

BAB III METODE PENELITIAN

A. Objek Penelitian

Lokasi penelitian adalah di Saung Angklung Udjo yang berada di Jl. Padasuka No.118, Kelurahan Pasir Layung, Kecamatan Cibeunying Kidul, Kota Bandung. Sesuai dengan permasalahan dalam penelitian ini yaitu “Pengaruh Produk dan Citra Saung Angklung Udjo sebagai Wisata Budaya terhadap Keputusan Berkunjung”.

Penelitian ini menganalisis mengenai pengaruh produk dan citra Saung Angklung Udjo sebagai wisata budaya terhadap keputusan berkunjung. Adapun yang menjadi objek penelitian sebagai variabel bebas (*independent variable*) adalah produk dan citra, sedangkan variabel terikat (*dependend variable*) adalah keputusan berkunjung. Pada penelitian ini, subjek yang akan dijadikan responden adalah wisatawan yang mengunjungi Saung Angklung Udjo.



Rizky Ayu Ramadhanita, 2014

Pengaruh produk dan citra saung angklung udjo sebagai wisata budaya terhadap keputusan berkunjung

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

Gambar 3.1 Denah Saung Angklung Udjo

Sumber Saung Angklung Udjo(2013)

B. Metode

Dalam setiap penelitian yang akan dilakukan, terlebih dahulu harus ditentukan jenis dan metode penelitian yang akan digunakan, sehingga tujuan dari penelitian tersebut dapat tercapai. Adapun jenis penelitian yang digunakan oleh penulis adalah deskriptif dan verifikatif dengan pendekatan kuantitatif berdasarkan variabel yang ditelitinya.

Umi Narimawati (2008:21) menjelaskan bahwa penelitian deskriptif adalah suatu metode yang menggambarkan atau menguraikan hasil penelitian melalui penerapan narasi, gambar maupun grafik. Penelitian verifikatif diterangkan oleh Suharsimi Arikunto (2009:7) sebagai berikut: Penelitian verifikatif pada dasarnya ingin menguji kebenaran melalui pengumpulan data di lapangan. Sedangkan menurut Sugiyono (2008:6) verifikatif adalah pembuktian untuk menguji hipotesis hasil penelitian deskriptif dengan suatu hitungan statistika sehingga didapat hasil pembuktian yang menyatakan hipotesis ditolak atau diterima. Sehingga metode verifikatif ini digunakan untuk menjawab penelitian, yaitu untuk mengetahui besarnya pengaruh produk dan citra terhadap keputusan berkunjung. Dengan metode ini dapat diketahui berapa besarnya pengaruh variabel *independen* mempengaruhi variabel *dependen* serta besarnya arah hubungan yang terjadi. Menurut Sugiyono (2008:23) kuantitatif adalah data yang berbentuk angka. Jadi pendekatan kuantitatif adalah pendekatan yang menggunakan data menurut angka. Maka penelitian deskriptif verifikatif dengan pendekatan kuantitatif adalah menjelaskan, mendeskriptifkan masing-masing variabel dengan menggunakan data, berupa angka kemudian menjelaskan hubungan kedua variabel melalui uji hipotesis.

Berdasarkan jenis penelitiannya, yakni deskriptif, verifikatif dengan pendekatan kuantitatif yang dilaksanakan melalui pengumpulan data di lapangan,

Rizky Ayu Ramadhanita, 2014

Pengaruh produk dan citra saung angklung udjo sebagai wisata budaya terhadap keputusan berkunjung

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

maka metode penelitian yang akan digunakan adalah metode *explanatory survey*. Survei informasi dari sebagian populasi (sampel responden) dikumpulkan langsung di tempat kejadian secara empirik, dengan tujuan untuk mengetahui pendapat dari sebagian populasi terhadap objek yang sedang diteliti. Seperti yang dikemukakan oleh Syaodih, Nana (2008:82) bahwa: “Survei digunakan untuk mengumpulkan data atau informasi tentang populasi yang besar dengan menggunakan sampel yang relatif kecil”.

C. Oprasionalisasi Variabel

Tabel 3.1
Operasionalisasi Variabel

Variabel/ Sub Variabel	Teori yang Digunakan	Indikator	Ukuran	Skala	No item
Produk (X)	Produk wisata adalah kumpulan dari berbagai macam produk yang dihasilkan oleh perusahaan-perusahaan yang diberi pelayanan secara langsung kepada wisatawan bila melakukan perjalanan wisata. (Oka Yoeti, 2008:15)	<i>Attractions of the destinations</i>	1. Tingkat kualitas produk atraksi dan aktivitas yang ditawarkan	Ordinal	p1
			2. Tingkat kesesuaian atraksi yang ditawarkan dengan yang dirasakan wisatawan	Ordinal	p2
		<i>Facilities of the destinations</i>	1. Tingkat kelengkapan fasilitas di Saung Angklung Udjo	Ordinal	p3
			2. Tingkat kenyamanan yang dirasakan wisatawan saat menggunakan fasilitas	Ordinal	p4

		<i>Accesibilities of the destinations</i>	1. Tingkat kemudahan menuju Saung Angklung Udjo	Ordinal	p5
			2. Tingkat kelayakan jalan raya untuk menuju Saung Angklung Udjo	Ordinal	p6
Citra (X)	Citra adalah kumpulan kepercayaan, gagasan dan imgesi yang dimiliki oleh konsumen terhadap sesuatu (Hamel dan Prahalad, 2000:484)	<i>Recognition</i>	1. Tingkat pengetahuan terhadap Saung Angklung Udjo sebagai wisata budaya	Ordinal	p7
			2. Tingkat kesan terhadap Saung Angklung Udjo	Ordinal	p8
		<i>Reputation</i>	1. Tingkat daya tarik wisata budaya Saung Angklung Udjo	Ordinal	p9
			2. Tingkat keragaman atraksi wisata budaya yang berada di Saung Angklung Udjo	Ordinal	p10
		<i>Affinity</i>	1. Tingkat kualitas pelayanan yang diberikan di Saung Angklung Udjo	Ordinal	p11
			2. Tingkat informasi yang di berikan oleh Saung Angklung Udjo	Ordinal	p12
		<i>Brand Loyalty</i>	1. Motivasi berkunjung kembali ke Saung	Ordinal	p13

Rizky Ayu Ramadhanita, 2014

Pengaruh produk dan citra saung angklung udjo sebagai wisata budaya terhadap keputusan berkunjung

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

			Angklung Udjo		
			2. Tingkat kepuasan berkunjung ke Saung Angklung Udjo	Ordinal	p14
Keputusan Berkunjung (Y)	Keputusan pembelian adalah suatu keputusan (decision) melibatkan pilihan di antara dua atau lebih alternatif tindakan atau perilaku (Kotler dan Keller, 2009:215)	Pilihan Produk	1. Tingkat kunjungan wisawan berdasarkan produk Saung Angklung Udjo	Ordinal	p15
			2. Keunggulan produk dan atraksi Saung Angklung Udjo sebagai wisata budaya dibandingkan kompetitor	Ordinal	p16
		Pilihan Merek	1. Tingkat kunjungan berdasarkan kepopuleran Saung Angklung Udjo	Ordinal	p17
			2. Tingkat kemenarikan logo, simbol, warna, dan desain Saung Angklung Udjo	Ordinal	p18
		Pilihan Penyalur	1. Tingkat kemudahan transportasi menuju Saung Angklung Udjo	Ordinal	p19
			2. Tingkat kestrategisan Saung Angklung Udjo		p20
		Pilihan Waktu	1. Tingkat ketepatan waktu kunjungan pada	Ordinal	p21

Rizky Ayu Ramadhanita, 2014

Pengaruh produk dan citra saung angklung udjo sebagai wisata budaya terhadap keputusan berkunjung

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

			saat <i>week days</i>		
			2. Tingkat ketepatan waktu kunjungan pada saat <i>week end</i>		p22
			3. Tingkat ketepatan waktu kunjungan pada saat acara tertentu		P23
		Pilihan Jumlah	1. Tingkat seringnya berkunjung ke Saung Angklung Udjo	Ordinal	p24
			2. Tingkat kunjungan sesuai kebutuhan		p25

Sumber: Hasil Penelitian 2013

D. Populasi, Sampel dan Teknik Sampling Penelitian

1. Populasi Penelitian

Populasi adalah keseluruhan unit atau individu dalam ruang lingkup yang diteliti. Sugiyono (2008:115) mengemukakan populasi adalah sebagai berikut “Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas abjek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Dalam penelitian ini, populasi yang akan diambil yaitu wisatawan yang berkunjung ke Saung Angklung Udjo.

Berdasarkan pengertian populasi tersebut maka populasi pada penelitian ini adalah seluruh wisatawan yang berkunjung ke Saung Angklung Udjo berdasarkan data selama satu tahun terakhir, yaitu tahun 2012. Karena peneliti melakukan penelitian dari akhir tahun 2013, maka peneliti menggunakan data tahun 2012.

Tabel 3.2

Jumlah Kunjungan Wisatawan ke Saung Angklung Udjo pada tahun 2012

Rizky Ayu Ramadhanita, 2014

Pengaruh produk dan citra saung angklung udjo sebagai wisata budaya terhadap keputusan berkunjung

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

Bulan	Domestik	Mancanegara
Januari	14.416	2.248
Februari	21.519	1.500
Maret	17.660	1.967
April	14.447	1.954
Mei	23.102	2.220
Juni	17.847	2.344
Juli	9.821	3.843
Agustus	3.727	1.903
September	6.913	3.656
Oktober	12.754	2.394
November	14.552	2.134
Desember	20.100	2.911
Jumlah	176.858	29.074
Jumlah Total	205.932	

Sumber: SaungAngklung Udjo, 2013

2. Sampel Penelitian

Dalam suatu penelitian, apabila objek yang diteliti adalah populasi, itu terlampaui luas. Oleh karena itu, diperlukanlah penyederhanaan objek, yaitu menggunakan sampel. Sampel adalah bagian dari populasi yang memiliki sifat-sifat yang sama dari objek yang merupakan sumber data (Sukadarrumidi, 2006:50 dalam Utama 2012:68). Sampel pada penelitian ini yaitu sebagian dari pengunjung yang berkunjung ke Saung Angklung Udjo.

Penentuan sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus Slovin yaitu sebagai berikut:

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

Dimana:

Rizky Ayu Ramadhanita, 2014
Pengaruh produk dan citra saung angklung udjo sebagai wisata budaya terhadap keputusan berkunjung

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

- n = ukuran sampel
 e = kelonggaran ketidakteelitian karena kesalahan sampel yang bisa ditolerir (e=0,1)
 N = ukuran populasi

Berdasarkan rumus tersebut, maka ukuran sampel pada penelitian ini adalah :

$$n = \frac{205.932}{1+(205.932 \times (0.1)^2)}$$

$$n = \frac{205.932}{2.060}$$

n = 100,45 dibulatkan menjadi 100 orang.

3. Teknik Sampling

Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah probability sampling yaitu teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel (Sugiyono, 2011:64). Teknik yang dipakai adalah *simple random sampling* karena pengambilan anggota populasi diambil secara acak tanpa memperhatikan tingkatan yang ada dalam populasi tersebut.

E. Teknik Pengumpulan Data

Data yang diperoleh dari penelitian ini didapatkan dengan menggunakan teknik sebagai berikut :

1. Studi Kepustakaan

Studi kepustakaan yaitu suatu teknik untuk mendapatkan data teoritis dari para ahli melalui sumber bacaan yang berhubungan dan menunjang

terhadap variabel-variabel yang diteliti dalam penelitian ini, antara lain mengenai citra, produk dan keputusan berkunjung.

2. Observasi

Seluruh penelitian memerlukan beberapa macam observasi mengenai orang, benda atau proses. Yang perlu diperhatikan dari observasi terstruktur adalah bagaimana perolehan data, satu bagian yang diobservasi, terlihat dan terdengar, beberapa fenomena dan kemudian rekaman sistematis observasi yang dihasilkan.

3. Wawancara

Wawancara dilakukan sebagai teknik komunikasi langsung dengan pihak manajemen Saung Angklung Udjo dan wisatawan yang berkunjung ke Saung Angklung Udjo.

4. Kuesioner/Angket

Kuesioner meliputi berbagai instrumen di mana subjek menanggapi untuk menulis pertanyaan untuk mendapatkan reaksi, kepercayaan dan sikap. Peneliti memilih atau membangun perangkat pertanyaan yang tepat dan meminta kepada subjek untuk menjawabnya.

F. Jenis dan Sumber Data

Sumber data adalah segala sesuatu yang dapat memberikan informasi mengenai data. Data penelitian digolongkan menjadi dua yaitu, data primer dan data sekunder.

1. Data Primer

Data primer atau data tangan pertama adalah data yang diperoleh langsung dari subjek penelitian dengan mengenakan alat pengukuran atau alat pengambilan data langsung pada subjek sebagai sumber data yang dicari. Untuk memperoleh data primer, penulis menggunakan metode

Rizky Ayu Ramadhanita, 2014

Pengaruh produk dan citra saung angklung udjo sebagai wisata budaya terhadap keputusan berkunjung

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

kuisisioner dan wawancara untuk mengetahui tanggapan wisatawan domestik dan mancanegara terhadap produk dan citra Saung Angklung Udjo sebagai wisata budaya dan tanggapan wisatawan terhadap keputusan berkunjung ke Saung Angklung Udjo.

2. Data Sekunder

Data sekunder atau data tangan kedua adalah data yang diperoleh dari pihak lain, tidak langsung diperoleh oleh peneliti dari subjek penelitiannya. Data sekunder biasanya berwujud data dokumentasi atau data laporan yang telah tersedia.

G. Instrumen Penelitian

Menurut Suharsimi Arikunto (2002:150) instrumen penelitian adalah alat atau fasilitas yang digunakan oleh peneliti dalam mengumpulkan data agar pengerjaannya lebih mudah dan hasilnya lebih baik, dalam arti lebih cermat, lengkap dan sistematis sehingga lebih mudah diolah. Instrumen atau alat yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah kuesioner, untuk memperoleh informasi yang relevan dan mengetahui data yang valid dan reliable.

Instrumen penelitian yang dipergunakan adalah kuesioner tertutup sebagai teknik pengumpulan data, hal ini dapat mempermudah peneliti dalam melakukan analisis data dan menghemat waktu.

Dalam penelitian ini, untuk mengetahui tanggapan responden tentang pengaruh produk dan citra Saung Angklung Udjo sebagai wisata budaya terhadap keputusan berkunjung dipergunakan skala *Likert*.

1. Pendekatan Skala Likert

Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang terhadap fenomena sosial (Sugiyono, 2010:93). Jawaban dari setiap item instrument yang menggunakan skala Likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negative, kategori respon terdiri dari lima kategori, dan diberi bobot dari 5 sampai 1.

Rizky Ayu Ramadhanita, 2014

Pengaruh produk dan citra saung angklung udjo sebagai wisata budaya terhadap keputusan berkunjung

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

Sangat Setuju	: bobot nilai 5
Setuju	: bobot nilai 4
Cukup Setuju	: bobot nilai 3
Tidak Setuju	: bobot nilai 2
Sangat Tidak Setuju	: bobot nilai 1

Karena hasil dari data skala Likert adalah data ordinal sedangkan analisis data menggunakan regresi yang umumnya membutuhkan interval. Maka perlu mengkonversi data yang telah didapat dengan *Method Success Interval* (MSI).

2. *Method Success Interval* (MSI).

Penelitian ini menggunakan data ordinal yang kemudian ditransformasikan menjadi skala interval menggunakan *Method Success Interval* (MSI). Langkah-langkahnya adalah sebagai berikut:

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

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

H. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian

1. Uji Validitas

Uji validitas merupakan suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan suatu instrumen penelitian. Menurut Sugiyono (2008:445) validitas merupakan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek penelitian dengan data yang dapat dilaporkan oleh peneliti.

Dalam penelitian ini, data mempunyai peranan yang paling tinggi karena data merupakan gambaran variabel yang diteliti. Oleh karena itu benar atau tidaknya data tergantung dari baik tidaknya instrumen pengumpulan data. Dan persyaratan instrumen itu dikatakan baik adalah *valid* dan *reliable*. Hal ini dilakukan dengan mencari korelasi pada tiap item pertanyaan dengan skor total pernyataan untuk hasil jawaban responden.

Uji coba secara empirik menggunakan korelasi *product moment* dengan bantuan fasilitas komputer program *Statistical Package for Social Sciences* (SPSS) 13 *for windows* dengan rumus sebagai berikut (Sugiyono, 2009:248):

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

Dimana :

- r : Koefisien validitas item yang dicari
- x : Skor yang diperoleh subjek seluruh item
- y : Skor total
- $\sum x$: Jumlah skor dalam distribusi x
- $\sum y$: Jumlah skor dalam distribusi y
- $\sum x^2$: Jumlah kuadrat dalam skor distribusi x
- $\sum y^2$: Jumlah kuadrat dalam skor distribusi y

n : Banyaknya responden

Variabel	item	Koefisien Validitas	Titik Kritis	Keterangan	Koefisien Reliabilitas	Titik Kritis	Keterangan
----------	------	---------------------	--------------	------------	------------------------	--------------	------------

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas berfungsi untuk menunjukkan sejauh mana suatu pengukuran dapat menghasilkan hasil yang stabil bila dilakukan pengukuran ulang kepada subyek yang sama. Uji reliabilitas menggunakan teknik rumus Alpha dan dibantu fasilitas komputer program *Statistical Package for Social Sciences (SPSS) 13 for windows*. Reliabel artinya dapat dipercaya, jadi dapat diandalkan. Pengujian reliabilitas instrument setiap variabel dilakukan dengan menggunakan metode *Alpha* dengan sekali pengukuran, rumusnya (Riduwan, 2007:115):

$$r_{11} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum s_i}{s_t} \right]$$

Dimana:

r_{11} : nilai reliabilitas

$\sum s_i$: jumlah varian skor tiap item

s_t : varian total

k : jumlah item

3. Hasil Validitas dan Reliabilitas

Tabel 3.3 Validitas dan Reliabilitas

Rizky Ayu Ramadhanita, 2014

Pengaruh produk dan citra saung angklung udjo sebagai wisata budaya terhadap keputusan berkunjung

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

Produk	p1	0,695	0,361	valid	0,753	0,7	Reliabel
	p2	0,526	0,361	Valid			
	p3	0,705	0,361	Valid			
	p4	0,659	0,361	Valid			
	p5	0,646	0,361	Valid			
	p6	0,787	0,361	Valid			
Citra	p7	0,382	0,361	valid	0,786	0,7	Reliabel
	p8	0,763	0,361	valid			
	p9	0,532	0,361	valid			
	p10	0,589	0,361	valid			
	p11	0,576	0,361	valid			
	p12	0,560	0,361	valid			
	p13	0,823	0,361	valid			
	p14	0,727	0,361	valid			
Keputusan Berkunjung	p15	0,490	0,361	valid	0,822	0,7	Reliabel
	p16	0,603	0,361	valid			
	p17	0,562	0,361	valid			
	p18	0,579	0,361	valid			
	p19	0,709	0,361	valid			
	p20	0,830	0,361	valid			
	p21	0,718	0,361	valid			
	p22	0,932	0,361	valid			
	p23	0,619	0,361	valid			
	p24	0,725	0,361	valid			
	p25	0,599	0,361	valid			

Sumber : Diolah oleh Peneliti, 2014

I. Teknik Analisis Data

Rizky Ayu Ramadhanita, 2014

Pengaruh produk dan citra saung angklung udjo sebagai wisata budaya terhadap keputusan berkunjung

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

1. Uji Asumsi Klasik Regresi

Uji asumsi klasik adalah persyaratan statistik yang harus dipenuhi pada analisis regresi linear berganda yang berbasis *ordinary least square* (OSL). Teknik analisis regresi linear berganda dilakukan dengan prosedur kerja sebagai berikut (Nugorho, 2005:36-40):

a. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah data yang diambil berasal dari populasi yang berdistribusi normal. Jika tidak mengikuti pola sebaran distribusi normal, maka akan diperoleh taksiran yang bias. Peneliti menggunakan bantuan *software SPSS 13 for window* untuk melakukan uji normalitas. Pengujian normalitas dilakukan melalui *test Kolmogorov-Smirnov koreksi Lilliefors* dengan kriteria sebagai berikut:

Jika nilai probabilitas $<0,05$ maka distribusi normal

Jika nilai probabilitas $>0,05$ maka distribusi tidak normal

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan uji normalitas dalam analisis datanya.

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas adalah untuk melihat ada atau tidaknya korelasi yang tinggi antara variabel-variabel bebas dalam suatu model regresi linear berganda. Jika ada korelasi yang tinggi di antara variabel-variabel bebasnya, maka hubungan antara variabel bebas terhadap variabel terikatnya menjadi terganggu. Sebagai ilustrasi, adalah model regresi dengan variabel bebasnya motivasi, kepemimpinan dan kepuasan kerja dengan variabel terikatnya adalah kinerja. Dalam penelitian ini penulis menggunakan uji multikolinearitas dalam analisis datanya.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan varians dari residual satu ke pengamatan ke pengamatan

yang lain. Model regresi yang memenuhi persyaratan adalah di mana terdapat kesamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap atau disebut homoskedastisitas. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan uji heteroskedastisitas dalam penelitiannya.

d. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi adalah untuk melihat apakah terjadi korelasi antara suatu periode t dengan periode sebelumnya ($t - 1$). Secara sederhana adalah bahwa analisis regresi adalah untuk melihat pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat, jadi tidak boleh ada korelasi antara observasi dengan data observasi sebelumnya. 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. Dalam penelitian ini peneliti tidak menggunakan uji autokorelasi karena autokorelasi lebih cocok digunakan untuk data keuangan. Dan ketiga uji asumsi sebelumnya dirasa cukup mewakili dari data yang akan diteliti.

e. Uji Linearitas

Uji linearitas dipergunakan untuk melihat apakah model yang dibangun mempunyai hubungan linear atau tidak. Uji ini jarang digunakan pada berbagai penelitian, karena biasanya model dibentuk berdasarkan telaah teoretis bahwa hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikatnya adalah linear. Hubungan antar variabel yang secara teori bukan merupakan hubungan linear sebenarnya sudah tidak dapat dianalisis dengan regresi linear, misalnya masalah elastisitas.

Jika ada hubungan antara dua variabel yang belum diketahui apakah linear atau tidak, uji linearitas tidak dapat digunakan untuk memberikan adjustment bahwa hubungan tersebut bersifat linear atau tidak. Uji linearitas digunakan untuk mengkonfirmasi apakah sifat linear antara dua variabel yang diidentifikasi secara teori sesuai atau tidak dengan

hasil observasi yang ada. Jadi peneliti tidak menggunakan uji linearitas dalam penelitian ini.

2. Teknik Analisis Regresi Linear Berganda

Dalam penelitian ini analisis statistik yang digunakan adalah Analisis Regresi Berganda. Menurut pendapat Sugiyono (2010 : 211) analisis regresi berganda dengan menggunakan rumus persamaan regresinya adalah berikut

$$\text{ini : } \hat{Y} = a + b_1 X_1 + b_2 X_2$$

Dimana :

Y = Keputusan Berkunjung

X₁ = Produk

X₂ = Citra

a = Konstanta

b₁, b₂ = Koefisien Regresi

J. Uji Hipotesis

Untuk membuktikan hipotesis dalam penelitian ini, dengan memanfaatkan komputer program *Statistical Package for Social Sciences 13 for Window*. Statistik uji yang digunakan adalah :

1. Uji t

Uji t dikenal dengan uji parsial, yaitu uji yang dilakukan untuk menguji bagaimana pengaruh masing-masing variabel bebasnya secara sendiri-sendiri terhadap variabel terikatnya. Berikut adalah rumus uji T (uji parsial) dengan rumus (Riduwan, 2007:130):

$$t_{\text{hit}} = \frac{b}{Se(b)}, \text{ derajat bebas} = n-k-1$$

Kriteria Uji : 1. Terima Ho jika $-t_{\text{tabel}} \leq t_{\text{hitung}} \leq t_{\text{tabel}}$

2. Tolak H_0 jika t hitung $< -t$ tabel atau t hitung $> t$ tabel

Dalam penelitian ini peneliti menguji H_0 untuk mengetahui hipotesis mana yang benar. Berikut adalah hipotesisnya:

1. $H_{01} : \beta_1 = 0$ Produk (X_1) tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Berkunjung (Y).
 $H_{a1} : \beta_1 \neq 0$ Produk (X_1) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Berkunjung (Y).
2. $H_{02} : \beta_2 = 0$ Citra (X_2) tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Berkunjung (Y).
 $H_{a2} : \beta_2 \neq 0$ Citra (X_2) berpengaruh signifikan terhadap keputusan Berkunjung (Y). $\alpha = 5\%$

2. Uji F

Selanjutnya pengujian terakhir dari penelitian ini adalah uji F, menurut Riduwan, (2007:131) uji F adalah uji yang digunakan untuk mengetahui signifikan atau tidaknya variabel independen (X_1 , dan X_2) secara simultan terhadap variabel dependen (Y) yakni : Produk (X_1) dan variabel Citra (X_2) terhadap variabel Keputusan Berkunjung (Y) dengan menggunakan rumus :

$$F = \frac{R^2(n-k-1)}{k(1-R^2)}$$

Dimana :

- R : Koefisien Korelasi Ganda
 k : Jumlah Variabel Independen
 n : Jumlah anggota sampel.

Kemudian setelah dilakukan uji F_{hitung} penulis akan menggunakan keputusan uji berikut ini :

1. Terima H_0 jika F hitung $< F$ tabel
2. Tolak H_0 jika F hitung $\geq F$ tabel

$$F \text{ tabel} = F_{\alpha; (df1, df2)} ; df1 = k , df2 = n-k-1$$

Adapun untuk penentuan nilai kritis dari uji F_{hitung} selanjutnya dikonsultasikan dengan F_{tabel} . Untuk derajat bebas (DK) pembilang 2 dan derajat kebebasan penyebut dengan rumus $(n - k - 1)$ pada tingkat signifikansinya (α) 5% maupun 1%. Dalam penelitian ini, peneliti menguji H_0 untuk membuktikan hipotesis mana yang lebih benar. Berikut adalah hipotesisnya:

H_0 : Tidak ada pengaruh yang signifikan dari Produk (X_1) dan Citra (X_2), terhadap Keputusan Berkunjung(Y).

H_a : Ada pengaruh yang signifikan dari Produk (X_1) dan Citra (X_2) terhadap Keputusan Berkunjung(Y).

K. Uji Koefisien Determinasi

Penentuan koefisien determinasi ini berfungsi untuk mengetahui seberapa besarkah variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat, maka perlu diketahui nilai koefisien determinasi r^2 karena nilai variabel bebas yang diukur terdiri dari nilai rasio *absolute* dan nilai perbandingan, kegunaan dari r^2 adalah untuk mengukur besarnya prosentase dari variabel bebas dengan variabel terikat. (Riduwan, 2007:131) Dengan menggunakan rumus :

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