

BAB III

OBJEK DAN METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Penelitian ini meneliti pengaruh motivasi wisatawan terhadap keputusan berkunjung di Situ Canguang, Kabupaten Garut. Penelitian ini menggunakan empat variabel. Variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2016:38)

Penelitian ini terdapat empat variabel, yaitu variabel dependen dan variabel independen. *Dependent variable* atau variabel terikat adalah variabel yang menjadi perhatian utama bagi peneliti. Sedangkan *independent variable* atau variabel bebas adalah salah satu yang mempengaruhi variabel dependen baik secara positif atau negative (Uma Sekaran, 2013:69). Dalam penelitian ini motivasi wisatawan menjadi variabel bebas (variabel X) yang terdiri dari dua indikator yaitu *socialization*, *relaxation*, *learning opportunities* dan *discover and experiencing*, serta yang menjadi variabel terikat (variabel Y) dalam penelitian ini adalah keputusan berkunjung yang terdiri dari enam indikator antara lain pemilihan produk atau jasa, pemilihan merek, pemilihan saluran kunjungan, pemilihan waktu kunjungan, pemilihan jumlah kunjungan dan metode pembayaran.

Unit analisis dari penelitian ini adalah wisatawan yang berkunjung ke Situ Canguang. Penelitian ini menggunakan metode pengembangan *cross sectional method*. Penelitian *cross sectional* adalah penelitian yang hanya dilakukan sekali sesuai dengan waktu yang ditentukan oleh peneliti dengan melihat adanya hubungan antara variabel bebas dan terikat (Sugiyono, 2016). Penelitian yang menggunakan metode ini menggunakan informasi dari berbagai populasi yang dikumpulkan secara langsung ditempat kejadian secara empirik dengan tujuan untuk mengetahui pendapat dari sebagian populasi terhadap objek yang sedang diteliti. Penelitian ini difokuskan pada penelitian tentang pengaruh motivasi wisatawan terhadap keputusan berkunjung wisatawan yang berwisata ke Situ Canguang, Garut.

3.2 Metode Penelitian

3.2.1 Jenis Penelitian dan Metode Penelitian

Berdasarkan penjelasan serta bidang penelitian, maka jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif dan verifikatif. Penelitian ini akan menguji apakah motivasi wisatawan berpengaruh terhadap keputusan berkunjung wisatawan Situ Canguang. Penelitian deskriptif merupakan penelitian yang dilakukan untuk mengetahui keberadaan nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih (*independent*) tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan dengan variabel lain (Sugiyono, 2016:53). Penelitian ini bertujuan untuk memperoleh deskripsi atau gambaran mengenai motivasi wisatawan di Situ Canguang dan Keputusan berkunjung wisatawan di Situ Canguang.

Penelitian verifikatif pada dasarnya menguji kebenaran dari suatu hipotesis yang dilakukan melalui pengumpulan data di lapangan. Pendekatan verifikatif adalah metode penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan kualitas antara variabel melalui suatu pengujian dan perhitungan statistik yang kemudian didapatkan hasil yang menunjukkan hipotesis ditolak atau diterima (Sugiyono, 2016:91). Berdasarkan jenis penelitian yang digunakan yaitu deskriptif dan verifikatif, maka metode penelitian yang digunakan yaitu *explanatory survey* dengan pendekatan *cross sectional method*. Metode survei merupakan metode penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil. Metode survei digunakan untuk mendapatkan data dari tempat tertentu, tetapi peneliti melakukan perlakuan dalam pengumpulan data tersebut, misalnya dengan menyebarkan kuisioner, test, dan wawancara terstruktur (Sujarweni, 2014).

3.2.2 Operasionalisasi Variabel

Variabel yang diteliti dalam penelitian ini dioperasionalisasikan dalam dua variabel utama, yaitu variabel bebas motivasi wisatawan (X) yang terdiri dari empat indikator yaitu *socialization*, *relaxation*, dan *learning opportunities* sedangkan variabel terikat yaitu keputusan berkunjung (Y) yang terdiri dari enam indikator antara lain pemilihan produk atau jasa, pemilihan merek, pemilihan saluran kunjungan, pemilihan waktu kunjungan, pemilihan jumlah kunjungan dan metode

pembayaran. Operasionalisasi variabel menjelaskan variabel yang diteliti, konsep, indikator, ukuran serta skala pengukuran yang akan dipahami dalam operasional penelitian. Berdasarkan hasil studi literatur dari berbagai sumber dan observasi di lapangan, operasionalisasi variabel penelitian disajikan pada Tabel 3.1. berikut ini :

TABEL 3.1
OPERASIONALISASI VARIABEL PENELITIAN

Variabel/ Sub- Variabel	Konsep	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
Motivasi Wisatawan (X)	Motivasi wisatawan adalah faktor fundamental dalam menentukan kegiatan perjalanan wisatawan dan perilaku wisatawan, yang memberikan informasi bagi pengelola destinasi wisata agar mendapat wisatawan yang potensial (Xie & Ritchie, 2018).				
<i>Socialization</i>	Socialization adalah sesuatu yang mengacu pada kekuatan yang mengarahkan perilaku untuk melakukan interaksi sosial sebagai motif perjalanan yang penting (Prayag, Chen, & Del Chiappa, 2017).	Teman	Tingkat keinginan berkunjung untuk melakukan kegiatan wisata bersama teman	Ordinal	Q1
			Tingkat keinginan berkunjung untuk meningkatkan kualitas pertemanan	Ordinal	Q2
		Keluarga	Tingkat keinginan berkunjung untuk melakukan kegiatan wisata bersama keluarga	Ordinal	Q3
			Tingkat keinginan berkunjung untuk melakukan “family time”	Ordinal	Q4
<i>Relaxation</i>	Relaxation adalah faktor internal yang memiliki hubungan kecenderungan individu untuk bepergian serta hubungan daerah asal dan tujuan (Yoo, Yoon, & Park, 2018).	<i>Fun</i>	Tingkat keinginan berkunjung untuk mendapatkan kesenangan di Situ Cangkuang	Ordinal	Q5
		<i>Escape</i>	Tingkat keinginan berkunjung untuk keluar dari rutinitas sehari-hari agar dapat mengurangi stress	Ordinal	Q6
		<i>Refreshment</i>	Tingkat keinginan berkunjung untuk menikmati keindahan alam		Q7

			Tingkat keinginan berkunjung untuk mengurangi stres		Ordinal	Q8
<i>Learning Opportunities</i>	Learning Opportunities adalah faktor wisatawan yang menjadi tujuan melakukan perjalanan wisata untuk mendapat kesempatan pembelajaran dari dari perjalanan tersebut (Prayag, Chen, & Del Chiappa, 2017).	Budaya	Tingkat keinginan berkunjung untuk belajar tentang budaya yang ada di Kawasan wisata Situ Cangkuang		Ordinal	Q9
		Sejarah	Tingkat keinginan berkunjung untuk belajar tentang sejarah di Kawasan wisata Situ Cangkuang		Ordinal	Q10
Keputusan Berkunjung (Y)	Keputusan berkunjung dalam pemasaran dikaitkan dengan keputusan pembelian sebagaimana hasil penelitian yang menyatakan bahwa keputusan berkunjung adalah proses yang dilalui setelah dipengaruhi oleh resiko fungsional, resiko fisik, resiko keuangan, resiko sosial, resiko psikologis dan resiko waktu. (Kotler & Keller, 2016:200).					
		Pemilihan produk atau jasa	Tingkat ketertarikan terhadap daya tarik Candi Cangkuang		Ordinal	Q11
			Tingkat ketertarikan terhadap daya tarik Danau (Situ) Cangkuang		Ordinal	Q12
			Tingkat ketertarikan terhadap daya tarik Rumah Adat Kampung Pulo		Ordinal	Q13
			Tingkat ketertarikan terhadap daya tarik Makam Keramat Arif Muhamad		Ordinal	Q14
			Tingkat ketertarikan terhadap daya tarik Museum Cangkuang		Ordinal	Q15
		Pemilihan merek	Tingkat kunjungan karena kepopuleran destinasi wisata Situ Cangkuang		Ordinal	Q16
			Tingkat kunjungan karena citra		Ordinal	Q17

		destinasi wisata Situ Canguang		
Pemilihan saluran kunjungan	Tingkat kunjungan dengan mengatur langsung sendiri	Ordinal	Q18	
	Tingkat kunjungan dengan jasa tour operator	Ordinal	Q19	
Pemilihan saluran kunjungan	Tingkat kunjungan dengan mengatur langsung sendiri	Ordinal	Q18	
	Tingkat kunjungan dengan jasa tour operator	Ordinal	Q19	
Pemilihan waktu kunjungan	Tingkat kunjungan pada <i>weekday</i>	Ordinal	Q20	
	Tingkat kunjungan pada <i>weekend</i>	Ordinal	Q21	
	Tingkat kunjungan pada hari libur	Ordinal	Q22	
Pemilihan jumlah kunjungan	Tingkat frekuensi berkunjung ke destinasi wisata Situ Canguang	Ordinal	Q23	
	Tingkat jumlah orang yang ikut berkunjung	Ordinal	Q24	
Metode Pembayaran	Tingkat kemudahan pembayaran secara langsung	Ordinal	Q25	
	Tingkat variasi cara pembayaran	Ordinal	Q26	

Sumber: Pengolahan Data, 2019

3.2.3 Jenis dan Sumber Data

Data merupakan segala fakta dan angka yang dapat dijadikan bahan untuk menyusun suatu informasi, sedangkan informasi adalah hasil pengolahan data yang dipakai untuk suatu keperluan (Suharsimi, 2013:172). Menurut sumbernya data dapat dibedakan menjadi dua bagian yaitu data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang dikumpulkan melalui pihak pertama, biasanya dapat melalui wawancara dan jejak pendapat, sedangkan data sekunder adalah data yang

dikumpulkan melalui pihak kedua, biasanya diperoleh melalui instansi yang bergerak dibidang pengumpulan data seperti Badan Pusat Statistik (Suharsimi, 2013:172).

Berdasarkan data dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini, maka peneliti menuliskannya dalam tabel 3.2 dibawah ini:

TABEL 3.2
JENIS DAN SUMBER DATA

No	Data	Jenis Data	Sumber Data
1.	Jumlah Wisatawan Mancanegara dan Nusantara di Provinsi Jawa Barat	Sekunder	Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Pariwisata Jawa Barat 2018
2.	Jumlah Wisatawan Nusantara di Kawasan Situ Cangkuang Garut.	Sekunder	Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Garut 2018
3.	Hal-hal yang berhubungan dengan motivasi wisatawan dan keputusan berkunjung.	Sekunder	Ebook dan Jurnal
4.	Karakteristik wisatawan	Primer	Responden
5.	Tanggapan wisatawan mengenai motivasi wisatawan.	Primer	Responden
6.	Tanggapan wisatawan mengenai keputusan berkunjung	Primer	Responden

Sumber: Pengolahan Data, 2019

3.2.4 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

3.2.4.1 Populasi

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2016:80). Populasi dapat berupa organisme, orang atau sekelompok orang, masyarakat, organisasi, benda, objek atau peristiwa (Sujarweni, 2014).

Menentukan populasi harus dimulai dengan penentuan secara jelas mengenai populasi apa yang akan menjadi sasaran suatu penelitian. Populasi dapat dibedakan menjadi dua, yaitu populasi target atau sasaran dan populasi sampel. Populasi sasaran merupakan populasi yang menjadi target akhir penerapan hasil penelitian (Suryana, 2015).

Berdasarkan pengertian populasi tersebut, maka yang menjadi populasi pada penelitian ini adalah seluruh wisatawan nusantara yang berkunjung ke Situ Canguang Garut dengan data sebagai berikut :

TABEL 3.3
Data Kunjungan Wisatawan ke Situ Canguang Tahun 2013-2017

Tahun	Kunjungan
2013	105.769
2014	109.323
2015	103.769
2016	173.668
2017	105.889

Sumber : Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Garut, 2018

Populasi sasaran dalam penelitian ini adalah wisatawan nusantara yang berkunjung ke Situ Canguang pada tahun 2017 atau sejumlah 105.889 wisatawan.

3.2.4.2 Sampel

Sampel merupakan satu subset atau bagian tertentu yang dipilih dari populasi, sampel ini dilakukan untuk mewakili jumlah populasi yang sangat besar dan banyak faktor keterbatasan yang akhirnya harus diambil sampel. Oleh karena itu peneliti mengambil sebagian dari populasi untuk dijadikan sebuah sampel yang dibatasi pada wisatawan nusantara. Sampel adalah bagian jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2016:81). Peneliti diperkenankan untuk mengambil sebagian objek populai yang telah ditentukan mewakili bagian yang lain yang diteliti.

Sampel merupakan sejumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi yang digunakan untuk penelitian (Sujarweni, 2014). Jika populasi terlalu besar, peneliti tidak mungkin mengambil semua untuk penelitian, misal karena terbatasnya dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan yang diambil dari populasi tersebut. Untuk menentukan besarnya sampel tersebut dapat dilakukan secara statistik maupun deskriptif yaitu berdasarkan estimasi penelitian, selain itu juga perlu diperhatikan bahwa sampel yang dipilih harus bersifat representatif artinya segala karakteristik populasi hendaknya tercermin atau terwakili dalam sampel yang dipilih.

Berdasarkan pendapat beberapa ahli di atas maka dapat disimpulkan bahwa sampel merupakan bagian dari sejumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Berdasarkan sampel di atas, maka sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagian dari populasi penelitian. Untuk menentukan sampel dari populasi yang telah ditetapkan perlu dilakukan pengukuran yang dapat menghasilkan jumlah. Menurut Tabachnick dan Fidel (2013) mengemukakan rumus pengukuran tersebut yaitu sebagai berikut:

$$N \geq 50 + 8m$$

Atau

$$N \geq 104 + m$$

Keterangan : N = ukuran sampel
: m = jumlah variabel

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

$$N \geq 104 + m$$

$$N \geq 104 + 4$$

$$N \geq 108$$

Jadi dalam penelitian ini ukuran sampel minimal dalam penelitian ini adalah 108, untuk lebih representatif maka jumlah sampel dibulatkan menjadi 200 orang responden.

3.2.4.3 Teknik Sampling

Teknik sampling adalah suatu cara untuk mengumpulkan data yang sifatnya tidak menyeluruh yaitu mencakup objek penelitian (populasi) tetapi hanya sebagian dari populasi saja. Teknik sampling merupakan teknik pengambilan sampel. Untuk menentukan berapa sampel yang akan diambil, dapat menggunakan beberapa teknik sampling (Sugiyono, 2016:81).

Terdapat dua teknik sampling yaitu teknik *probability sampling* dan *nonprobability sampling* (Suryana, 2015). Teknik *probability sampling* merupakan teknik pengambilan sampel dimana setiap elemen atau anggota populasi memiliki peluang atau kesempatan yang sama untuk terpilih menjadi sampel. *Probability*

sampling memiliki beberapa jenis teknik penarikan yaitu *simple random sampling*, *systematic random sampling*, *proportionate random sampling*, *disproportionate stratified random sampling* dan *cluster sampling*. *Nonprobability sampling* merupakan teknik penarikan dimana setiap elemen atau populasi tidak memiliki peluang yang sama serta pemilihan bersifat objektif. *Nonprobability sampling* yaitu terdiri dari *sampling kuota*, *sampling incidental*, *purposive sampling*, *sampling sukarela* dan *snowball sampling*.

Pada penelitian ini peneliti menggunakan teknik *probability sampling* yang digunakan bila keterwakilan sampel adalah penting untuk maksud generalisasi yang lebih luas. *Probability sampling* memberi peluang yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sugiyono, 2016:82). Penelitian ini menggunakan teknik *sampling systematic random sampling* yang merupakan metode untuk mengambil sampel secara sistematis dengan jarak atau interval dari suatu kerangka yang telah diurutkan. Teknik *sampling* ini tersedia populasi sasaran yang tersusun (*ordered population target*) yang merupakan prasyarat penting bagi pelaksanaan pengambilan sampel dengan metode acak sistematis.

Penelitian ini menggunakan teknik *systematic random sampling*, dikarenakan populasinya yang sejenis (homogen) dan dapat dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi tersebut. Metode tersebut dipilih agar peneliti dapat dengan mudah menentukan objek untuk dijadikan sampel dengan tetap menerapkan aturan yang mana setiap elemen dalam populasi memiliki peluang yang sama.

Berikut langkah-langkah yang dilakukan dalam melakukan *systematic random sampling* :

1. Menentukan responden yang akan dijadikan penelitian yaitu wisatawan yang berkunjung ke destinasi wisata warisan budaya Situ Cangkuang
2. Menentukan sebuah *check point* pada objek yang akan diteliti, dalam hal ini *check pointnya* yaitu desa adat yang berada di Gerbang Masuk Kawasan Situ Cangkuang, Gerbang Masuk Kampung Pulo, Museum Cangkuang
3. Menentukan waktu yang akan digunakan untuk menentukan *sampling*

4. Melaksanakan orientasi di lapangan secara cermat, terutama pada check point. Orientasi ini akan dijadikan dasar untuk menentukan interval pemilihan pertama, atau dasar kepadatan pengunjung, penyebaran angket dilakukan secara randomisasi (secara acak)
5. Menentukan ukuran sampel atau n yaitu sebanyak 400 responden

3.2.5 Teknik Pengumpulan Data

Proses memperoleh data tentunya harus memiliki teknik yang akan digunakan sesuai dengan penelitian. Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data, maka peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar yang diterapkan (Sugiyono, 2016:224). Data yang terkumpul digunakan untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan. Teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti adalah:

1. Kuesioner, adalah teknik pengumpulan data melalui penyebaran sebuah daftar pertanyaan tertulis. Kuesioner ini berisi pernyataan dan pertanyaan mengenai motivasi wisatawan dan keputusan berkunjung Wisatawan Situ Cangkuang dengan sumber data dari wisatawan yang berkunjung ke kawasan wisata warisan budaya Situ Cangkuang.
2. Studi literatur adalah penelitian dengan mencari data yang terdapat pada buku, jurnal, internet maupun literatur lain yang berkaitan dengan masalah dan juga variabel yang diteliti.

Studi literatur tersebut didapat dari berbagai sumber, yaitu:

- a. Perpustakaan UPI
 - b. Skripsi Prodi MPP
 - c. Skripsi serta penelitian terdahulu
 - d. Jurnal nasional dan internasional
 - e. Media elektronik (Internet)
3. Wawancara, adalah teknik pengumpulan data secara langsung berhadapan dengan pihak yang akan diwawancarai yaitu wisatawan dan pengelola kawasan wisata warisan budaya Situ Cangkuang.

4. Observasi, adalah teknik pengumpulan data yang menuntut adanya pengamatan baik secara langsung maupun tidak langsung terhadap objek penelitian yaitu kawasan wisata warisan budaya Situ Cangkung.

3.2.6 Pengujian Validitas dan Reliabilitas

3.2.6.1 Uji Validitas

Penelitian ini data mempunyai kedudukan yang paling tinggi karena data merupakan gambaran variabel yang diteliti dan fungsinya sebagai pembentukan hipotesis, oleh karena itu benar atau tidaknya data sangat menentukan mutu hasil penelitian. Benar atau tidaknya data tergantung dari baik tidaknya instrument pengumpulan data. Instrument yang baik memenuhi dua persyaratan penting yaitu valid dan reliable.

Validitas adalah menyangkut pemahaman mengenai kesesuaian antara konsep dengan kenyataan empiris, dengan kata lain validitas merupakan ketepatan dan kecermatan suatu instrument dalam mengukur apa yang ingin diukur (Rangkuti dalam jurnal Nyohardi, 2016). Pengujian validitas dilakukan dengan mengkorelasikan antara skor item-item instrumen dengan menggunakan *product moment* atau *pearson* (*pearson's product moment coefficient of correlation*), yaitu:

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

(Sugiyono, 2016)

Keterangan:

r = Koefisien validitas item yang dicari

n= Jumlah Responden

x = Skor yang diperoleh subjek dari seluruh item

y = Skor total

$\sum x$ = Jumlah Skor dalam distribusi X

$\sum y$ = Jumlah Skor dalam distribusi Y

$\sum x^2$ = Jumlah kuadrat skor dalam distribusi X

$\sum y^2$ = Jumlah kuadrat skor dalam distribusi X

Keputusan uji validitas responden menggunakan taraf signifikansi sebagai berikut:

1. Item pertanyaan yang diteliti dikatakan valid, jika nilai signifikansi $< 0,05$
2. item pertanyaan yang diteliti dikatakan tidak valid, jika nilai signifikansi $> 0,05$

Pengujian validitas item instrumen dilakukan dengan bantuan SPSS (*Statistical Product for Service Solution*) 20 for windows. *Output* yang dihasilkan dari pengolahan SPSS merupakan data r_{hitung} . untuk mengetahui apakah nilainya signifikan atau tidak, maka dilakukan uji korelasi dengan melihat nilai signifikansi. Agar memperoleh nilai yang signifikan, maka nilai signifikansi harus $< 0,05$. Berikut Tabel 3.4 adalah hasil pengujian validitas dari item pertanyaan yang diajukan peneliti kepada responden penelitian.

TABEL 3.4
HASIL UJI VALIDITAS INSTRUMEN PENELITIAN

No	Pertanyaan	Taraf signifikansi	signifikansi	Keterangan
Motivasi Wisatawan (X)				
<i>Socialization</i>				
1.	Tingkat keinginan berkunjung untuk melakukan kegiatan wisata bersama teman	0,05	0,000	Valid
2.	Tingkat keinginan berkunjung untuk meningkatkan kualitas pertemanan	0,05	0,003	Valid
3.	Tingkat keinginan berkunjung untuk melakukan kegiatan wisata bersama keluarga	0,05	0,000	Valid
4.	Tingkat keinginan berkunjung untuk melakukan "family time"	0,05	0,000	Valid
<i>Relaxation</i>				
5.	Tingkat keinginan berkunjung untuk mendapatkan kesenangan	0,05	0,000	Valid
6.	Tingkat keinginan berkunjung untuk keluar dari rutinitas sehar-hari	0,05	0,000	Valid
7.	Tingkat keinginan berkunjung untuk menikmati keindahan alam	0,05	0,000	Valid
8.	Tingkat keinginan berkunjung untuk mengurangi stress	0,05	0,000	Valid
<i>Learning Opportunities</i>				
9.	Tingkat keinginan berkunjung untuk belajar tentang budaya yang ada di Kawasan Wisata Situ Canguang	0,05	0,000	Valid
10.	Tingkat keinginan berkunjung untuk belajar tentang sejarah yang ada di Kawasan Wisata Situ	0,05	0,000	Valid

Cangkuang		Keputusan Berkunjung (Y)		
11	Tingkat ketertarikan terhadap daya tarik Candi Cangkuang	0,05	0,000	Valid
12	Tingkat ketertarikan terhadap daya tarik Danau (Situ) Cangkuang	0,05	0,000	Valid
13	Tingkat ketertarikan terhadap daya tarik Rumah Adat Kampung Pulo	0,05	0,000	Valid
14	Tingkat ketertarikan terhadap daya tarik Makam Keramat Arif Muhamad	0,05	0,000	Valid
15	Tingkat ketertarikan terhadap daya tarik Museum Cangkuang	0,05	0,002	Valid
16	Tingkat kunjungan karena kepopuleran destinasi wisata Situ Cangkuang	0,05	0,000	Valid
17	Tingkat kunjungan karena citra destinasi wisata Situ Cangkuang	0,05	0,002	Valid
18	Tingkat kunjungan dengan mengatur langsung sendiri	0,05	0,002	Valid
19	Tingkat kunjungan dengan jasa tour operator	0,05	0,001	Valid
20	Tingkat kunjungan pada <i>weekday</i>	0,05	0,002	Valid
21	Tingkat kunjungan pada <i>weekend</i>	0,05	0,000	Valid
22	Tingkat kunjungan pada hari libur	0,05	0,000	Valid
23	Tingkat frekuensi berkunjung ke destinasi wisata Situ Cangkuang	0,05	0,029	Valid
24	Tingkat jumlah orang yang ikut berkunjung	0,05	0,000	Valid
25	Tingkat kemudahan pembayaran secara langsung	0,05	0,000	Valid
26	Tingkat variasi cara pembayaran	0,05	0,001	Valid

Sumber : Pengolahan data, 2019

3.2.6.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas menunjukkan bahwa sejauh mana suatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data. Reliabilitas instrument adalah tingkat konsistensi hasil yang dicapai oleh sebuah alat ukur, meskipun dipakai secara berulang-ulang pada subjek yang sama atau berbeda (Supriatna, 2014). Dengan demikian suatu instrument dikatakan reliabel bila mampu mengukur sesuatu dengan hasil yang konsisten (ajeg). Pendapat lain menyatakan bahwa realibilitas adalah pengukuran yang berkali-kali menghasilkan data yang sama konsisten (Sugiyono, 2016).

Apabila sebuah instrumen dapat dipercaya maka data yang dihasilkan instrumen tersebut juga dapat dipercaya. Rumus yang peneliti gunakan dalam mengukur realibilitas sebuah instrumen dalam penelitian ini yaitu menggunakan uji *Cronbach Alpha* karena instrumen yang digunakan memiliki skor yang merupakan

rentangan antara beberapa nilai yaitu 1-5. Rumus *Cronbach Alpha* adalah sebagai berikut:

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

(Suharsimi, 2013)

Keterangan :

R11 = reliabilitas instrument

k = banyak butir pertanyaan atau banyaknya soal

σ_t^2 = varians total

$\sum \sigma_b^2$ = jumlah varians butir

Jumlah varians butir dapat dicari dengan cara mencari nilai varians setiap butir terlebih dahulu kemudian jumlahkan, seperti dipaparkan berikut ini:

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

(Suharsimi, 2013)

Keterangan:

σ_t^2 = varians total

$\sum x$ = jumlah skor

N = jumlah responden

Perhitungan reliabilitas pertanyaan dilakukan dengan bantuan SPSS (*Statistical Product for Service Solution*) 20 for windows 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 dengan menggunakan SPSS Statistics 20, diperoleh hasil pengujian reliabilitas yang ditunjukkan pada Tabel 3.5 berikut.

TABEL 3.5
HASIL UJI RELIABILITAS

NO	Variabel	$C\alpha$ hitung	$C\alpha$ minimal	Keterangan
1.	Motivasi Wisatawan (X)	0,880	0,700	Reliabel
2.	Keputusan Berkunjung (Y)	0,904	0,700	Reliabel

Sumber : Pengolahan data, 2019

Berdasarkan Tabel 3.5 diatas dapat diketahui bahwa hasil tingkat reliabilitas motivasi wisatawan sebesar 0,880 dan tingkat reliabilitas Variabel Y sebesar 0,904. Dengan demikian penelitian ini dapat dikatakan reliabel, karena memiliki nilai koefisien internal seluruh $C\alpha_{hitung}$ lebih dari $C\alpha_{minimal}$ yaitu 0,70.

3.3 Rancangan Analisis Data

3.3.1 Analisis Data Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan peneliti untuk mencari hubungan yang ada antara variabel, dengan analisis korelasi. Media yang peneliti gunakan dalam penelitian ini adalah angket atau kuesioner. Angket atau kuesioner disusun oleh peneliti berdasarkan variabel yang terdapat dalam penelitian, yang nantinya akan memberikan keterangan dan data mengenai pengaruh motivasi wisatawan terhadap keputusan berkunjung.

Analisis data deskriptif dalam penelitian ini digunakan untuk mendeskripsikan variabel penelitian yaitu:

1. analisis deskriptif tentang motivasi wisatawan di Situ Canguang yang terdiri dari *socialization*, *relaxation*, dan *learning opportunities*.
2. analisis data deskriptif tentang keputusan berkunjung wisatawan Situ Canguang yang terdiri dari enam indikator yaitu pemilihan produk atau jasa, pemilihan merek, pemilihan saluran kunjungan, pemilihan waktu kunjungan, pemilihan jumlah kunjungan, dan metode pembayaran.

Setelah dilakukan analisis deskriptif, pengolahan data dari hasil data yang diperoleh, dilakukan melalui tahapan berikut:

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

4. Menganalisis Data Dimulai dari pengelolaan data yang diperoleh lalu dianalisis berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan rumus statistic dan menginterpretasikan data agar diperoleh suatu kesimpulan. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif dan verifikatif.
5. Pengujian Proses pengujian dalam penelitian ini menggunakan metode verifikatif. Teknik analisis data merupakan cara untuk mengukur, mengolah dan menganalisis data tersebut. Tujuan pengelolaan data adalah untuk memberikan keterangan yang berguna serta menguji hipotesis yang telah dirumuskan dalam penelitian ini. Teknik analisis data diserahkan pada pengujian hipotesis serta menjawab masalah yang diajukan.

3.3.2 Analisis Data Verifikatif

Analisis verifikatif dalam penelitian ini digunakan untuk menguji sebuah hipotesis dengan menggunakan uji statistik dan menitikberatkan pada pengungkapan perilaku variabel penelitian. Dalam sebuah penelitian kuantitatif analisa data dapat dilakukan setelah seluruh data responden terkumpul. Kegiatan data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. *Method of Successive Interval* (MSI) Skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah *ordinal scale* yaitu skala yang berbentuk peringkat yang menunjukkan suatu urutan preferensi atau penilaian. Skala ordinal ini perlu ditransformasikan menjadi skala interval dengan menggunakan *method of successive internal*. Langkah-langkah untuk melakukan transformasi data tersebut adalah sebagai berikut :
 - a. Menghitung frekuensi (f) pada setiap pilihan jawaban berdasarkan hasil jawaban responden pada setiap pertanyaan.
 - b. Berdasarkan frekuensi yang diperoleh untuk setiap pertanyaan, dilakukan perhitungan proposi (p) setiap pilihan jawaban dengan cara membagi frekuensi dengan jumlah responden.
 - c. Berdasarkan proposi tersebut, selanjutnya dilakukan perhitungan proporsi kumulatif untuk setiap pilihan jawaban.

- d. Menentukan nilai batas Z (tabel normal) untuk setiap pertanyaan dan setiap pilihan jawaban.
- e. Menentukan nilai interval rata-rata untuk setiap pilihan jawaban dengan rumus berikut :

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

Data penelitian yang telah bersekala interval selanjutnya akan ditentukan pasangan data variabel bebas dengan variabel terikat serta akan ditentukan persamaan yang berlaku untuk pasangan-pasangan tersebut.

2. Menyusun data

Mengecek nomor dan kelengkapan identitas responden, serta mengecek kelengkapan data yang diisi oleh responden untuk mengetahui karakteristik responden.

3. Tabulasi data

Tabulasi data yang akan dilakukan dalam penelitian ini adalah memberi skor pada item, menjumlahkan skor pada setiap item, menyusun ranking skor pada setiap variabel penelitian.

4. Menganalisis Data

Menganalisis data yaitu proses pengolahan data dengan menggunakan rumusrumus statistik, menginterpretasikan data agar diperoleh suatu kesimpulan.

Berdasarkan tujuan penelitian, maka variabel yang dianalisis adalah variabel independen (X) yaitu motivasi wisatawan yang terdiri dari *Socialization*, *Relaxation* serta *Learning Opportunities*, dan variabel dependen (Y) yaitu keputusan berkunjung. Persamaan regresi linier berganda tiga variabel bebas tersebut dirumuskan sebagai berikut:

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

Sumber : Sugiyono (2016)

Keterangan:

a = konstanta

b = koefisien regresi

X = variabel *dependent* (variabel terikat) / motivasi wisatawan

Y = Variabel *independent* (variabel bebas) / keputusan berkunjung

Teknik analisis regresi linier berganda dilakukan dengan prosedur kerja sebagai berikut :

1. Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan salah satu bagian dari uji persyaratan analisis data, artinya sebelum dilakukan analisis regresi, maka data penelitian tersebut harus diuji kenormalannya. Tujuan dilakukannya uji normalitas terhadap serangkaian data adalah untuk mengetahui apakah populasi data berdistribusi normal atau tidak. Bila data berdistribusi normal, maka dapat digunakan uji statistik berjenis parametrik. Jika asumsi ini tidak dilakukan maka pengujian statistik yang dilakukan menjadi tidak valid.

2. Uji Asumsi Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas merupakan bagian dari uji asumsi klasik dalam analisis regresi yang bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terdapat ketidaksamaan variasi dari residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Suatu regresi dikatakan tidak terdeteksi heteroskedastitas apabila hasil uji heteroskedastitas menunjukkan nilai t hitung lebih kecil dari t tabel dan nilai signifikan lebih besar dari 0,05.

3. Uji Asumsi Linearitas

Uji asumsi linearitas merupakan salah satu syarat atau asumsi sebelum dilakukannya analisis regresi linear. Pengujian asumsi linearitas memiliki tujuan untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linear secara signifikan atau tidak.

4. Uji Asumsi Autokorelasi

Uji asumsi autokorelasi merupakan syarat sebelum dilakukan analisis regresi linear yang bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi linear terdapat korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode $t-1$ (sebelumnya)

5. Uji Asumsi Multikolinearitas

Multikolinieritas merupakan uji hasil terdapat hubungan linier yang sempurna atau pasti diantara beberapa atau semua variabel yang menjelaskan dari model regresi, yaitu terdapatnya lebih dari satu hubungan linear pasti

6. Uji Korelasi dan Uji Koefisien Determinasi

Analisis korelasi dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh antara variabel yang diteliti baik itu variabel dependent dengan variabel independent. Adapun intepretasi hasil untuk perhitungan analisis korelasi adalah sebagai berikut :

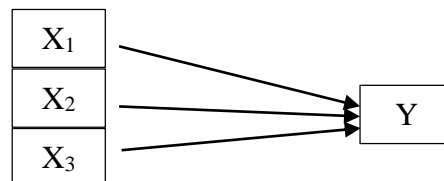
Tabel 3.6
INTERPRETASI KOEFISIEN KORELASI

Besarnya Nilai	Tingkat Hubungan
0,000-0,199	Sangat Rendah
0,200-0,399	Rendah
0,400-0,599	Cukup
0,600-0,799	Kuat
0,800-1.000	Sangat Kuat

Sumber : Sugiyono, 2016

Sedangkan uji koefisien determinasi berujuan untuk menunjukkan seberapa kuat hubungan antar variabel yang diteliti.

Berdasarkan tujuan penelitian ini, maka variabel yang dianalisis adalah variabel independent yaitu motivasi wisatawan yang terdiri dari *socialization* (X_1), *relaxation* (X_2), dan *learning opportunities* (X_3) terhadap variabel dependen (Y) yaitu keputusan berkunjung di kawasan wisata warisan budaya Situ Cangukang. Untuk bisa membuat ramalan melalui regresi, maka terlebih dahulu hipotesis konseptual tersebut digambarkan dalam sebuah paradigma seperti gambar berikut.



Keterangan:

X_1 = *Socialization*

X_2 = *Relaxation*

X_3 = *Learning Opportunities*

Y = Keputusan Berkunjung

GAMBAR 3.2 REGRESI BERGANDA

3.3.3. Pengujian Hipotesis

Langkah terakhir dari analisis data yaitu menguji hipotesis dengan tujuan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan yang cukup jelas dan dapat dipercaya antara variabel independen dengan variabel dependen, yang pada akhirnya akan diambil suatu kesimpulan H_0 ditolak atau H_1 diterima dari hipotesis yang telah dirumuskan. Rancangan hipotesis dalam penelitian ini adalah:

1. $H_0 : \rho = 0$, Artinya tidak terdapat pengaruh motivasi wisatawan yang terdiri dari *socialization* (X_1), *relaxation* (X_2), dan *learning opportunities* (X_3) terhadap variabel dependen (Y) yaitu keputusan berkunjung di Situ Cangkuang.
2. $H_a : \rho \neq 0$, Artinya terdapat pengaruh motivasi wisatawan yang terdiri dari *socialization* (X_1), *relaxation* (X_2), dan *learning opportunities* (X_3) terhadap variabel dependen (Y) yaitu keputusan berkunjung di Situ Cangkuang.