yang digunakan dalam model tidak menjelaskan adanya perubahan pada variabel dependen.

3.2.8 Pengujian Hipotesis

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

Data yang diperoleh dari penelitian ini adalah data ordinal yang merupakan skala yang berisi item-item dari suatu kategori atau penamaan yang juga menunjukkan peringkat atau urutan. Hipotesis yang akan diuji untuk menerima atau menolak hipotesis dapat ditulis sebagai berikut:

Jika perhitungan lebih besar samadengan t yang tercantum pada tabel, maka H_a diterima, dan H_0 ditolak

Jika t perhitungan lebih kecil dari t yang tercantum pada 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 untuk mengambil keputusan menerima atau menolak hipotesis dapat ditulis sebagai berikut:

A. Secara Simultan

1. $H_0 : b_i = 0$ artinya tidak mempunyai pengaruh yang relevan antara *tourist motivation* yang terdiri dari *scenery and exotic experience, culture, relaxation, self-actualization, physical refreshment* dan *pleasure seeking/fantasy* terhadap *purchase decision* Desa Penglipuran Bali.
2. $H_1 : b_i \neq 0$ artinya terdapat terdapat pengaruh yang relevan antara *tourist motivation* yang terdiri dari *scenery and exotic experience, culture, relaxation, self-actualization, physical refreshment* dan *pleasure seeking/fantasy* terhadap *purchase decision* Desa Penglipuran Bali.

Pengujian hipotesis secara simultan dengan menggunakan uji F dihitung dengan rumus:

$$f = \frac{R^2(N - M - 1)}{m(1 - R^2)}$$

Keterangan:

R = Koefisien korelasi ganda

m = Jumlah prediktor

n = Jumlah anggota sampel

Kriteria pengambilan keputusan untuk hipotesis yang diajukan adalah:

Jika f_{hitung} lebih besar dari f_{tabel} , maka H_0 ditolak artinya X berpengaruh terhadap Y

Jika f_{hitung} lebih kecil dari f_{tabel} , maka H_0 ditolak artinya X tidak berpengaruh terhadap Y

B. Secara Parsial

1. $H_0 : \rho = 0$, artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan *scenery and exotic* terhadap *purchase decision*.
 $H_0 : \rho \neq 0$, artinya terdapat pengaruh yang signifikan *scenery and exotic* terhadap *purchase decision*.
2. $H_0 : \rho = 0$, artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan *culture* terhadap *purchase decision*.
 $H_0 : \rho \neq 0$, artinya terdapat pengaruh yang signifikan *culture* terhadap *purchase decision*.
3. $H_0 : \rho = 0$, artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan *relaxation* terhadap *purchase decision*.
 $H_0 : \rho \neq 0$, artinya terdapat pengaruh yang signifikan *relaxation* terhadap *purchase decision*.
4. $H_0 : \rho = 0$, artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan *self-actualization* terhadap *purchase decision*.
 $H_0 : \rho \neq 0$, artinya terdapat pengaruh yang signifikan *self-actualization* terhadap *purchase decision*.
5. $H_0 : \rho = 0$, artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan *physical refreshment* terhadap *purchase decision*.
 $H_0 : \rho \neq 0$, artinya terdapat pengaruh yang signifikan *physical refreshment* terhadap *purchase decision*.
6. $H_0 : \rho = 0$, artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan *pleasure seeking/fantasy* terhadap *purchase decision*.

$H_0 : \rho \neq 0$, artinya terdapat pengaruh yang signifikan *pleasure seeking/fantasy* terhadap *purchase decision*.

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